

Memahami Pesan Dakwah melalui Media Internet di Kalangan Remaja

Erwan Effendy^{1,3}, Andre Gunawan², Rahul Nasution³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

erwaneffendi@gmail.com¹ gunawanandre655@gmail.com²

Rahulnasution208@gmail.com³

ABSTRACT

Da'wah is een van die communications-active, wat specific specialist in pogings om Islamitiese boodskappe te kommunikeer. Aangesien die ontwikkeling van automatic tegnologie communication also directe patrone verander communication, moet da'wah also nuwe strategye en methods ontwikkel om veranderinge in bestaande e patrone te antisipeer communication. Islamitiese uitsending deur television kan die perceptions van die Moslem-gemeenskap verenig deur boodskappe te ontvang wat saam en eenvormig oorgedra word. Behalwe om die invloed van verwestersing wat toenemend deur die Westerse media verskerp word, te minimaliseer. Hierdie article het ten doel om uit te vind hoe tieners onder tieners die da'wah-boodskappe verstaan wat deur predikers deur middel van die internet, social media, ens. Hierdie skrywe maak gebruik van 'n kwalitatiewe navorsings method, hierdie method word toegepas omdat die skrywer glo dat deur 'n kwalitatiewe method benadering wat phenomenologiese tegnieke, in-diepte onderhoude en veldwaarnemings toepas, accurate resultant verkry sal word.

Keywords : *da'wah messages, internet media, teenagers.*

ABSTRAK

Dakwah merupakan salah satu kegiatan komunikasi, yang secara khusus mengkhususkan diri pada upaya mengkomunikasikan pesan-pesan Islam. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi otomatis juga mengubah pola komunikasi, dakwah juga harus mengembangkan strategi dan metode baru untuk mengantisipasi perubahan pola komunikasi yang ada. Penyiaran Islam melalui televisi dapat menyatukan persepsi masyarakat muslim dengan menerima pesan yang disampaikan secara bersama dan seragam. Selain itu meminimalisir pengaruh westernisasi yang semakin digencarkan oleh media barat. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana remaja dikalangan remaja memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh para da'i melalui internet, media sosial, dll. Penulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode ini diterapkan karena penulis berkeyakinan bahwa melalui pendekatan metode kualitatif yang menerapkan teknik fenomenologi, wawancara mendalam dan observasi lapangan akan diperoleh hasil yang akurat.

Kata kunci : pesan dakwah, media internet, remaja.

PENDAHULUAN

Sulitnya menentukan usia remaja disebabkan oleh perbedaan budaya pada setiap masyarakat di dunia. Umumnya para psikolog mengategorikan kelompok berdasarkan usianya, yaitu antara usia 11-20 tahun. Dalam Islam, masa remaja dikaitkan dengan baligh atau rahiqa (Abdullah, Hamdan Mohamed, 2018). Dalam menghadapi permasalahan yang menyangkut remaja, salah satu caranya adalah melalui kegiatan dakwah, dakwah secara etimologis berasal dari bahasa arab, dari kata da'iyad'u-da'watan yang artinya sama dengan Nida'. yang artinya memanggil, mengajak dan memanggil (Wahid, 2019). Dakwah merupakan kegiatan komunikasi keagamaan yang dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan menyesuaikan dengan kemajuan teknologi tersebut. Sehingga diperlukan suatu metode dakwah yang sesuai dengan sasaran kaum muda. Penggunaan media digital merupakan cara atau cara yang dipilih oleh para da'i di era serba digital saat ini. Oleh karena itu diharapkan pesan dakwah yang relevan dapat diterima dengan baik oleh para remaja. Kemampuan berkomunikasi merupakan salah satu kunci mengapa proses dakwah dapat berjalan dengan efisien. Setiap tokoh da'i memiliki pola komunikasi tersendiri yang menjadi ciri khas sebagai perwujudan pemikiran dan gagasannya yang terkadang begitu personal (Moch Fkhruroji, 2019). Selain komunikasi, bahasa juga menjadi salah satu kunci agar proses pesan dakwah menjadi efektif, bahasa digunakan sebagai alat komunikasi untuk menjadikan hal-hal penting bagi kehidupan manusia, yang digunakan sebagai alat untuk mengungkapkan perasaan untuk mengungkapkan. gagasan dan pemikiran dengan orang lain. Percakapan yang dilakukan setiap hari pasti membuktikan bahwa bahasa tidak akan pernah lepas dari manusia (Albaburrahim, 2019)

