

Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital

Mujadiduz Zaman

Institut Agama Negeri Madura
email: Mujadiduzzaman28@gmail.com

Mohammad Robith Ilman

Institut Agama Islam Negeri Madura
email: robithilman@gmail.com

Ilham Maulidi

Institut Agama Islam Negeri Madura
email: x-hams_official@gmail.com

Abstract

The purpose of researchers in examining this film is to find out how the transformation of Islamic da'wah occurs with its various elements. This research is descriptive qualitative. Based on the results of research and data analysis obtained that in the digital era, namely since the 1980s until now, dawah elements have undergone rapid transformation both from the aspects of dai, da'wah partners, materials, strategies, and goals. All of them always utilize digital technology, especially in broadcasting Islamic values so that the scope of material can be easily accessed by levels of society. This transformation has the advantage of ease of access, but also has a very basic drawback, namely the refraction of da'wah material that can be accepted by ordinary people, because incompetent preachers deliver material that they do not master.

Keywords

Transformation; Dakwah; Digital Age

Abstrak:

Pembahasan tentang film sebagai alat untuk menyampaikan pesan sangat diperlukan dalam hiburan masyarakat. Semakin berkembangnya dunia film, Web series belakangan ini menjadi perbincangan di masyarakat. Salah satu yang sedang digemari ada series "Imperfect The Series" disutradari Naya Anindita dengan genre drama komedi. Alur ceritanya mengenai anak-anak kos yang berbeda kepribadian, asal daerah dan tujuan mereka kos. Tujuan peneliti dalam meneliti film ini untuk mengetahui bagaimana transformasi dakwah Islam terjadi dengan berbagai unsur-unsurnya. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang diperoleh bahwa di era digital yakni sejak tahun 1980 an hingga saat ini unsur-unsur dakwah mengalami transformasi yang begitu pesat baik dari aspek dai, mitra dakwah, materi, strategi, dan tujuan.

Semuanya senantiasa memanfaatkan tekonologi digital utamanya dalam menyiarkan nilai-nilai islam sehingga cakupan materi dapat diakses secara mudah oleh lapisan masyarakat. Tranfomasi ini memiliki keuntungan kemudahan akses, namun juga memiliki kekurangan yang sangat mendasar, yaitu pembiasaan materi dakwah yang bisa saja diterima oleh masyarakat awam, sebab dai yang tidak kompeten, menyampaikan materi yang tidak dikuasainya.

Kata Kunci:

Tranformasi; Dakwah; Era Digital

Pendahuluan

Akan lebih mudah bagi kita untuk memahami konsep era digital jika kita menelusurinya kembali ke asal mulanya. Istilah "digital" umumnya mengacu pada keadaan angka yang terdiri dari 0 dan 1, atau mati dan hidup (Bilangan biner, juga dikenal sebagai Digit Biner). Secara etimologis, istilah terkomputerisasi berasal dari kata Yunani Digitus, yang berarti 10 jari tangan atau kaki manusia. Ada dua radix dalam nilai 10, yaitu 1 dan 0. Itulah awal penggunaan istilah komputerisasi dalam kerangka bilangan paralel. Komputerisasi atau yang lebih sering disebut digitalisasi adalah salah satu bentuk kemajuan dari teknologi mekanik dan elektronik sederhana menjadi teknologi canggih. Sejak tahun 1980, digitalisasi ini telah berlangsung dan terus dilakukan. Komputerisasi merupakan salah satu bentuk modernisasi atau pemulihan pemanfaatan inovasi yang sering dikaitkan dengan perkembangan web dan PC. dimana peralatan canggih tersebut memungkinkan segala sesuatu untuk memudahkan urusan masyarakat. Cara pandang seseorang tentang bagaimana menjalani kehidupan yang semakin canggih saat ini didorong oleh revolusi digital.

Kata bahasa Arab yad'u, yang merupakan bentuk mashdar dari kata da'a dan berarti "panggilan", "ajakan", atau "panggilan", merupakan sumber dari kata dakwah (Ilyas Ismail, 2006: 144). . Imbauan ini dapat dibunyikan, diucapkan, atau dilakukan. Dakwah juga bisa merujuk pada permintaan yang dilakukan kepada Allah SWT sebagai doa pengharapan. sebagaimana dinyatakan dalam firman Allah QS. [2] Al-Baqarah: 186. Artinya: Juga, ketika hamba-Ku bertanya tentang Aku, jawablah bahwa Aku ada di dekatnya. Menurut Departemen Agama Republik Indonesia, 1990: "Aku mengabdikan permintaan orang yang berdoa kepada-Ku, jika dia berdoa kepada-Ku, maka mereka harus memenuhi perintah-perintah-Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar selalu dalam keadaan kebenaran." 51). Ada juga kata yang berarti mengundang keburukan, dan kata dakwah juga berarti mengajak kebaikan. Kata dakwah yang berarti menyambut kebaikan, seharusnya dapat dilihat dalam Al-Qur'an, antara lain Surat al-Nahl (16): Surat Yunus (10) dalam 125: 25.

