

Perkembangan dan Peranan Multimedia (Internet) berbasis Dakwah Islam

Erwan Efendi¹, Natasya Piliang², Yanzah Zahir³

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

erwaneffendi6@gmail.com¹, natasyq477@gmail.com²

ABSTRACT

The spread of information and communication technology media is intended to facilitate the needs of modern society, especially religious knowledge. Networked communication media is increasingly spreading to almost all circles. Social media networks are increasingly spreading to almost all circles. Networked social media apart from being a means of communication and information, is also a benchmark for today's society's culture. The notion that "today's society is 'obsessed' with technological sophistication", so that people experience a dilemma in life, which tends to exist in the media or leave it. The fact that the use of social media reduces physical interaction even tends to social antipathy. Therefore, the obligation of da'wah must be synergized dynamically; da'wah through the internet with cultural propaganda. That the effectiveness of da'wah for the technological community is the harmony of cultural da'wah with the conditions of virtual society, especially the industrial generation.

Keywords : *cultural da'wah, virtual da'wah, internet, maya society.*

ABSTRAK

Penyebaran media teknologi informasi dan komunikasi ditujukan untuk memudahkan kebutuhan masyarakat modern khususnya ilmu agama. Media komunikasi berjejaring semakin menyebar ke hampir semua kalangan. Jejaring media sosial semakin menyebar ke hampir semua kalangan. Media sosial berjejaring selain sebagai alat komunikasi dan informasi, juga menjadi tolak ukur budaya masyarakat saat ini. Anggapan bahwa "masyarakat masa kini 'terobsesi' dengan kecanggihan teknologi", sehingga masyarakat mengalami dilema dalam hidup, yaitu cenderung eksis di media atau meninggalkannya. Fakta bahwa penggunaan media sosial mengurangi interaksi fisik bahkan cenderung antipati sosial. Oleh karena itu, kewajiban dakwah harus disinergikan secara dinamis; dakwah melalui internet dengan dakwah budaya. Bahwa efektivitas dakwah bagi masyarakat teknologi adalah keselarasan dakwah kultural dengan kondisi masyarakat maya, khususnya generasi industri.

Kata kunci: *dakwah kultural, dakwah virtual, internet, masyarakat maya.*

PENDAHULUAN

Dakwah adalah sarana hidup, seolah-olah menuju Tuhan. dengan menyiarkan ajaran Islam melalui media langsung dan tidak langsung. Segala sesuatu yang dapat dijadikan media untuk menyampaikan pesan-pesan Islam adalah media dakwah. Perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi modern akan terus mengalami kecanggihan fasilitas yang memanjakan masyarakat penggunaannya. Media ini akan terus mengalami perkembangan, sejalan dengan perkembangan pola komunikasi dan paradigma manusia yang semakin modern. Pengenalan istilah media baru (internet) sekitar pertengahan abad ke-20 atau tahun 1980-an membuat pola komunikasi manusia modern semakin beragam. Saat ini, pengertian media dakwah paling tidak dikategorikan menjadi lima hal, yaitu media lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak (Munir, 2009: 21).

Allah Subhanahu wa Ta'ala memerintahkan setiap Muslim untuk wajib menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, agar mereka merasakan kedamaian dan ketenangan dalam hidup mereka dan dapat mengekspresikan semua syariat atau hukum dalam pakan agama (Zaini, 2013). : 93). Landasan hukum kewajiban dakwah yang banyak disebutkan dalam Al-Qur'an antara lain surat Al-Imran ayat 104 yang artinya "dan hendaklah di antara kamu ada sekelompok orang yang mengajak kepada kebaikan, ajarlah mereka yang adalah ibu' ruf dan mencegah orang-orang yang mungkar, mereka adalah orang-orang yang beruntung.