Jika bercermin pada dakwah yang sedang dilakukan saat ini, sepertinya kurang efektif jika hanya mengandalkan metode tatap muka, hal ini dikarenakan kurangnya minat remaja untuk mendengarkan dakwah dan biasanya remaja lebih banyak mengeluarkan biaya. waktu bermain gadget dan melakukan aktivitas yang padat, baik hobi maupun pekerjaan. Saat ini media massa digital merupakan sarana yang cukup efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak, dampaknya saat ini semakin terasa, seiring dengan fungsinya sebagai penyampaian informasi. Saat ini media massa digital cukup berperan besar, salah satunya media dakwah baru, karena banyak praktisi dakwah yang melirik dan mengembangkannya sebagai media alternatif penyampaian dakwah. Penyiaran melalui media massa digital memungkinkan kita untuk mendengarkan program-program pembersihan spiritual keagamaan, sehingga media massa digital memiliki banyak keuntungan, yaitu memiliki bentuk yang

sederhana (kemungkinan) dan kemampuan untuk menjangkau setiap pendengar (Illahi Wahyu, 2013). Terlepas dari permasalahan tersebut, terbersit di benak penulis untuk meneliti lebih lanjut fenomena tersebut untuk mencari solusi atas permasalahan kurangnya penerimaan pesan dakwah oleh remaja terhadap dakwah yang disampaikan. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel remaja yang terdiri dari rentang usia 15-20 tahun. Alasan penulis memilih pemuda karena kondisi pemuda saat ini mulai mengabaikan agama dan enggan mendengarkan dakwah serta lebih menyukai hal-hal yang sesuai dengan keinginannya seperti gaya hidup, permainan dan budaya.

METODE

Untuk penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif yaitu suatu jenis penelitian yang didasarkan pada informasi atau penjelasan dari subyek atau responden yang menjadi sumber data penelitian. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Guna memperkuat hasil penelitian, penulis mengkaji beberapa sumber yang relevan agar validitasnya lebih kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang ditemukan adalah penyiaran dakwah melalui media massa elektronik terbukti lebih efektif dan efisien, para pemuda lebih dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh dai sebagaimana yang diharapkan. Karena materi dakwah dikemas dengan lebih sederhana dan tidak rumit, objek dakwah juga bisa mengulang kajian yang ingin lebih dipahami. Dengan penyampaian gaya bahasa yang cocok untuk remaja masa kini. Selanjutnya akan dipaparkan kajian teori yang relevan.

Masa remaja sering disebut sebagai masa pemberontakan. Pada masa-masa tersebut, seorang anak yang baru mengalami pubertas seringkali menunjukkan berbagai gejolak emosi, menarik diri dari keluarga dan mengalami banyak masalah, baik di rumah, di sekolah, maupun di lingkungan rumah atau di lingkungan pergaulannya. Tindak pidana remaja pada saat ini, sebagaimana diberitakan secara luas di berbagai media, dikatakan telah melampaui batas kewajaran. Banyak remaja dan anak di bawah umur yang mengenal rokok, narkoba, seks bebas, tawuran, mencuri dan terlibat dalam banyak tindakan kriminal lainnya yang menyimpang dari norma yang berlaku di masyarakat dan bermasalah dengan hukum. Salah satu masalah sosial yang menimpa sebagian remaja kita saat ini yaitu perilaku menyimpang yang dicap sebagai kenakalan remaja. Penyebab timbulnya masalah kenakalan remaja disebabkan oleh berbagai jenis masalah, bisa akibat kesalahan orang tua dalam menempuh pendidikan atau orang tua yang terlalu sibuk dengan pekerjaannya, bisa juga disebabkan karena tidak memilih teman/sosial. justru dapat mengakibatkan terjerumusnya pergaulan yang salah atau akibat diri sendiri akibat krisis identitas (Unayah & Sabarisman, 2016).

