

DAKWAH *BIL* MEDSOS *MIN* MANUAL *ILA* DIGITAL

Siswanto¹⁾

¹⁾Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan

Email: ¹⁾siswantolwy@gmail.com

Abstraksi: Teknologi telah mengalami perkembangan begitu pesat. Dengan teknologi memudahkan kita untuk bisa belajar tentang apa saja. Begitu juga dalam belajar agama di era digital ini, semakin mudah, segala sesuatunya bisa dilakukan secara digital. Termasuk dakwah digital. Jika dulu seorang penceramah harus secara manual mendatangi tempat ibadah, atau mengumpulkan sekian banyak orang, untuk bisa berceramah. Sekarang, tinggal bikin *channel youtube* sendiri, sudah bisa melakukan ceramah. Para pengikutnya tinggal mengaksesnya dari mana saja, kapan saja dan dimana saja. Tulisan ini mencoba untuk memotret isu dakwah kontemporer dengan menawarkan sebuah alternative yang semula serba manual-tradisional-kultural ke arah yang serba digital-online-virtual dengan menggunakan media sosial.

Kata Kunci: *dakwah bilmedsos, manual, digital, media sosial*

Abstract: Technology has developed so rapidly. Technology makes it easier for us to learn about anything. Likewise, in learning religion in this digital era, it is getting easier, everything can be done digitally. Including digital da'wah. In the past, a preacher had to manually go to a place of worship, or gather a large number of people, to be able to give a lecture. Now, all you have to do is make your own YouTube channel, you can do lectures. The followers just have to access it from anywhere, anytime and anywhere. This paper tries to portray contemporary da'wah issues by offering an alternative that was originally manual-traditional-cultural to digital-online-virtual by using social media.

Keywords: *da'wah bilmedsos, manual, digital, social media*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi memang telah merubah perilaku keseharian kita. Teknologi telah menjauhkan yang dekat, namun juga mendekatkan yang jauh. Dengan dakwah di media sosial, masyarakat tidak perlu lagi harus datang ke masjid, gereja atau tempat ibadah yang lain. Untuk mendengar ceramah tokoh A, tidak perlu harus menunggu hari tertentu atau di tempat tertentu. Sekarang tinggal dibuka saja channel youtube masing-masing tokoh, kita sudah bisa mendengarnya hanya dengan sekali klik saja melalui gadget kita.

Karena kemajuan teknologi pula, telah melahirkan tokoh-tokoh virtual yang dianggap mengerti banyak hal. Kita tidak kenal, tidak pernah bertemu secara fisiki, tapi bisa mengetahui ceramah atau dakwahnya di media sosial. Ada penceramah yang memang benar-benar mempunyai latar belakang agama yang kuat, karena alumni pesantren. Namun ada juga penceramah yang belajar agama secara otodidak, alumni pesantren luar negeri dan segala macamnya.

Ada yang pemahaman agamanya benar, ada yang setengah, tapi ada juga yang dangkal. Karena itu, pemahaman agamanya pun bermacam-macam. Ada yang bisa melihat sesuai dengan konteksnya, tapi ada juga yang memaknai secara lurus saja. Belajar agama secara digital memang mempunyai kelebihan dan kekurangannya tersendiri. Jika kita, masyarakat awam ini belajar agama melalui media sosial, tapi tidak

membekali diri dengan literasi yang kuat, maka kita akan mudah percaya saja pendapat yang dikatakan para penceramah virtual tersebut.¹

Namun, jika kita punya literasi yang kuat, maka kita akan cari penguat atau pembanding. Jika disebutkan dasarnya ayat A, benarkah hanya ayat A, atau jangan-jangan ada ayat lain yang dijelaskan di ayat B. Cek ricek perlu dilakukan di era digita ini. Karena sekarang ini banyak oknum-oknum tertentu yang menyusupkan paham radikalisme dan intoleransi melalui dakwah-dakwah yang disebar di media sosial.