Dakwah merupakan kebutuhan esensial bagi sebagian besar masyarakat di era komputerisasi saat ini. Maraknya dakwah Islam telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat. Munculnya era digital memberikan dampak yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari karena berbagai kendala semakin mudah diatasi dan semakin mudah mengkomunikasikan kegiatan keagamaan Islam dalam waktu yang lebih singkat. karena era digital telah menjadikan media sosial sebagai sarana penyebaran islam atau berdakwah.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi saat ini memasuki dunia Islam, terutama setelah peluncuran abad kesembilan belas, yang dalam sejarah Islam dipandang sebagai awal dari kerangka waktu yang mutakhir. Dunia Islam kemudian diperkenalkan dengan ide-ide baru seperti rasionalisme, nasionalisme, demokrasi, dan sebagainya melalui kontak dengan Barat. Semua ini menimbulkan persoalan baru, dan para pemimpin Islam mulai mempertimbangkan cara untuk mengatasinya (Harun Nasution, 1975: 11).

Latihan dakwah menjadi lebih masuk akal dan praktis dengan pemanfaatan hiburan online atau web. Dengan teknik ini, penginjil tidak perlu berada di tempat atau pertemuan tertentu, dan tidak perlu mencoba melibatkan dan mengumpulkan individu. Bagaimanapun, strategi ini mendorong penginjil untuk lebih imajinatif dan kreatif dalam membuat konten dakwahnya. Da'i juga harus terampil dan berpengetahuan dalam memanfaatkan teknologi, khususnya media sosial, agar khalayak sasaran dapat tersentuh oleh materi. Dengan cara ini, orang-orang di masyarakat saat ini yang tidak dapat hidup tanpa internet dan media sosial dapat mencari dan melihat apa yang mereka inginkan. Lebih jauh lagi, konten dakwah yang dibawakan semakin imajinatif dan menggelitik akan menarik perhatian masyarakat luas, khususnya usia yang lebih muda. Karena generasi muda menghabiskan seluruh waktu luangnya untuk online, lebih memilih bermain online daripada bermain di luar, generasi muda adalah generasi yang paling banyak menghabiskan waktu online.

Kholis (2021) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa usia yang lebih muda memiliki karakter yang berbeda dan berbeda dari masa lampau atau disebut juga iGeneration atau net age, karena setiap kegiatan mereka tidak terpisahkan dari gawai dan internet. Selain itu, generasi muda turut andil dalam transformasi dakwah Indonesia dari dakwah tradisional menjadi dakwah virtual digital. Menurut temuan penelitiannya, Febriani & Desrani (2021), 58% anak muda di Indonesia lebih memilih mengakses konten Islami melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan Twitter.

Kegiatan dakwah seperti pengajian, pengajian, dan kegiatan lainnya tidak cukup dengan pertemuan, sebagaimana ditunjukkan oleh fakta di atas. Namun kegiatan dakwah juga harus memasuki dunia digital media sosial, karena masyarakat lebih memilih untuk mencari dan memberikan informasi melalui media sosial di zaman sekarang ini. Karena generasi muda lebih tertarik dengan konten-konten inovatif, maka para da'i perlu kreatif dan inovatif dalam mengemas konten dakwah yang ingin disampaikan. Berkaitan dengan digitalisasi, strategi dakwah ini berhasil merangkul kehidupan generasi muda yang tidak lepas dari dunia digital.

Sejumlah besar menteri di masa lalu telah memasuki jagat hiburan online seperti Ustadz Abdul Somad, Khalid Basalamah, Hanan Attaki, dan Ustadz Adi Hidayat. Kemudian muncul sejumlah da'i tambahan, antara lain Gus Miftah, Gus Baha, dan Gus Muwafiq. Generasi muda yang mendominasi dunia media sosial—para dakwah, kreator konten, aktor, dan pengusaha muda selalu menyertakan dakwah dalam unggahan yang dikemas secara apik—dan tidak kalah dengan generasi sebelumnya. Selain para da'i, dunia dakwah media sosial dihuni oleh berbagai akun pribadi atau dakwah yang tak kalah inovatif dan mempesona. Alhasil, eksistensi dakwah dan prinsip-prinsip yang dijunjungnya melalui media sosial di era digital harus ditekankan dan pelestariannya harus mendesak.

Metode

Menurut Masyuri & Zainuddin (2009), penelitian ini bersifat deskriptif

kualitatif karena mengumpulkan data dan informasi tentang objek penelitian dan seperti apa pada saat penelitian dilakukan. Sementara itu, pengumpulan informasi dilakukan dengan mengenali berbagai informasi dari situs-situs Instagram record para menteri, content designer, entertainer, visioner bisnis dan website individu yang memajukan dakwah dan didukung oleh berbagai sumber artikel logis lainnya. Prosedur pemeriksaan informasi yang digunakan sama dengan eksplorasi subyektif sebagai aturan umum, yang dilakukan selama pengumpulan informasi dan setelah pengumpulan informasi selesai dalam jangka waktu tertentu. Menurut Miles & Huberman (1992), kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga analisis selesai atau data habis. Model investigasi informasi Miles dan Huberman (1992) dipisahkan menjadi tiga, yaitu penurunan informasi spesifik, pengungkapan informasi, dan pencapaian kesimpulan atau konfirmasi. Metode komparatif, yang bertujuan untuk memperoleh pernyataan faktual dengan membandingkan data internal dan eksternal, digunakan dalam hal ini untuk menginterpretasikan data dan menentukan maknanya.