Di sisi lain, dalam riwayat Al-Bukhari dijelaskan bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda "sampaikan dariku walau hanya satu ayat". Perintah Allah Subhanahu wa Ta'ala untuk menyeru manusia merupakan perintah untuk berkomunikasi melalui informasi dan komunikasi (Purwanto, 2017: 95) Selain sebagai kewajiban, dakwah juga berperan untuk mengubah perilaku manusia dan lingkungan sosial. Sehingga saat ini kegiatan dakwah sangat mendesak untuk dilaksanakan. Kepentingan dakwah dapat digunakan untuk memperbaiki kehidupan dan menjadikan lingkungan lebih baik. Jadi posisi dakwah saat ini tidak terletak pada siapa yang pintar dan siapa yang bodoh. asalkan bisa mengingatkan, menasihati dan segala macam hal. Jadi kebaikan bukanlah kebencian. Namun, pertimbangan saat ini adalah orang pintar tidak lagi terlihat dan orang bodoh semakin banyak mencari peluang. Misalnya, ada seorang dai yang konten dakwahnya memancing kebencian. CITATION Natasya Yanza22 \l 1057 (Natasya, Yanzah, 2022)Jadi, apa yang harus kita lakukan. mereka adalah orang-orang yang cerdas dan berpendidikan. Sebagaimana dijelaskan bahwa kehadiran dakwah tidak lain adalah selalu mengajak manusia untuk berbuat kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian dakwah itu sendiri.

Menurut Abdul Basit, ada tiga hal yang menjadikan permasalahan dakwah pada era sekarang ini dan dapat dibagi sebagai berikut: Pemahaman masyarakat umum tentang dakwah lebih dimaknai sebagai kegiatan tabligh (Oral Communications) sehingga kegiatan dakwah lebih berorientasi pada kegiatan ceramah. Di satu sisi, kegiatan ceramah menawarkan keunggulan tersendiri seperti adanya kontak langsung antara da'i dengan hadirin sehingga seorang Da'i tidak memerlukan persiapan yang matang untuk memberikan ceramah, sedangkan hadirin (Mad'u) tidak membutuhkan banyak hal. energi untuk berpikir karena bacaan bisa heterogen atau homogeny (Wachid, 2006).

Di sisi lain, terdapat kelemahan mendasar dalam kegiatan perkuliahan, antara lain khalayak (Mad'u) harus menyediakan waktu yang cukup untuk mengikuti kegiatan perkuliahan. Padahal dijamin sekarang ini banyak orang yang tidak memiliki waktu karena kesibukan dalam beraktifitas, selain itu perkuliahan bisa membosankan, menjemukan dan tidak efektif jika penyampaian pesan dakwah tidak memprediksi pemahaman manusia yang sangat beragam dan kelemahan ini juga menjadi milik seorang Da'i ketika memberikan ceramah.

1. Permasalahan epistemologis dakwah saat ini tidak hanya bersifat rutin, sementara dan sesaat, tetapi dakwah membutuhkan paradigma keilmuan terkait langkah-langkah strategis dan teknis yang dapat dikaji melalui teknik dakwah. jelas sehingga berjalan tanpa perencanaan dan evaluasi.

2. Masalah yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Dengan wacana bahwa profesi dakwah dianggap sebagai profesi sekunder, muncul para da'i yang kurang profesional, rendahnya penghargaan terhadap profesi ini dan buruknya praktik manajemen yang dilakukan oleh para da'i dalam kemasan kegiatan dakwah juga menjadikan ukuran bagaimana manusia sumber daya adalah. Hal ini terlihat dari ketidakmampuan para da'i secara teknologi sehingga mereka tidak memiliki kompetensi substantif seperti kemampuan dalam hal materi dakwah dan akhlak para da'i, tetapi juga membutuhkan kemampuan untuk mentransformasikan dakwah secara efisien dan efektif.

Selain itu, dengan semakin banyaknya teknologi canggih dan penggunaan multimedia, khususnya Internet, berkembang pesat di dunia saat ini. Saat ini khususnya umat Islam harus dapat menggunakan media sebagai alternatif karena nilai-nilai negatif yang bertentangan dengan ajaran Islam yang mungkin muncul di Internet dapat menjadi kendala dalam implementasinya karena informasi yang berkembang di dunia maya sangat sulit untuk dikendalikan perkembangannya oleh karena itu Umat Islam harus mempersiapkan langkah-langkah mengantisipasi dan menguasai multimedia ini sebagai alat yang berguna dalam kehidupan selain sebagai media dakwah.

METODE

Di lihat dari pendekatannya, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Karena penelitian ini berlatar belakang alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia pada penemuan teori, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil.