Banyak pemahaman yang direduksi, sehingga maknanya berkurang atau bahkan hilang. Hal ini tentu akan sangat mengkhawatirkan, jika diserap secara mentah-mentah oleh orang yang ingin belajar pemahaman agama. Karena itulah, tetap lakukan cek dan ricek kepada guru agama yang kita kenal, agar kita punya pembanding. Dakwah secara virtual- digital- media sosial memang banyak sekali macamnya. Ada yang secara terang-terangan menyusupkan paham kebencian. Semuanya selalu dihadapkan pada salah dan benar, surga dan neraka. Namun, ada juga yang tetap mengedepankan keberagaman. Bahwa belajar agama itu perlu proses. Tinggal selama berproses itu, diperlukan sebuah pemahaman yang tepat.

B. Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dengan mengkaji beragam data terkait, baik yang berasal dari sumber data utama (*primary sources*) maupun sumber data pendukung (*secondary sources*). Sumber data utama adalah buku atau tulisan dari beberapa referensi tentang dakwah manual maupun era digital. Sedangkan sumber data pendukung adalah yang diperoleh dari pustaka, buku-buku atau karya-karya yang relevan dengan pokok permasalahan yang diteliti.²

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumensi, yaitu dengan mengumpulkan data primer yang diambil dari buku-buku yang secara langsung berbicara tentang permasalahan yang akan diteliti dan juga dari data sekunder yang secara tidak langsung membicarakannya namun relevan untuk dikutip sebagai pembanding. Adapun prosesnya adalah melalui penelaahan kepustakaan yang diorganisir dan dikelompokkan secara selektif sesuai kategorisasinya dan berdasarkan *content analysis* (analisis isi). Kemudian data tersebut dideskripsikan secara jelas.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menguraikan dan menjelaskan terhadap masalah yang akan diteliti.³ Sedangkan Metode yang dipakai dalam menganalisa data adalah dengan menggunakan analisa data kualitatif. Dalam operasionalnya data yang diperoleh digeneralisir, diklasifikasikan kemudian dianalisa dengan menggunakan penalaran induktif dan deduktif.⁴

Deduktif merupakan penalaran yang berangkat dari data yang umum ke data yang lebih khusus. Aplikasi dari metode tersebut dalam penelitian ini adalah bertitik tolak dari gagasan tentang fenomena

¹ Halim Pratama, "Dakwah Digital Harus Tetap Kedepankan Keberagaman" dalam www.kompasiana.com, diakses pada tanggal 01 Oktober 2021.

² Tentang sumber data, Suharsimi Arikunto mengklasifikasi menjadi tiga dengan huruf depan P singkatan dari: (1) *Parson*, sumber data berupa orang. (2) *Place*, sumber data berupa tempat. (3) *Paper*, sumber data berupa simbol. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

³ Ada kesatuan mutlak antara bahasa dan pikiran seperti antara jiwa dan raga. Data yang dieksplisitkan memungkinkan dapat dipahami secara tepat. Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: Raja Grafindo, 1996), 48.

⁴ *Ibid.*, 49.

dakwah secara manual merambah kedalam dakwah di era milenial yang serba digital-virtual media sosial. Sementara induktif adalah penalaran dari data yang khusus dan memiliki kesamaan sehingga dapat digeneralisirkan menjadi kesimpulan umum.

C. Temuan Data dan Diskusi

a. Kebutuhan Manusia terhadap Dakwah

Apakah manusia membutuhkan dakwah? Tentu jawabannya: iya, karena sifat manusia sudah dipastikan tidak lepas dari salah dan lupa sehingga dibutuhkan untuk dibenarkan jika melakukan kesalahan dan diingatkan jika telah melupakan ajaran. Salah dan lupa merupakan kodrat yang dimiliki oleh manusia. Terdapat tiga macam makhluk, ada yang benar terus dan taat terhadap aturan yang merupakan ciri khas para malaikat, ada yang salah terus yang merupakan ciri dari makhluk yang disebut iblis, sedangkan makhluk berikutnya adalah manusia yang kadang taat terhadap perintah Allah kadang juga pada waktu yang lain bisa melakukan kesalahan atau membangkang terhadap perintah Allah.