Hasil dan Diskusi

Strategi Dakwah Generasi Mileneal

Usia yang lebih muda adalah perkembangan sosial yang mencakup kelompok yang memiliki usia yang sama dan pengalaman yang serupa. Mannheim (1952) dengan cepat mengarahkan penelitian pada kontras generasi. Generasi dibagi menjadi subkelompok berikut: Generasi Veteran (dari 1925 hingga 1946), Generasi Baby Boom (dari 1946 hingga 1960), Generasi X (dari 1960 hingga 1980), Generasi Y (dari 190 hingga 1995), Generasi Z Generasi (dari 1995 hingga 2010), dan Generasi Alfa (dari 2010 hingga sekarang) adalah generasi. Berbagai kelompok generasi ini masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda. Sama halnya dengan generasi muda yang dikaitkan dengan keterbukaannya terhadap teknologi, generasi muda juga memiliki ciri-ciri yang membedakannya dengan beberapa generasi sebelumnya, seperti:

Generasi yang tech-savvy, web-savvy, dan app-friendly. Generasi muda disebut juga sebagai generasi digital karena mereka memiliki pengetahuan dan antusias terhadap teknologi informasi serta dapat mengakses berbagai informasi dengan cepat dan mudah.

Sosial manusia, usia yang lebih muda bekerja sama dengan kuat melalui hiburan online dengan berbagai latar belakang.

Generasi muda seringkali ekspresif, toleran terhadap perbedaan, dan sangat ramah terhadap lingkungannya.

Generasi muda dikenal sebagai generasi serba bisa karena sering melakukan banyak tugas secara bersamaan.

Generasi yang dikenal sebagai "Fast Switcher", yang bergerak cepat dari satu ide atau pekerjaan ke ide atau pekerjaan lainnya.

Sharing is Mindful, usia yang semakin muda menjadikan berbagai hal menjadi semacam mindful, atau disebut juga usia suka berbagi."

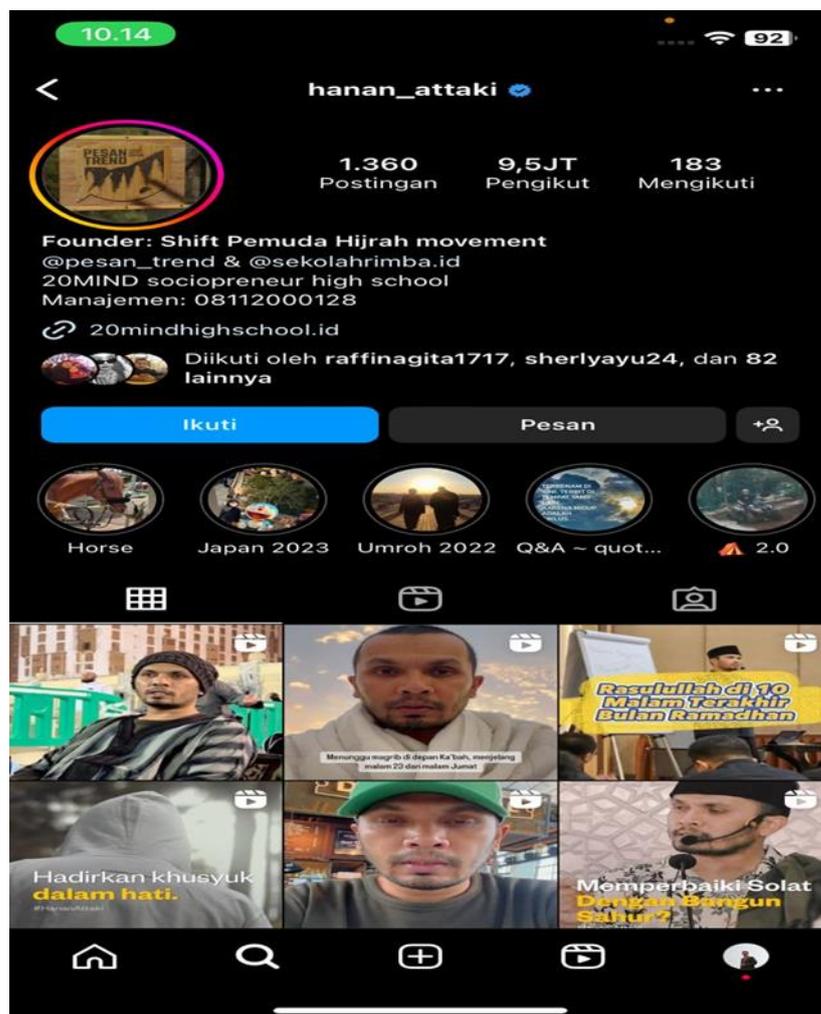
Francis dan Hoefel (2018) mengungkapkan bahwa dengan sifat-sifat tersebut, maka usia yang lebih muda disebut penduduk lokal yang maju karena sejak awal mereka sudah diperkenalkan dengan internet dan gadget. Generasi muda tampaknya memiliki kebutuhan primer terhadap teknologi, selain kebutuhan pengetahuan, pendidikan, dan sosial. sehingga pada akhirnya mempengaruhi komunikasi tatap muka mereka, yang biasanya pasif (Littlejohn & Foss, 2011).