Metode kualitatif mengharuskan peneliti mengalisis topik melalui alat bantu seperti cerita, mitos ataupun tema. Sehingga penelitian ini, peneliti berusaha menggali cerita-cerita yang berkaitan dengan perkembangan dan peranan multimedia (internet) berbasis dakwah islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengertian Dakwah

Menurut bahasa dakwah berasal dari bahasa arab masdar bentuk lafad *da'a-yada'u-da'watan*, yang berarti "panggilan, ajakan atau ajakan". Sedangkan menurut istilah secara luas, dakwah berarti mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan sesuatu yang lain, yang harus dilakukan dengan menggunakan media (Karim, 2016).

Hafi Anshori mengatakan bahwa dakwah adalah proses penyelenggaraan upaya mengajak manusia untuk beriman dan taat kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, amar ma'ruf, perbaikan dan pengembangan masyarakat, sertanahi munkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kemakmuran hidup yang diridhoi oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala. Oleh karena itu, Moh Ali Aziz menjelaskan dalam buku Ilmu Dakwah bahwa 'amar ma'ruf (menyuruh berbuat baik) tidak dapat dipisahkan dari nahi munkar (mencegah kemungkaran atau perbuatan yang dilarang). Jadi, konsep dakwah disini adalah 'amar ma'ruf nahi munkar'.

Istilah amar ma'ruf nahi munkar praktis sudah diperkenalkan oleh Nabi

Muhammad Shollallahu 'alaihi wa sallam kepada para sahabatnya. Karena memang amar ma'ruf nahi munkar adalah bagian dari ajaran agama. (Natasya, Yanzah, 2022) Dalam Al-Qur'an istilah ini diulang sampai sembilan kali dalam lima surat, salah satunya adalah Q.S. Al-Imran ayat 104. Ibnu Taimiyah dalam Abu Fahmi mengemukakan bahwa pelaksana amar ma'ruf nahi munkar adalah orang yang memahami segala perintah dan segala larangan Allah Subhanahu wa Ta'ala, juga tidak mengutamakan perasaan dan keinginannya sebagai dasar larangan dan aturan (Firman, 2006).

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, yang dimaksud dengan 'amar ma'ruf nahi munkar tidak lain adalah dakwah. Merupakan upaya untuk mengajak, menyeru, memanggil dan mengajak manusia untuk beriman kepada Allah Subhanahu wa ta'ala saja. Patuhi semua perintahnya dan jauhi semua larangannya demi kebahagiaan dunia dan akhirat. Sedangkan hakikat amar ma'ruf dan nahi munkar adalah menyebarkan kebaikan dan mencegah kemungkaran yang merupakan bagian penting dari kehidupan manusia.

Selain dakwah yang bertujuan untuk mengajak dan menasihati, dakwah berperan sebagai faktor penyeimbang kehidupan manusia agar tidak hanya bijak dalam kehidupan duniawi yang semakin dimuliakan oleh kemajuan teknologi yang canggih, tetapi juga untuk mengevaluasi diri agar tetap seimbang. dengan kehidupan spiritual (akhirat). (Natasya, Yanzah, 2022) Menurut Al-Ghazali dalam Pia Khoirotnun Nisa disebutkan bahwa konsep dakwah `amar ma'ruf nahi munkar merupakan bagian yang tidak terpisahkan satu sama lain, meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, begitu pula sebaliknya bagi pendukung maksiat dan orang-orang yang mencegah ma'ruf menggunakan semua jalan kehidupan. `Amar ma'ruf nahi munkar merupakan sarana yang dapat digunakan sebagai kegiatan dakwah Islam. Dakwah tidak akan tumbuh dan berkembang tanpa `amar ma'ruf nahi munkar. Oleh karena itu, sekembang apapun teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan masyarakat, kebutuhan akan dakwah akan tetap relevan untuk mengingatkan kebenaran yang mutlak.

b. Sasaran Dakwah (Tujuan)