Karena kodrat manusia yang kadang lupa dan salah tersebut sehingga *tawassau bil haq watawa saubis shabr* sangatlah dibutuhkan dan ini adalah bagian dari misi dakwah. Ternyata potensi yang ada Termasuk lupa memang dibutuhkan manusia. Karena jika lupa terus merupakan penyakit, ingat terus juga Penyakit. Penyakit Lupa pada umumnya diantaranya adalah penyakit Amnesia ada yang lebih parah lagi yaitu itu Alzheimer penyakit lupa yang satu ini lebih parah yang mana Sampai ia lupa pada dirinya termasuk namanya. Ingat terus juga penyakit, contoh jika kita mengalami kejadian orang mana kejadian itu adalah sesuatu yang pahit dan menakutkan, jika kita tidak bisa melupakannya maka timbullah Penyakit *Traumatic*. Sehingga lupa yang ada pada diri manusia itu bagian dari hikmah.

Dalam berdakwah ada yang perlu diperhatikan diantaranya adalah harus Mengerti Bagaimana Kondisi mad'u. *Ala uqulibim*, sesuai dengan rasio yang akan dijadikan obyek dakwah. Dalam surat an-nahl ayat 125 dijelaskan *ud'u ila sabili robbika bil hikmah wal mauidhotil hasanah wajadilbum billati hiya ahsan*. Ajaklah ke Jalan Tuhanmu dengan cara *Hikmah, mauidoh hasanah* dan *jadilbum billati hiya ahsan*. Ayat ini menunjukkan bahwa seorang da'I harus memperhatikan kondisi mad'u. sehingga materi dan penyikapannya bisa disesuaikan kepada umat yang model bagaimana sehingga pesan dakwah bisa sampai dan diterima oleh mad'u.

Bil hikmah berarti yang kita hadapi adalah kalangan terpelajar para cendekia para akademisi. Sedangkan *maulidatul Hasanah* bisa dilakukan terhadap orang awam atau umum karena orang awam cukup dengan *pitutur Lubur* (perkataan yang baik) mereka akan dengan senang hati untuk menjalankannya tanpa harus mencari dan menggali dasar hukumnya. Sedangkan untuk *Mujadalah* sangat diperlukan sumber hukum yang kuat, *hujjah* atau argumentasi yang memadai sehingga dapat meyakinkan mereka. Biasanya audien untuk kalangan Mujadalah dibutuhkan dengan cara berdialog, berdiskusi, bahkan berdebat dengan anjuran di dalam alquran walaupun ini dilakukan demi misi menggapai sabili rubik maka hendaknya mengambil jalan atau cara yang terbaik, berdebat, berdiskusi, berdialog dengan metode atau pendekatan yang paling baik.

b. Dakwah *bil* Medsos

1. Media Sosial.

Media dalam bahasa dakwah disebut *wasilah*. Sehingga posisi media sosial atau medsos menjadi sesuatu yang sangat bermanfaat jika di manfaatkan secara maksimal. Melalui beberapa konten yang positif terutama menebar ajaran Islam. Apalagi sekarang kaum muda atau yang

disebut kaum milenial media sosial sangatlah *digandrungi* oleh mereka sehingga sangatlah efektif digunakan untuk media dakwah disini penulis menggunakan istilah dakwah *bil medsos*.⁵

Penggunaan media sosial tidak serta merta digunakan apa adanya melainkan harus dipelajari bagaimana mendesainnya untuk memperoleh gambar atau video yang bagus dan suara yang nyaring untuk didengar dan menarik untuk diperhatikan. Terdapat beberapa contoh para dai muda yang menggunakan media sosial desa melalui live streaming di Facebook maupun di media yang lain seperti yang dilakukan oleh kyai muda seperti Ulil Abshar Abdalla yang dikenal dengan Gus Ulil dengan ngaji Ihya'-nya. Ada juga Kyai kuswaidi Syafii juga menggunakan itu dalam kajian-kajian tasawufnya ada juga Abdul moqsih Ghazali melalui media live streaming Facebooknya. Ternyata respon dari para followernya sangatlah banyak.