Komunikasi tatap muka adalah ketika dua orang memperhatikan satu sama lain untuk menyampaikan inti pesan. Akibatnya, rasa hormat satu sama lain berkembang di antara para komunikator. Sehingga membatasi terjadinya miskonsepsi terhadap pesan yang disampaikan dan diterima. Namun, ketika menggunakan perangkat digital, generasi muda merespons digital secara berbeda. Usia yang lebih muda lebih banyak melakukan berbagai tugas jika dibandingkan dengan usia sebelumnya. Pengamatan menunjukkan bahwa generasi muda lebih cepat merespon perangkat digital dan dapat menggunakannya secara efektif bahkan tanpa instruksi. Menurut Francis & Hoefel (2018), generasi muda menggunakan media digital untuk berbagai keperluan, antara lain informasi, pendidikan, hiburan, dan memenuhi kebutuhan komunikasi.

Ketika dua orang atau lebih duduk bersama, mereka harus dapat berkomunikasi dengan mudah. Faktanya, komunikasi langsung tidak selalu mudah bagi generasi muda, sehingga banyak orang yang tidak mengerti apa yang dikatakan dai kepada jemaatnya. Karena generasi muda lebih suka disibukkan dengan gadgetnya saat mendengarkan informasi. Berbeda dengan penyampaian informasi dan komunikasi secara online melalui digital atau media sosial, akan mendapatkan respon yang lebih cepat dan dianggap lebih inovatif dan menarik. Selanjutnya penyampaian materi dakwah dengan menggunakan virtual entertainment office tidak diragukan lagi lebih berhasil.

Salah satu dai yang berdedikasi di media sosial adalah Hanan Attaki yang menggunakan username @hanan_attaki di Instagram dan channel Hanan Attaki di YouTube. Penampilan dan

bahasa Hanan Attaki di berbagai video sesuai dengan tren. Penyajian materi menunjukkan kemampuan beradaptasi sekaligus menyampaikan pesan yang jelas dengan santai. Selain itu, ia juga menggunakan pilihan bahasa yang populer di kalangan usia yang lebih muda, dan ia bahkan sering menggunakan dialek yang tidak dikenal yang alami dalam rutinitas sehari-hari di usia yang lebih muda. Alhasil, Hanan Attaki berhasil mengajak generasi muda untuk menjadi pengikutnya. Ceramah Hanan Attaki mayoritas berisi konteks kekinian yang dekat dengan kehidupan generasi muda, seperti isu-isu kehidupan kekinian, tips cara cepat mendapatkan jodoh idaman, dan cara menyikapi kehidupan di ruang digital. Hal ini membuat ceramah Hanan Attaki menarik. Berikut ini adalah capture akn isntagram Hanan Attaki:

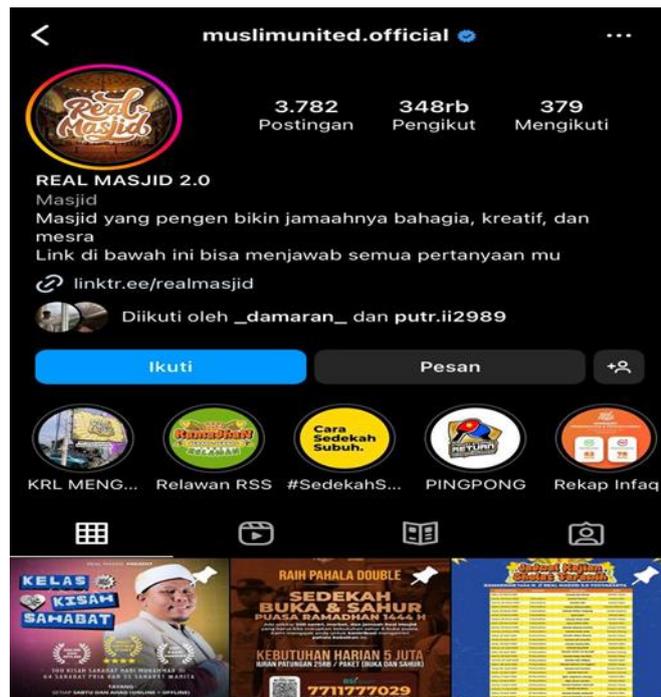


Gambar 1. Akun Instagram Hanan Attaki

Selain akun Hanan Attaki, masih banyak akun dakwah lain yang tak kalah tenar di kalangan anak muda, salah satunya akun Instagram @musliunited.official. Dengan unggahan kajian dakwahnya berupa kutipan dan audiovisual yang mencerminkan dakwah Islam kontemporer, akun ini berhasil menggaet penonton muda. Akun ini tidak hanya berdakwah secara online, tapi juga melakukan kajian dakwah tiga hari berturut-turut dengan narasumber yang sedang populer di kalangan remaja. Artis pendatang Ade Jigo, Dimas Seto, Arie Untung, dan Alfie Afandi menjadi pembicara. Bahkan beberapa pendakwah ternama seperti Hanan Attaki, Ustadz Abdul Somad juga sering diundang.