Tujuan pelaksanaan dakwah sangat berkaitan dengan arah dan materi dakwah, dapat dipahami sebagai dakwah yang memiliki tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, Amin (2009:59). Padahal, tujuan yang ingin dicapai adalah bagaimana mempengaruhi masyarakat umum dan individu sebanyak-banyaknya untuk memberikan pencerahan agar masyarakat dapat berperilaku lebih baik dan mempertahankan serta memiliki prinsip hidup yang kuat untuk menjadi lebih baik, langkah-langkah dakwah- kegiatan. Terutama dari segi pendekatan bahwa tujuan dakwah sebenarnya adalah bagaimana manusia dapat menaati perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya serta mengikuti sunnah Rasul-Nya. Jadi dalam unsur dakwah satu sama lain saling membantu, saling mempengaruhi dan saling berhubungan. Sebagaimana Allah berfirman dalam Surah Yusuf 108:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ الْمَشْرُكِينَ إِنَّا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُؤْتِنَا مِن لَّدُنْهُ مَتْرَقِينَ ﴿١٠٨﴾ (يوسف)

Terjemahnya: "Katakanlah (Muhammad), inilah jalanku, aku dan orang-orang yang

mengikutiku mengajak kamu kepada jalan Allah dengan Yakin, Maha Suci Allah, dan Aku tidak termasuk orang-orang musyrik.

Penjelasan surah di atas bahwa dakwah memiliki tujuan mengajak umat manusia untuk beriman dan bertauhid kepada Allah serta mengajak manusia ke jalan Allah dengan meyakini ajaran Islam sebagai pilihan hidupnya.

Tujuan khusus dakwah sebagai obyek adalah kegiatan manusia yang memihak dan melaksanakannya dalam kehidupan manusia dengan menjalankan ajaran Islam secara benar dan mengembalikan manusia kepada fitrahnya, kegiatan apa yang dilakukan, kepada siapa berapa, bagaimana, dan tujuan dakwah yang paling utama antara lain sebagai berikut: (Mashur Amin, 2009)

1. Menyerukan kepada orang-orang yang telah memeluk Islam untuk selalu meningkatkan ketakwaannya terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
2. Memperkuat mentalitas pemeluk Islam bagi muallaf.
3. Mengajak kepada manusia untuk bertakwa kepada Allah SWT dengan memeluk agama Islam.
4. Bimbing dan ajari anak untuk tidak menyelamatkan perilaku

Uraian tujuan dakwah pada dasarnya berupaya atau mengoptimalkan agar manusia memiliki kesadaran untuk mentaati hukum-hukum syariat yang ditetapkan oleh Allah SWT, dalam kehidupan pribadi, sosial, berbangsa dan bernegara.

c. Social Media

Pengertian media sosial juga dapat diartikan sebagai media online atau jejaring sosial dimana pengguna dapat dengan mudah mengaksesnya dan sangat mudah untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi yang interaktif. Hal ini disebabkan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya di bidang teknologi jejaring sosial. Perubahan ini akan membuat efek interaksi antar manusia menjadi lebih mudah dan berkelanjutan.

Media sosial merupakan bagian dari perkembangan teknologi saat ini, khalayak dapat dengan mudah berpartisipasi, membuat konten yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki (web) hingga komunikasi berbagi membentuk jaringan di dunia maya, sehingga pengguna dapat menyebarkan kontennya.

d. Keunikan Sosial Media

Pendapat Heidi Cohen mengatakan bahwa perkembangan teknologi media sosial terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan pengguna media sosial itu sendiri. Diperkuat oleh fakta sosial bahwa media erat kaitannya dengan teknologi, digunakan untuk dengan mudah menyiarkan pesan, membuat konten, foto, artikel, dan kemudian mempostingnya di media sosial untuk dibaca oleh banyak orang.

Media sosial sering diartikan sebagai media online dimana penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi aktif, berbagi dan menciptakan atau menghasilkan karya, baik positif maupun negatif, termasuk konten dari jejaring sosial, yaitu: blog, wiki, YouTube dan dunia maya lainnya. Keunikan media sosial online dapat berisi berita, teks, video, gambar

bahkan suara, media ini bisa satu arah atau dua arah, khusus yang berhubungan dengan Google, YouTube, Facebook WhatsApp dan Instagram, perangkat ini dapat digunakan melalui ponsel dan komputer.