Dan begitu aktif untuk mengikuti kajian rutinnya efektivitas dari penggunaan media Facebook juga dirasakan lintas benua tidak mengenal teritorial kawasan selama media itu bisa diakses dengan internet yang memadai, maka siapapun akan bisa mengikutinya. Inilah kelebihan dari penggunaan dakwah *bilmedsos* mengudara dan jejak digitalnya bisa diulang kembali tidak harus pada waktu itu untuk menyaksikan atau mendengarkan konten dakwah. Jadi keunggulannya bisa melampaui lintas negara maupun benua juga bisa diputar kembali bagi yang yang tidak bisa mengikuti pada waktu itu, jadi jejak digitalnya bisa diulang dan bisa pahami. Para dai dituntut untuk selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan isu kontemporer terutama apa yang diminati oleh umat pada umumnya, karena di sanalah target pesan dakwah akan bisa mengenai sesuai dengan sasaran. Dakwah manual tentu tetap diperlukan Sedangkan dakwah digital melalui media sosial tentu mempunyai pangsa pasar tersendiri dalam artian sebagai alternatif bagi mereka yang punya kesibukan luar biasa di waktu senggangnya bisa terpenuhi dan menyaksikan atau mendengarkan materi dakwah.⁶

Di Google kita bisa *browsing* sesuai dengan apa yang kita kehendaki seperti materi apa yang yang kita cari tinggal ketik akan muncul beberapa pilihan baik itu yang berupa tulisan maupun yang berubah audio visual yaitu beberapa video baik itu channel YouTube maupun yang livestreaming Facebook sehingga umat dipermudah untuk mengakses apa kebutuhan dan spiritual ruhaninya lewat beberapa materi keagamaan sesuai dengan apa yang menjadi problem hidupnya yang sedang dihadapinya. Pada saat ini juga masalah ekonomi baik termasuk muamalah maupun tata cara ibadah.

2. Kompetensi Seorang Da'i.

Dalam berdakwah diperlukan kompetensi dan *skill* yang memadai terutama di dalam menghadapi mad'u. Di era sekarang sangat dibutuhkan keahlian khusus terutama dalam menghadapi konteks Zaman. Dakwah bil medsos menjadi sesuatu yang efektif karena kebutuhan masyarakat sekarang yang serba *online* sehingga mempermudah masyarakat atau umat untuk belajar baik itu mendengarkan untuk memperoleh pencerahan di dalam permasalahan hidupnya.

Dakwah manual dirasa akan menjadi penghambat dalam menyampaikan misinya sehingga mereka yang yang kecil jamaahnya tapi dirasa keras suaranya diantaranya adalah dikarenakan menguasai dunia media sosial lewat channel YouTube Twitter dan lain sebagainya. Sedangkan yang banyak jamaahnya tapi tidak menguasai dunia media sosial. Sedangkan yang manual akan terasa begitu kecil suaranya di kalangan masyarakat. Sehingga tidak begitu nampak dan tidak efisien di dalam menyampaikan dakwahnya. Untuk itu penguasaan media sosial dirasa perlu kehadirannya sebagai seorang alternative baru. Di era sekarang yang manual pasti tertinggal di era digital.

Dakwah kultural yang serba manual bisa dilakukan dan berkembang pesat daerah pedesaan yang kurang familiar dengan dunia Internet. Untuk daerah tertentu yang serba online bagan di warung-warung serba penuh dengan wi-fi dakwah bil medsos menjadi hal yang begitu

⁵ Siswanto, *Menyongsong Dakwah Bil Medsos di Era Millenial* dalam E-Journal al-Busyro, Vol.1. No. 2 (2020), 55.