Cara hidup generasi ini berbeda dengan generasi sebelumnya. Usia ini dikandung ketika inovasi telah berkembang, sehingga mereka dapat menyelidiki inovasi lebih lanjut untuk membantu sudut pandang sosial yang berbeda. Perangkat inovatif seperti ponsel yang menggunakan internet untuk mendapatkan berbagai data terkait erat dengan usia yang lebih muda, termasuk penelitian ketat yang juga dapat dilakukan secara online. Para penginjil memusatkan perhatian pada hal ini sebagai pintu terbuka, sehingga pesan tegas mereka tidak dilakukan

begitu saja terputus. Kisah-kisah tersebut di atas berhasil mendapatkan dukungan dari generasi muda dan mendorong mereka untuk mengikutinya karena daya cipta dan antusiasme mereka. Terbukti bahwa remaja atau generasi muda menjadi target utama khalayak, dan konten dakwah yang diadakan dan diunggah bisa dikatakan mengikuti perkembangan zaman. Setelah melihat beberapa postingan yang diunggah, terlihat jelas bahwa akun ini memiliki ciri khas tersendiri, seperti template yang dibuat untuk menarik selera anak muda. Salah satu chanel Instagram yang juga menarik adalah akun berikut:

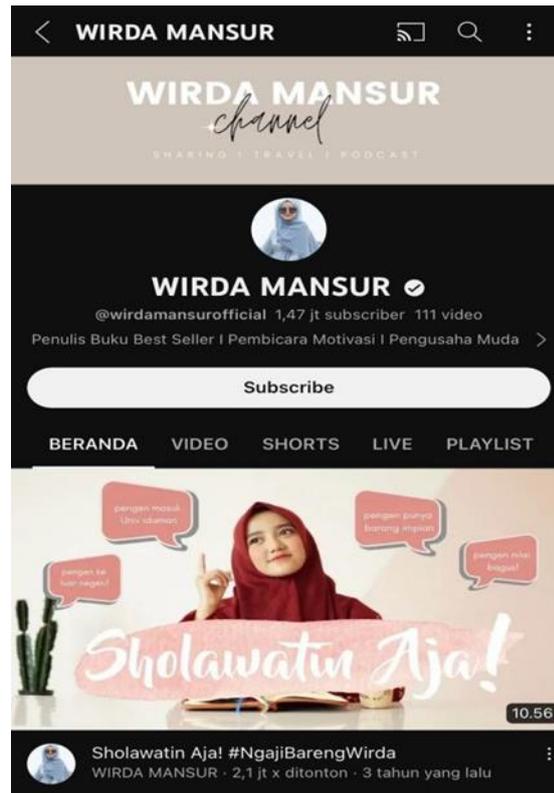


Gambar 2. Akun Instagram @muslimunited.Official

TikTok, Twitter, dan YouTube menjadi salah satu platform media sosial yang kerap dijadikan referensi dan ruang gerak generasi muda. Platform ini selain Instagram. Wirda Mansur punya channel YouTube yang tak kalah populer di kalangan generasi muda. Salah satu channel yang digunakan anak muda adalah channel YouTube Wirda Mansur. Dia adalah seorang pengelola uang, hafidzah dan sekaligus da'iyah dan sering berubah menjadi individu aset untuk berbagai kesempatan.

Wirda Mansur aktif tidak hanya di YouTube Channel-nya, tetapi juga di sejumlah platform media sosial lainnya. Karena tergolong generasi muda, Wirda Mansur paham dengan kebutuhan targetnya. Dalam setiap unggahannya, ia memberikan berbagai konten yang mendidik dan inspiratif. Ia kerap mengajak pengikutnya secara langsung dalam kegiatan seperti program sholat W30H (30 Hari Waqiah) dan pengajian di Instagram miliknya. Selain itu, ia juga sering membagikan takjil berbuka puasa Senin Kamis bagi para pendukungnya yang berpuasa, serta memberikan hadiah atas prestasi atau jerih payah mereka dan hanya untuk berbagi. Sementara itu di saluran YouTube-nya, ia menyajikan seluk-beluk keislaman terkini dengan penyampaian yang gamblang. Kanal YouTube-nya memiliki sejumlah video dengan berbagai amalan, antara lain doa sakti, Waqiah

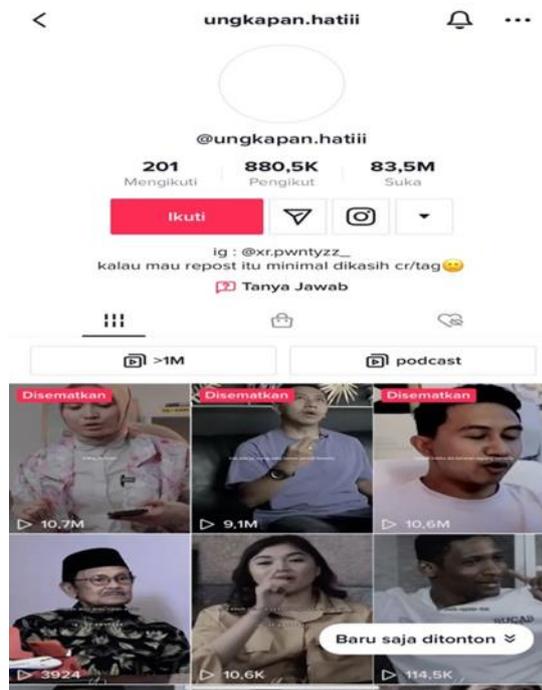
30 Hari, Surah Yasin, dan lain-lain. Selain itu, ia hadir dengan menonjolkan praktik generasi muda. Di channel-nya, ia membahas masalah perjodohan, masalah menonton drama Korea, dan masalah lainnya dengan berbagai solusi dan motivasi. Dilihat dari perkembangan dan imajinasinya, ia dapat menarik pertimbangan usia yang lebih muda. Saluran YouTube Wirda Mansur saat ini memiliki 1,5 juta pelanggan. Berikut ini adalah gambar akun Instagram Wirda Mansur:



Gambar 3. Akun Instagram Wirda Mansur

TikTok adalah platform media sosial yang juga menarik bagi generasi muda. TikTok adalah platform video musik dan jejaring sosial yang diluncurkan pada tahun 2016 dan memungkinkan pengguna menonton dan menemukan jutaan video pendek yang dipersonalisasi. Namun, TikTok saat ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan informasi, salah satunya dengan kegiatan dakwah, berkat sejumlah ide dan inovasi cemerlang dari para pembuat konten dan da'i. Kegiatan terkait dakwah di TikTok tak kalah dengan sejumlah platform media sosial lainnya. Artinya, dakwah di TikTok juga dilakukan dengan mengunggah konten kreatif atau video yang memuat materi dakwah dan disajikan dengan semenarik mungkin. Akun dakwah TikTok @ungkapan.hatii adalah salah satu akun dakwah yang lebih terkenal di platform tersebut. Selain berbagai podcast tentang bagaimana menghadapi tantangan hidup di era digital dan motivasi hidup di jalan Allah SWT, akun ini juga memiliki cuplikan ceramah ustadz-ustadz yang akrab di telinga generasi muda. Jodoh dan persahabatan juga sering dibahas di akun lain.

Jumlah orang yang menggunakan aplikasi TikTok meningkat setiap tahunnya, khususnya di Indonesia, mencapai 32 juta pada awal tahun 2020. Sekitar 92,07 juta orang Indonesia akan menggunakan TikTok pada tahun 2022. Para da'i memiliki peluang besar untuk memanfaatkan ini sebagai media dakwah yang efektif, karena banyaknya pengguna. Kekuatan pemanfaatan hiburan virtual TikTok sangat tinggi, sehingga pemanfaatan pelajaran Islam yang ketat ternyata lebih banyak dibandingkan TikTok. Generasi baby boomer, generasi milenial, dan generasi muda semakin sadar akan pentingnya ajaran Islam dalam kehidupan mereka, menandakan semakin ketatnya pergeseran gaya hidup beragama. Berikut ini adalah gambar akun Instagram Ungkapan hati:



Gambar 4. Akun Instagram Ungkapan Hati

Para da'i menggunakan alat yang disediakan oleh akun media sosial untuk mengembangkan strategi dakwah baru, seperti yang dapat dilihat dari penjelasan sebelumnya. Sebagai aturan umum, penginjil memiliki pendekatan yang sama untuk mengajar melalui hiburan virtual, tepatnya dengan mentransfer berbagai rekaman imajinatif yang berisi materi pengajaran. Para da'i, di sisi lain, memiliki ciri khas tersendiri yang membuatnya menarik bagi generasi muda, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Banyaknya orang yang mengikuti akun-akun dakwah tersebut menunjukkan bahwa strategi para da'i berhasil menyita perhatian generasi muda.

Eksistensi dan Nilai Dakwah Generasi Muda Gaya komunikasi yang berkembang saat ini mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, termasuk kegiatan dakwah. Latihan dakwah yang tadinya rutin dilakukan kini telah berpindah dan dilakukan di ruang hiburan virtual. Sejumlah akademisi memiliki pandangan yang berlawanan ketika dakwah virtual pertama kali mulai menyebar di Indonesia. Dakwah, menurut sebagian orang, tidak boleh dilakukan secara virtual. Namun, sebagian lainnya berpendapat bahwa dakwah virtual tidak boleh

diganggu gugat. Padahal sudah sepatutnya dakwah selalu mengikuti perkembangan zaman. (Kumala, 2020) dalam salah satu pemeriksaannya mengungkapkan bahwa pemberitaan melalui media maya bukanlah sesuatu yang harus ditentang dan dijauhi. Padahal, Islam memandang segala sesuatu yang baru sebagai suatu keharusan pembaharuan guna memajukan eksistensi Islam di segala tingkatan. Dakwah virtual sebenarnya ada di sejumlah platform media sosial. Misalnya, penelusuran kitab kuning Ihya' Ulumuddin yang diinstruksikan oleh Gus Ulil di Facebook, Gus Mus dan Cak Cloister di saluran YouTube mereka, siaran digital Habib Husein Ja'far.