Orang sebagai pengguna media menurut Lometty, Reervers dan Bybee dapat dilihat dari tiga hal yaitu jumlah waktu yang berhubungan dengan frekuensi, intensitas dan durasi yang digunakan untuk mengakses website atau aplikasi: kedua. Isi media, yaitu pemilihan media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik; Ketiga hubungan antara media dan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Dari inilah keunikan media sosial dibanding media lainnya (Mashur Amin, 2009).

e. Internet Sebagai Sarana Dakwah

Dari segi etimologi, kata dakwah juga berarti ajakan, ajakan atau ajakan. bentuk kata, dalam bahasa arab disebut mashdar, sedangkan bentuk kata kerja fi'il artinya memanggil, atau mengajak, asal kata da'a, yad'u, da'watan yang artinya memanggil, ajakan untuk mengajak, orang yang melakukan ini disebut da'i. (Natasya, Yanzah, 2022). Dakwah adalah kegiatan yang dilakukan secara terus menerus menuju tujuan dakwah. Kegiatan dakwah harus tetap berjalan dan mengikuti perkembangan zaman, karena keadaan yang terjadi sekarang dan yang akan datang tentu sangat berbeda dalam hal media atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam.

Pelaksanaan dakwah secara global dan berskala besar yang dilakukan oleh individu dan masyarakat dengan keahlian yang komprehensif dapat menyatukan perangkat lunak atau jaringan komputer di seluruh alam semesta. Perbedaan antara Internet dan jejaring sosial antara teknologi komunikasi lama dan modern dalam interaksi. Kecepatan penyampaian pesan yang cepat dapat dinikmati dengan lebih mudah, pesan tersampaikan dengan cepat. Tidak ada media yang memberikan layanan kepada penggunanya, kemampuan berkomunikasi secara cepat dengan banyak orang, bahkan ribuan orang dalam sekejap.

Semua peristiwa atau kejadian yang terjadi dapat dipublikasikan dengan cepat sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses informasi secara efektif. Di era modern atau era milenium, dakwah sangat mudah untuk ditransmisikan, bahkan tidak hanya melalui ucapan, tetapi ada perangkat pendukung yang saat ini cukup familiar di masyarakat, antara lain media cetak, handphone atau android, komputer dan perangkat elektronik lainnya. Tuturan setiap individu dapat mencapai hal-hal tertentu, artinya jarak menjadi terbatas, namun jika menggunakan internet dan alat-alat canggih sebagai pendukung, maka tidak lagi terbatas (Natasya, Yanzah, 2022). Keberadaan media internet lebih baik sebagai sarana penyampaian informasi atau pesan dibandingkan dengan pola lama, karena media ini memiliki keunikan yaitu dapat berkomunikasi secara luas, dan tidak dibatasi oleh waktu. Salah satu keunikan dari internet adalah dapat mengunggah berita secara virtual, video call, yang disebut media online termasuk Google, Youtube, Facebook termasuk media modern dan media lain seperti siaran TV, radio yang mewakili media lama.

Orang-orang yang menjadi sasaran dakwah tidak perlu lagi hadir di hadapan kita,

tetapi juga di dunia maya. Media sosial telah mengubah pola pikir masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, memasuki dunia maya untuk saling berinteraksi. Internet misalnya, kini telah membentuk dunia maya (Natasya, Yanzah, 2022) tempat kita saling menyapa secara interaktif, yang kemudian kita kenal dengan Online ([https://id.m.wikipedia.org, wiki](https://id.m.wikipedia.org/wiki)) memperkenalkan istilah dunia maya (*virtual*), melalui jaringan komputer, internet yang dapat memuat teks atau, video, foto berita yang penggunaannya terhubung dengan koneksi internet dalam jaringan (*online*) menjelaskan bahwa ada tempat-tempat seperti media online yang tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan.

Hal ini dapat diwujudkan dengan pengorbanan, ilmu untuk mengasah potensi diri dan menambah wawasan untuk mengetahui ilmu dakwah dan internet. Hal ini sangat memotivasi umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin (Ali Aziz, 2004).