⁶Moch. Fakhruroji, *Islam Digital, Ekspresi Islam di Internet* (Bandung: Sajjad. 2011), 45.

efektif dan mudah diakses untuk diketahui isi atau *message* atau pesan dakwah yang disampaikan. Tentu dunia medsos tidak lepas dari sisi negatif karena bisa jadi lewat dunia medsos juga ulama bisa diadu seolah-olah dalam satu majelis sehingga masyarakat awam menjadi delematis dalam mengikuti para panutannya. Tentu tulisan ini tidak dalam ranah itu untuk membahas lebih lanjut. Tulisan ini menawarkan ruang alternatif yang berkembang saat ini yang pada umumnya dakwah dilakukan secara manual dan kultural dan sekarang ke arah yang serba digital kontemporer. Menakar efektivitas dakwah bil medsos Tentu sebagai *counter* konten media-media yang lain Seperti Tik Tok, Selebgram yang lebih banyak mengarah pada amoralitas.

Karena sebagai budaya tandingan (*counter culture*) sehingga pilihan-pilihan bisa menjadi alternatif solutif untuk ditawarkan kepada masyarakat. Pengemasan konten yang baik dan mengenal ukurannya adalah bagaimana pesan itu tersampaikan pada mad'u. Dari segi bahasa yang komunikatif mudah dicerna, mudah diterima mudah di nalar dan juga mudah untuk dipahami. Tampilan yang elegan nan elok dipandang dan disaksikan sebagai tuntunan tidak sekedar sebagai tontonan. Sehingga umat bisa bedakan antara Da'i dan *Stand Up Comedy* jika hanya sekedar *entertain* dalam bentuk humor yang berlebihan sehingga isi yang disampaikan tidak mengena pada ada mad'u, melainkan akan yang diingat adalah humorisnya belaka bukan pesannya. Pada kenyataannya di masyarakat kita Dai yang humoris lebih diterima dan laris manis daripada dari yang serius dalam artian kaku dan jumud dalam penyampaian. Ini membuktikan bahwa masyarakat kita masih butuh hiburan atau *entertain* dalam bentuk kemasannya humor adalah salah satu cara agar mudah diterima oleh mad'u.

3. Fase Perkembangan Penggunaan Internet era 1990-2020-an.

Karena begitu cepat terjadi, banyak dari kita tak sadar bahwa sejak 2015 kita sudah memasuki disrupsi fase keempat, sebuah perubahan revolusioner yang memporak-porandakan cara kita bertransaksi dan mempersepsi apa itu nilai.⁷

a. Fase Koneksi (1990-an)

Sejak internet hadir di kehidupan banyak orang pada pertengahan 1990an, kita telah melewati empat fase disrupsi. Pertama, fase koneksi. Terjadi selama 1990an hingga pertengahan 2000an. Di fase ini, manusia berlomba-lomba untuk terhubung ke internet. Perusahaan yang dominan pada era ini adalah penyedia jasa internet seperti America Online di Amerika atau CBN dan RadNet di Indonesia.

b. Fase Informasi (2000-an)

Terjadi selama tahun 2000an. Di periode ini, semakin banyak orang terhubung ke internet. Tujuan utama mereka membuka internet adalah mencari informasi. Perusahaan yang dominan pada era ini adalah penyedia browser dan mesin pencari, seperti Netscape, Lycos, Altavista, Infoseek, Yahoo, dan puncaknya: Google.

c. Fase Interaksi (2015-an)

Terjadi sejak akhir 2000an hingga 2015. Revolusi mobile memungkinkan manusia terhubung secara sangat intens. Dipicu kehadiran Nokia dan Blackberry, orang semakin mudah berinteraksi dan bergosip. Disrupsi level ini menghadirkan beragam platform media sosial, dari Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Tinder, hingga Tiktok. Sebagian besar pengguna internet hidup pada fase ini.

d. Fase transaksi (2020-an)

Fase di mana manusia sudah melampaui semua kendala internet. Fase di mana internet menjadi sesuatu yang berharga, sumber mata pencarian, dan tempat mendulang uang. Fase ini sering disebut sebagai "internet of value." Revolusinya dimulai pada paruh pertama dekade kedua era milenium, dengan Bitcoin. Teknologi blockchain memungkinkan manusia melakukan interaksi secara terdesentralisasi (DeFi), melakukan eksekusi secara cerdas (smart contract), dan membuka berbagai kemungkinan dengan beragam operasi (interoperability).