Selain itu, ia juga menggarisbawahi moral pengajaran virtual yang harus dipertahankan oleh penginjil. Para da'i yang berkecimpung di ruang maya akan terhindar dari terjerumusnya aspek-aspek negatif internet jika memahami etika berdakwah, baik dari segi kualitas pemilihan materi dakwah maupun cara penyampaiannya. Moral ini menggabungkan; Pertama, keterampilan media. Da'i saat ini diharapkan mahir dalam bermedia, sehingga harus mampu mengolah informasi dengan baik sebelum disebarluaskan agar khalayak dapat memberikan tanggapan yang tepat. Kedua, ujung tombak dakwah adalah kredibilitas keilmuan dan moral. Seorang pengkhotbah dapat menyesatkan pendengarnya jika dia tidak memiliki moral dan pengetahuan yang sesuai.

Menurut penelitian Yahya & Farhan (2019), dakwah virtual di media sosial menghadirkan peluang yang sangat baik untuk menarik generasi muda sebagai objek dakwah. Selain itu, dakwah juga dianggap bisa dilakukan di ruang virtual. Para pendakwah kini dapat berdakwah dengan lebih mudah berkat teknologi yang semakin canggih. Kemudian lagi, buka pintu untuk pengajaran yang semakin terbuka total posturnya semakin menyusahakan kesulitan bagi penginjil. Seorang dai harus paham dengan kemajuan teknologi dan mahir dalam berbagai aktivitas media sosial, antara lain; Pertama, seorang menteri diharapkan memiliki cara bicara yang baik. Ini menyiratkan bahwa da'i harus mendominasi materi dan menyajikannya dengan atributnya sendiri. Dengan demikian, seorang da'i dapat dikenal oleh mad'u dengan gaya khasnya. Kedua, seorang dai harus paham dengan konsep dasar sosial dan psikologis. Da'i akan dapat mengidentifikasi karakteristik dan kecenderungan mad'u dengan dua keterampilan ini, sehingga memudahkan da'i untuk memilih topik dan metode dakwah yang akan digunakan.

Terlepas dari semua akomodasi dan kelangsungan pengajaran melalui hiburan virtual, ada beberapa konsekuensi buruk dari hiburan berbasis web pada pendidikan Islam. Pertama, terjadi penurunan literasi Islam dan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang dibagikan di media sosial, termasuk informasi Islam. Kedua, banyak menteri yang lesu membuka buku. Ketiga, budaya membaca di masyarakat semakin menurun, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih bermedia sosial daripada membaca. Di media sosial, hal ini sepertinya sudah menjadi pemandangan biasa. Seorang da'i tidak lagi menyampaikan ceramah dengan disertai buku referensi. Keempat, klaim kebenaran pemahaman agama tertentu semakin tidak terbatas. Kelima, merebaknya radikalisme yang ketat, saat ini hiburan online telah berubah menjadi panggung yang menambah merebaknya radikalisme dan pemahaman agama yang salah (Rochmat, 2017). Hal ini pula yang menjadi salah satu keluhan dan kekhawatiran Thobib Al-Asyhar, Pelaksana Temu Karya Digital MUI, yang khawatir banyak orang akan berkonsentrasi pada agama tanpa arahan seorang pengajar (Kholis, 2021).

Nilai Kesenian sebagai Metode Dakwah

Ada pepatah yang mengatakan bahwa seni akan membuat hidup menjadi indah. Saat berdakwah di media sosial, seni bisa berbentuk konten original. Melalui hiburan berbasis web, khususnya Instagram, yang dilengkapi dengan fitur-fitur seperti background, efek gambar dan video. Dengan tujuan agar para penginjil dan pembuat konten dapat membuat konten video dan foto yang menarik untuk menyampaikan materi dakwahnya. Misalnya rekaman dakwah yang diselingi dengan melodi yang tegas dan efek gambar yang sesuai dengan selera mad'u.

Nilai Ekuitas (Libertarianisme)

Orang-orang pada level fundamental memiliki keistimewaan yang sama di hadapan Allah SWT. Teknik dakwah dengan hiburan berbasis web sebenarnya perlu menitikberatkan pada pemerataan. Yakni, memberikan ruang bagi mad'u dan pemirsa dari berbagai latar belakang untuk berinteraksi dengan da'i, seperti dengan berdebat atau bertanya. Sebab, seperti yang Anda ketahui, pengguna media sosial berasal dari berbagai latar belakang suku, agama, dan ras.

Menurut Islamic Values Omar (2004), dakwah adalah upaya membimbing manusia ke arah yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT. untuk mendukung dunia ini dan yang luar biasa. Sebaliknya, menurut Buya Hamka dalam Munir & Ilaihi (2009), makna dakwah adalah seruan untuk berpegang pada ideologi dengan landasan positif untuk berbuat baik dan melarang kejahatan. Dakwah adalah kegiatan lain yang dilakukan da'i untuk mendidik mad'u tentang kebaikan dan bagaimana menghindari kejahatan. Menelepon, mengajak, atau terlibat dalam aktivitas persuasif lainnya adalah contoh dari aktivitas ini. Dakwah mengajarkan umat Islam untuk bertindak sesuai dengan Islam sebagai agama rahmatan lil'alamin, dan itu harus didakwahkan kepada seluruh umat Islam. Dakwah meliputi komponen-komponen sebagai berikut: Da'i yang berarti subjek, mawaddah yang berarti materi, thoriqoh yang berarti cara, wasilah yang berarti objek, dan mad'u yang berarti objek, dalam mencapai maqashid, atau tujuan. , dari dakwah yang melekat pada tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat (Hayati, 2017).