Kemajuan teknologi telah memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan dakwah saat ini. Dengan hadirnya teknologi yaitu internet dan jejaring sosial, penyampaian pesan-pesan keagamaan (dakwah) menjadi lebih luas dan tidak dibatasi oleh batas wilayah. bahwa ada beberapa alasan mengapa dakwah melalui internet sangat mendesak, yaitu:

- a. Umat Islam di seluruh dunia telah tersebar di berbagai negara.
- b. Pendapat buruk dari berbagai negara minoritas Muslim akibat pemberitaan di media negara-negara Barat harus dikoreksi, jejaring sosial dan internet memberikan solusi mudah untuk menyebarkan pemikiran dan pesan ajaran Islam murni yang jernih dan benar ke seluruh dunia.
- c. Penggunaan media internet untuk menyampaikan pesan dakwah akan menunjukkan kemampuannya bahwa umat Islam dapat beradaptasi dengan perkembangan peradaban yang ada saat ini, dan tidak bertentangan dengan ideologi umat Islam, keberadaan media internet memudahkan bagi masyarakat berjamaah di berbagai negara di dunia untuk memanfaatkan media internet, memudahkan para da'i atau dai untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran agama yang ditentukan dalam Alquran dan Hadits Nabi Muhammad.

Facebook, whatsapp dan Instagram adalah bagian dari jejaring sosial atau internet. Semua itu bisa digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan atau dijadikan sebagai sarana dakwah. Pesan dakwah dapat dengan mudah dipublikasikan dengan menggunakan konten yang bersifat Islami daripada konten yang bersifat negatif. (Natasya, Yanzah, 2022). Dengan Facebook, Whatsapp dan Instagram, para da'i dapat mengemas pesan dakwah yang disampaikan melalui konten yang mendukung materi audiovisual yang menarik dan memberikan kebebasan serta memudahkan pengikutnya untuk memberikan kesempatan berkomentar dan bertanya melalui kolom komentar atau messenger tentang studi yang telah diunggah atau diposting. Penggunaan media virtual untuk dakwah memiliki beberapa keunggulan yaitu tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Dakwah semakin bervariasi dan inovatif, serta jumlah pengguna internet semakin meningkat setiap harinya, sehingga semakin efektif dan efisien.

Internet memiliki sejuta potensi untuk dimanfaatkan. Fungsinya dimulai sebagai media informasi statis yang berubah menjadi dunia maya, dunia yang tidak nyata secara fisik, namun di dalamnya sebenarnya menyimpan semua aktivitas yang ada di kehidupan nyata, mulai dari belajar, berbelanja, berjualan, hingga aktivitas yang sulit ditemukan.

f. Efisiensi Dakwah Kultural *Vis A Vis* Dakwah Virtual

Sebagaimana dipahami bahwa dakwah adalah suatu kegiatan atau ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan lain-lain yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam upaya mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar timbul pemahaman, kesadaran, sikap, penghayatan dan pengalaman ajaran agama, pesan-pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada paksaan. Jadi selain sebagai tugas da'i, kegiatan da'i juga harus menyesuaikan dengan ilmu dan kondisi lingkungan/budayanya.

Dalam Syarh al-Nawawi' ala sahih Muslim disebutkan bahwa perintah-perintah mengenai dakwah banyak terdapat dalam Al-Quran, Al-Sunnah dan Ijma' (Ijma' Al-Umara'). Bahkan dalam menentukan hukum dakwah, para ulama sepakat bahwa hukum dakwah adalah wajib. Namun demikian, terdapat perbedaan pendapat dalam menentukan kewajiban tersebut, apakah yang dimaksud termasuk dalam kategori wajib 'ain atau wajib kifayah. Seperti yang terkandung di A.S. Al-Imran ayat 104. Artinya "dan hendaklah diantara kamu ada satu orang yang menyeru kebaikan, menyuruh yang baik dan melarang yang munkar, mereka itulah orang-orang yang berbahagia".

M. Sulthon dalam Novitasari menyebutkan dua kategori pelaksanaan dakwah, yaitu dakwah struktural dan dakwah kultural. Dakwah budaya adalah dakwah yang dilakukan dengan mengikuti budaya masyarakat setempat dengan tujuan agar dakwahnya selalu diterima masyarakat setempat (Farhan, 2014). Dengan kata lain dakwah budaya adalah kegiatan dakwah yang berupaya menegakkan nilai-nilai Islam dalam segala dimensi kehidupan dengan merangkul manusia sebagai makhluk berbudaya. Sehingga pelaksanaan dakwah akan tetap relevan dengan kondisi masyarakat, jika pelaksanaan dakwah dilakukan secara dinamis dan fleksibel.