Blockchain bukan hanya tentang koin atau mata uang kripto. Lebih dari itu, blockchain adalah teknologi revolusioner yang memungkinkan kita menikmati semua kerja-kerja transaksi super-rumit dan super-massif secara sederhana dan mudah. Beragam

⁷ Luthfi Assyaukanie, "Empat Fase Disrupsi" dalam Akun Facebook, diakses 25 September 2021.

arsitektur blockchain, dari Ethereum, Cardano, Polkadot, hingga Chainlink, memuluskan jalan bagi lalu-lalang transaksi di dunia finansial. Berbagai project kripto diadopsi oleh Visa, Mastercard, NYSE, dan industri berbasis transaksi, seperti Amazon, Alibaba, Gojek, dan Tokopedia.

Mengetahui fase-fase disrupsi ini penting, agar kita tahu dan sadar sedang berada di mana kita. Jika Anda masih sibuk urusan koneksi, Anda sebetulnya masih hidup di era 1990an. Jika Anda masih suka gosip dan mencari informasi, Anda masih berada di level 2 dan 3. Jika Anda bisa menyulap internet menjadi sumber uang dan penghasilan, Anda sudah masuk pada fase keempat.

Jangan seperti kaum penyembah berhala: hidup di era modern tapi pikiran dan perilakunya masih terus mencerminkan dunia Abad Pertengahan dan Zaman Kegelapan. Dengan istilah lain, "berbaju modern tapi pemikirannya masih di era majapahit".

4. Digitalisasi Dakwah bil Medsos, Sebuah Solusi.

Lalu apa yang dapat dilakukan dalam kerangka dakwah Islam sebagai media sosialisasi ajaran? Dakwah kini sudah tidak populer lagi jika hanya mengandalkan media lisan. Mimbar-mimbar yang sebelumnya menjadi andalan penyampaian ajaran kini sudah bukan zamannya lagi. Jika dakwah masih mengandalkan mimbar, diperkirakan, ke depan dakwah Islam akan mengalami degradasi jamaah secara signifikan. Dakwah Islam kini sudah saatnya beralih pada pemanfaatan media baru yang lebih mengikuti era masyarakatnya.

Media digital merupakan alternatif yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, jika dakwah masih ingin dinilai tetap *survive* menghadapi masyarakat, terutama masyarakat yang lahir antara era 1990-an sampai awal 2020-an, atau biasa populer disebut Generasi Z yang menurut statistik, mereka adalah lapisan masyarakat paling banyak, dan akan menjadi penentu pada sekitar sepuluh tahunan lagi. Jadi, kawasan Tatar Sunda dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia ini akan dapat terlayani kebutuhan spiritual dan materialnya, terutama berkaitan dengan misi utama dakwah Islam.

Ada keuntungan yang dapat diperoleh jika dakwah sudah dilakukan secara digital. *Pertama*, aspek efisiensi. Dakwah akan lebih efisien, karena ia tidak membutuhkan waktu dan tempat yang lebih luas. Dakwah dengan digital juga akan dapat menjangkau jumlah jamaah yang jauh lebih besar. Jika jangkauan mimbar hanya berkisar puluhan atau bahkan ratusan orang *audiens*, dengan digital dakwah akan dapat menjangkau ratusan, ribuan, atau bahkan jutaan jamaah dan tersebar di berbagai pelosok geografis yang semakin luas.

Pada aspek efektifitas, meski belum dilakukan penelitian serius dan mendalam, dengan mengacu pada efek yang dihasilkan media sosial dalam bidang yang lain, diperkirakan dakwah digital ini akan jauh lebih efektif dibanding dakwah lisan melalui mimbar. Kesempatan bertemu muka yang semakin terbatas, kini, dengan fasilitas digital, dakwah bisa masuk ke rumah-rumah dan bahkan menjumpai individu-individu dalam tempo dan tempat yang tak terbatas. Dakwah seperti itu juga dapat dikonsumsi kapan saja *audiens* memiliki kesempatan. Jadi dakwah tak lagi dibatasi ruang dan waktu.