Salah satu solusi untuk mengatasi kenakalan remaja adalah melalui dakwah, kata dakwah diambil dari bahasa arab dengan kata dasar yang mengandung arti menyeru, mengajak, mengajak, meminta tolong, memohon, berdoa dan menyemangati. Penyebutan kata dakwah dalam al-Qur'an yang sebagian besar ditampilkan dalam bentuk kata kerja (fiil) memberi isyarat bahwa kegiatan dakwah harus dinamis, serius, sistematis, terencana, dilaksanakan secara profesional dan proporsional. Hal ini sesuai dengan sifat generik verba transitif yang harus melibatkan beberapa unsur yaitu pelaku, tempat dan waktu. Dakwah merupakan bentuk perjuangan umat Islam pada masa kenabian, sahabat dan sampai saat ini dan ke depan harus disertai dengan strategi (Mahmuddin, 2018). Ilmu dakwah adalah ilmu yang membahas masalah-masalah dan segala sesuatu yang timbul atau muncul dalam interaksi antar unsur-unsur sistem dakwah guna memperoleh pengetahuan yang tepat dan benar tentang realitas dakwah. Dalam beberapa literatur, sumber ilmu dakwah terdiri dari empat, yaitu akal, intuisi, indera dan otoritas. Namun ada juga yang mengatakan bahwa sumber ilmu adalah wahyu, akal dan alam (Fahrurrozi, 2019).

Hal ini sebagaimana disebutkan dalam firman Allah, Q.S Al Jumua'ah ayat 2 :

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ (الجمعة: ٢)

Dialah yang mengutus seorang Rasul kepada kaum yang buta huruf dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka Kitab dan Hikmah (Sunnah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (QS. [62] Al-Jumu'ah : 2).

Berdakwah tidak hanya melalui pidato dan di atas mimbar, tetapi dakwah juga dapat dilakukan oleh pribadi-pribadi yang mencerminkan Islam dan dakwah juga dapat dilakukan melalui tulisan (Muhammad Choirin, 2019). Memikirkan fenomena saat ini dimana remaja berada diambang kedaruratan, banyak remaja yang tumbuh dan menjadi remaja yang lebih mengikuti trend dan kegemarannya sehingga mereka sebagai dakwah mencari solusi agar remaja mau mendengarkan dakwah dan menerima Pesan-pesan dakwah yang dimaksudkan dengan harapan agar para remaja mau kembali mencintai agama dan mampu memilah segala sesuatu berdasarkan baik dan buruk menurut pandangan Islam, salah satu tantangan terbesar bagi para da'i saat ini adalah bagaimana mengemas dakwah dalam suatu kajian yang menarik anak muda untuk melihat dan mendengarkannya (Andriyani, 2016). Ada beberapa metode dakwah yang dapat diadaptasi untuk masa kini, yaitu:

Dakwah melalui Internet

Dakwah melalui media internet memiliki beberapa keunggulan sebagai media dalam berdakwah, yaitu :

-Tidak terhalang oleh ruang dan waktu

Internet dapat diakses kapan saja, di mana saja dan oleh siapa saja di belahan dunia manapun. Sehingga materi dakwah yang dilakukan di media sosial dapat diakses oleh semua orang di seluruh pelosok dunia tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

- Dakwah semakin variatif

Selain tulisan, para da'i di media sosial dapat membuat materi dakwah berupa gambar, audio, video, e-book, sehingga objek dakwah di media sosial dapat memilih materi dakwah yang disukainya.

-Jumlah pengguna internet semakin meningkat

Dengan pertumbuhan pengguna internet yang selalu meningkat, ini menjadi kabar gembira bagi para da'i karena semakin banyak pengguna internet maka semakin banyak objek dakwah di media sosial.

- Hemat biaya dan tenaga

Da'i tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi dan tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk berdakwah (Thaib, 2021).