Kegiatan dakwah yang memanfaatkan media sosial mencerminkan nilai-nilai keislaman, seperti yang didefinisikan dalam definisi dakwah sebelumnya. Karena pada dasarnya materi dakwah dalam konten hiburan virtual setara dengan materi dakwah tradisional, perbedaannya hanya terletak pada strategi penyampaian dan mediana. Hal ini menandakan bahwa dakwah itu sendiri tidak dirugikan dengan cara ini. Dakwah media sosial berisi puji-pujian kepada Allah SWT. serta shalawat untuk menghormati Nabi Muhammad. Para pendakwah juga sering mengangkat topik-topik seperti tauhid, kalam, ma'rifat, dan bidang-bidang ilmu agama lainnya, serta yang berkaitan dengan kekuasaan Allah. seperti yang kita jumpai di akun YouTube dan Instagram Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Gus Miftah, Gus Baha, akun muslimunited.official. Ahmad Zamzam, Ustadz Hilan Fauzi, dan berbagai akun lainnya

Nilai Pluralisme

Sementara dakwah tidak bisa menafikan keberadaan umat beragama lain, apalagi saat ini, nilai ini mengakui pluralisme agama. Dakwah melalui hiburan virtual sesuai dengan standar ketat bahwa ada jaringan ketat lainnya selain yang diterima. Dalam masyarakat yang multikultural, multietnis, dan multireligius, Islam mengedepankan perdamaian. Hal ini terlihat dari pemanfaatan media sosial untuk kegiatan dakwah yang tidak terbatas pada satu agama saja. Siapapun boleh menggunakan media sosial karena merupakan wadah universal. Pemanfaatan hiburan online sebagai wahana dakwah juga menunjukkan individu, terutama usia

yang lebih muda, untuk tidak obsesif, namun terbuka terhadap penilaian siapa pun, termasuk mereka yang memiliki keyakinan berbeda atau non-Muslim (Huseini, 2005).

Nilai Modernisme

Nilai ini berarti mencoba sesuatu yang baru, sekalipun harus bersaing dengan yang lama. Penggunaan berbagai platform media sosial telah membawa metode dakwah ke era modern. Teknik ini ternyata lebih berhasil dengan gaya hidup usia muda yang tidak lepas dari gadget dan internet. Pengkhotbah juga dapat menggunakan strategi ini untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih besar. Oleh karena itu, dapat dikatakan dakwah menjauh dari tradisional menuju digital karena media sosial.

Dakwah digital akan terus berkembang sebagai hasil kemajuan sosial, budaya, dan teknologi dari waktu ke waktu. Para mubaligh, umat Islam pada umumnya, dan generasi muda pada khususnya perlu mampu beradaptasi dengan perubahan zaman yang akan datang. Juga, terutama, umat Islam harus lebih cerdas untuk mengundang banyak kemungkinan hasil di kemudian hari. Hal ini dimaksudkan agar esensi dan prinsip dakwah dapat berkembang di era media sosial.

Kesimpulan

Karena paparan awal mereka terhadap internet dan gadget, generasi muda juga disebut sebagai digital natives. Generasi muda memiliki keterikatan dengan teknologi; kebutuhan sosial dan pendidikan mereka, serta pengetahuan mereka tentang sesuatu yang dapat menghalangi kemampuan mereka untuk berkomunikasi dengan dunia nyata—idealnya, komunikasi tatap muka—bergantung pada internet. Mereka disinggung sebagai zaman yang melakukan banyak tugas, sehingga dengan cara hidup ini penyampaian materi dakwah dengan memanfaatkan dan jauh lebih layak menggunakan kantor hiburan virtual. Intinya, di era generasi muda saat ini, cara terbaik untuk mengamalkan dakwah adalah melalui penggunaan tulisan-tulisan yang menarik dan konten-konten kreatif melalui digital atau media sosial.

Saat ini dakwah virtual tersedia di sejumlah platform media sosial, antara lain Facebook, Instagram, YouTube, podcast, dan lainnya. Contohnya seperti kajian kitab kuning *Ihya' Ulumuddin* berbasis Facebook Gus Ulil, channel YouTube Gus Mus dan Cak Nun, podcast Habib Husein Ja'far, dan masih banyak lagi. Hal ini menunjukkan maraknya penggunaan media sosial untuk dakwah. Selain itu, nilai-nilai dakwah dilestarikan seutuhnya, sebagaimana dikemukakan sebelumnya: dakwah melalui media sosial meliputi nilai-nilai seni, kesetaraan, Islam, pluralisme, dan modernisme.

Daftar Pustaka

- Febriani, S. R., & Desrani, A. (2021). Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial. *Jurnal Perspektif*, 14(2), 312–326.
- Hayati, U. (2017). Nilai-Nilai Dakwah; Aktivitas Ibadah dan Perilaku Sosial. *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(2), 175–192.
- Masyuri, & Zainuddin, M. (2009). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*
- Rochmat, M. (2017). Enam Efek Negatif Media Sosial terhadap Literasi KeIslaman, ApaSaja? In NU Online.

Kusnandar, V. B. (2021). Penetrasi Internet Indonesia Urutan Ke-15 di Asia pada Tahun 2021. <https://databoks.katadata.co.id>