Cara-cara dakwah seperti ini sangat memungkinkan, terutama setelah fasilitas media sosial kini semakin memasyarakat. Hampir semua individu masyarakat nampak sudah memiliki fasilitas yang dibutuhkan. Terlihat dari semakin banjirnya arus informasi yang diterima dan dikirim oleh para pengguna media sosial. Bahkan anak-anak usia Sekolah Dasar pun kini sudah terbiasa menggunakan fasilitas itu. Mereka bukan saja diizinkan oleh para gurunya untuk menggunakan media sosial semacam hand-phone, yang padahal sebelumnya dilarang, bahkan tugas-tugas sekolah dari guru-gurunya pun kini sudah dilakukan dengan menggunakan fasilitas media sosial. Demikian pula para anggota keluarga nampak sudah semakin terbiasa memenuhi hajat hidupnya secara *on-line*. Ibu-ibu berbelanja kebutuhan sehari-hari saja sudah menggunakan fasilitas *on-line*.

Jadi, gagasan dakwah dengan menggunakan media sosial saat ini sudah bukan sesuatu yang utopis lagi. Dakwah dunia digital kini telah berubah menjadi barang yang sangat realistis. Fasilitas pendukungnya sudah sangat memungkinkan. Sebaliknya, dakwah-dakwah konvensional, seperti kegiatan dakwah dengan memanfaatkan fasilitas dari mimbar ke mimbar di tengah masyarakat

kini sudah semakin kurang diminati. Minat untuk menghadiri acara-acara pengajian, misalnya, kini menurun drastis, baik di daerah-daerah pinggiran kota maupun di desa-desa. Simplifikasi dari cara-cara mendapatkan informasi keagamaan seperti ini, memang sudah menjadi alternatif di tengah pola hidup dan kesibukan masyarakat.

Jika solusi ini menjadi alternatif dakwah baru, maka paling tidak diperlukan dua hal penting: Pertama, keterampilan mengoperasikan fasilitas baru yang sebelumnya mungkin tidak termasuk wawasan yang diagendakan, khususnya oleh para juru dakwah yang hanya bergelut dengan ilmu-ilmu keagamaan secara tekstual. Dakwah digital memutlakkan dimilikinya keterampilan ini, dan untuk menguasai keterampilan baru ini, saya kira, tidak terlalu sulit. Siapapun dapat mempelajarinya dalam waktu yang tidak terlalu lama. Bahkan anak-anak sekarang bilang: “hanya dalam hitungan menit, siapapun dapat mengoperasikan fasilitas IT sebagai penunjang utama dakwah digital dimaksud”.

Kedua, keterampilan merumuskan pesan-pesan agama untuk disajikan lewat media *online*. Memang tidak mudah bagi orang-orang yang terbiasa berkomunikasi dalam tradisi lisan untuk bergeser pada tradisi baru, tradisi bermedia. Keterampilan menulis adalah salah satunya, khususnya menulis di media sosial. Masyarakat Pasundan yang telah terikat dan bahkan terpenjara dalam lingkungan tradisi tutur akan menghadapi sedikit kesulitan ketika harus merubah ke dalam tradisi tulis. Menulis di media sosial juga tidak seperti menulis di media pada umumnya. Bertutur dalam bahasan panjang, misalnya, tidak dimungkinkan bagi para pembaca media sosial, karena kesempatannya yang tidak seperti ketika membaca di media cetak. Kalimat-kalimat pendek dengan panjang paragraf yang terbatas, salah satunya, menjadi pendekatan yang dimungkinkan cocok untuk berkomunikasi di media sosial. Ditambah dengan ilustrasi-ilustrasi visual akan menambah daya tarik bagi para pembacanya.