Pesan dakwah yang dimaksud harus benar-benar dapat dijangkau dan dipahami oleh para remaja. Selain penggunaan media elektronik, diperlukan juga cara dakwah lainnya, salah satunya dengan menyisipkan humor dalam dakwah. Materi yang sulit dapat dengan mudah dicerna oleh objek dakwah melalui humor. Selain menarik perhatian, humor juga dapat digunakan sebagai sarana mendidik objek dakwah bahkan dapat digunakan sebagai alat kritik tajam terhadap ketimpangan yang ada dalam masyarakat tanpa menghilangkan sifat dasarnya. tidak provokatif. Namun penggunaan humor yang tidak tepat akan menyebabkan kaburnya esensi dan tujuan dakwah. Ada empat kriteria etis humor yang harus diperhatikan oleh para da'i, yaitu Pertama, humor edukatif, yaitu humor yang mengandung pesan-pesan pendidikan dan membawa misi pencerahan, Kedua, humor kritis, yaitu humor yang merangsang para da'i untuk menganalisis sejumlah ketidakseimbangan dan ketidakseimbangan. ketidakseimbangan dalam realitas kehidupan, Ketiga, tidak rasis, humor tidak mengandung hinaan, fitnah dan stigmatisasi citra seseorang, lembaga, agama, ras atau golongan, keempat tidak pornografi, yaitu humor yang tidak mengeksploitasi tubuh dan tubuh bukan sensasi melalui pembicaraan yang tidak pantas dan pornografi (Mustofa Hilmi, 2018).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian penulis menemukan bahwa remaja lebih dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh para da'i melalui media massa, karena remaja dengan mudah mengakses kembali dakwah yang tidak mereka pahami. tidak mengerti. Selain itu, dengan menyisipkan humor pada pinggir-pinggir materi dakwah akan memudahkan subjek da'i memahami pesan yang ingin disampaikan oleh da'i sehingga objek da'i da' pesan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Hamdan Mohamed, F. M. S. dan A. I. (2018). PENDEKATAN MOTIVASI DALAM DAKWAH REMAJA (Motivation Approach of Dakwah for the Teenager). *Jurnal Hadhari*, 1(September 2017), 77–92.
- Albaburrahim. (2019). Pengantar Bahasa Indonesia Untuk Akademik. In *Jaudar Press* (Vol. 4, Issue 1). CV.Madza Media.
- Andriyani, J. (2016). Korelasi peran keluarga terhadap penyesuaian diri remaja. *Al-Bayan*, 22(34), 39–52.
- Fahrurrozi, F. dan K. (2019). ILMU DAKWAH. In *Pranadamedia Group* (1st ed.). PranadamediaGroup.
- Illahi Wahyu, dkk. (2013). *Komunikasi Dakwah*. IAIN SA Press.
- Informasi, P., & Individual, B. (2013). Kebahagiaan dan Permasalahan di Usia Remaja Tantangan perubahan yang dibawa oleh era globalisasi. *Konseling Religi Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(2), 295–316.
- Mahmuddin. (2018). *MANAJEMEN DAKWAH* (Revisi). WADE Group Publish.
- Moch Fkhruroji. (2019). *Pola Komunikasi Dan Model Kepemimpinan Islam*. Mimbar Pustaka.
- Muhammad Choirin. (2019). Pendekatan Dakwah Rasulullah SAW di Era Mekkah dan Relevansinya di Era Modern. *Jurnal.Umj.Ac.Id*, 5(1), 1–14.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/download/10021/5823>
- Mustofa Hilmi. (2018). Humor Dalam Pesan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(1, Januari-Juni), 87–110.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 3 Nomor 3 (2023) 1047-1053 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v3i3.3048

Thaib, E. J. (2021). *Problematika Dakwah di Media Sosial*. Insan Cendekia Mandiri.

Unayah, N., & Sabarisman, M. (2016). Fenomena Kenakalan Remaja Dan Kriminalitas. *Sosio Informa*, 1(2), 121-140. <https://doi.org/10.33007/inf.v1i2.142>

Wahid, A. (2019). *Gagasan Dakwah : Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*.
PrnadamediaGroup.