Sebetulnya, budaya tutur yang ditandai dengan melekatnya tradisi dongeng di kalangan masyarakat sudah agak lama bergeser memasuki budaya lain yang lebih tervisualisasikan di media. Dulu, misalnya, ketika tradisi dongeng sebagai ciri budaya tutur disajikan lewat radio, sejak era 1990-an telah bergeser pada bentuk baru, Sinetron. Dalam pandangan Muhtadi, Sinetron dapat mewakili kisah yang diasumsikan menjadi bagian dari *human interest*. Ia merupakan perwujudan baru dari tradisi dongeng yang sebelumnya tidak divisualisasikan lewat media bantu, televisi. Disebut pengganti dongeng, karena cerita-cerita Sinetron bisa bersumber dari kisah-kisah faktual ataupun fiktif.⁸

Di era disrupsi ini, hampir semua tatanan sosial, tak ketinggalan masyarakat ikut berubah. Ibu-ibu yang dulu biasa fokus mengasuh anak, misalnya, kini banyak ibu-ibu yang asyik menyusui anak sambil terbagi konsentrasi karena terlibat dalam percakapan di media sosial. Maka, bayi-bayi yang lahir di awal abad ke-21 ini, bisa jadi dibesarkan dalam pola asuh dan hubungan emosional yang berbeda. Inilah, antara lain, yang harus diantisipasi dunia dakwah ke depan. Sasaran dakwah ke depan, termasuk masyarakat yang menjadi sasarannya, adalah mereka yang dibesarkan dalam dunia yang berbeda dengan dunia para juru dakwah.⁹

Jadi, dalam konteks digitalisasi dakwah ini, perlu dipertimbangkan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Mereka sudah akrab dengan teknologi informasi, tapi pada saat yang sama, mereka adalah individu-individu yang terhempas dari pola asuh orang tua yang menjadi efek perubahan itu. Masyarakat digital adalah masyarakat informasi yang telah terbiasa berkomunikasi lewat media on-line, tapi belum tentu akrab dengan konsumsi-konsumsi spiritual yang disajikan sumber-sumber tradisional yang berbeda. Mereka termasuk generasi masyarakat maju di satu sisi, dan di sisi lain, mereka juga masyarakat yang memiliki problem psikologis tersendiri. Sebagai sasaran dakwah, mereka tidak bisa diabaikan.

⁸ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 120.

⁹ Rhenald Kasali. *Disruption*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 43.

D. Kesimpulan

Dakwah yang semula serba manual, kultural tradisional pada akhirnya akan mengalami pergeseran mengikuti perubahan era dimana obyek dakwah yaitu mad'u untuk beralih ke dunia yang serba digital-virtual media sosial. Para penda'i dituntut talentanya dalam mengemas konten dakwahnya karena jejak digital akan selalu merecordnya, merekamnya sehingga mad'u memperoleh sebuah pencerahan tidak lagi terikat oleh ruang dan waktu: tempat dan masa.

Media sosial adalah bagian dari perkebangan era digital yang begitu pesat perubahannya. Sehingga sangatlah efektif untuk dijadikan sebagai washilah (perantara) antara pendakwah dengan obyek dakwah (mad'u) yang serba virtual dalam dunia maya sehingga jama'ahnya atau pengikutnya lebih dikenal sebagai follower sang pendakwah, walaupun follower dan viewer disini tentu tidak bisa dikatakan serta merta pengikutnya. Tentu alternatif dakwah bil medsos mengalami perkembangan yang begitu cepat sebagai pilihan agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman.

E. Daftar Kepustakaan

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Assyaukanie, Luthfi, "Empat Fase Disrupsi" dalam Akun Facebook, diakses 25 September 2021.
- Fakhruroji, Moch. *Islam Digital, Ekspresi Islam di Internet*. Bandung: Sajjad, 2011.
- Kasali, Rhenald. *Disruption*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Pratama, Halim "Dakwah Digital Harus Tetap Kedepankan Keberagaman" dalam www.kompasiana.com, diakses pada tanggal 01 Oktober 2021.
- Siswanto, "Menyongsong Dakwah Bil Medsos di Era Millennial" dalam E-Journal al-Busyro, Vol.1. No. 2 (2020)
- Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat*, Jakarta: Raja Grafindo, 1996.