Masyarakat modern sebagai objek dakwah saat ini memiliki budaya yang berbeda dengan masyarakat tradisional. Keadaan masyarakat modern dengan sarana komunikasi yang digunakannya menuntut konsumsi pesan (informasi) yang mengandung kebenaran dan hikmah. (Natasya Yanzah, 2022) Di sinilah pentingnya memahami paradigma dakwah kultural dihadapkan pada kondisi objek dakwah menggunakan media virtual yang sering disebut dengan "cyberspace".

Dakwah budaya dibedakan dengan dua pengertian, yaitu umum dan khusus. Pemahaman umum tentang kegiatan dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan sebagai insan yang berbudaya, secara luas guna menghasilkan kebudayaan baru yang bernuansa Islami. (Natasya Yanzah, 2022) Sementara itu, pemahaman khusus kegiatan dakwah melalui pemanfaatan adat, tradisi dan seni budaya setempat sedang dalam proses menuju kehidupan Islami.

Oleh karena itu dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang elegan, bil al-Hikmah dan bil al-mauidzah al-hasanah serta mampu menghadapi kondisi lapangan (budaya/budaya) yang dihadapinya. Pengkhotbah diharapkan proaktif dalam memahami orang atau masyarakat yang mereka khotbahkan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan pendekatan dakwah budaya adalah proses atau cara pendekatan masyarakat dalam hal tradisi atau seni budaya lokal dalam proses transmisi Islam untuk menciptakan budaya baru yang bernuansa Islami. Seperti dakwah yang dilakukan oleh Sunan Kalijaga/Raden Syahid. Ia merupakan salah satu tokoh sentral dalam proses penyebaran Islam di tanah Jawa.

g. Dampak Positif Dan Negatif Media Virtual

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

Da'i virtual dimudahkan pekerjaannya melalui media internet ini. Karena ia tidak perlu mengeluarkan suara yang terlalu keras agar para pendengar (mad'u) memahami pesan dakwah yang disampaikan, tidak perlu mendatangi tempat mad'u yang hendak dituju. Cukup dengan menyampaikan pesan dakwah melalui audio, audio visual ataupun tulisan yang diposting ke dalam halaman website, dengan sedikit variasi pada website dan bila perlu diberi sedikit ilustrasi ataupun animasi untuk mendukung pesan dakwah yang hendak disampaikan. Tidak perlu tenaga ekstra untuk membuat seperti ini. (Natasya Yanzah, 2022).

Yang dibutuhkan hanyalah kekreatifan dan kecermatan da'i virtual hingga bisa menghasilkan pesan dakwah yang menarik. Fenomena dakwah virtual (internet) mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1994. Seiring dengan dibukanya indonet di Jakarta sebagai internet service provider (ISP) pertama di Indonesia. Sehingga saat itu penggunaan internet sebagai media dakwah semakin berkembang sejak muncul berbagai macam perangkat sosial media yang menunjang perangkat internet. Seperti adanya Twitter, Facebook, Blogger, Youtube, Instagram, bahkan kini perangkat-perangkat seperti Facebook dan Instagram tersebut dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan seseorang dan memudahkan komunikasi berinteraksi serta memberikan feedback terhadap pesan yang diterima. Intinya dakwah via internet membuat dakwah semakin lebih mudah diserap dibandingkan konvensional.

Dengan adanya berbagai aplikasi media sosial tersebut, dewasa ini masyarakat cenderung lebih banyak menggunakan gadget mereka untuk melakukan berbagai aktivitas salah satunya memperoleh informasi.

Menurut Nurcholis Majid, (1995), bahwa pemanfaatan internet saat ini

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

Selama ini kita hanya menyadari bahwa media memiliki "dampak" positif dan negatif, tanpa mengetahui apa sajakah dampak-dampak tersebut. Adapun dampak positif dari dakwah virtual (dakwah melalui jaringan internet), di antaranya; pertama, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau; kedua, pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, hal ini secara otomatis berpengaruh juga pada jumlah penyerapan misi dakwah; ketiga, para pakar dan ulama' yang berada di balik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i (Sirajuddin, 2014). Hal inilah yang menjadi alasan dakwah melalui internet dinilai sangat efektif dan potensial untuk diterapkan di masa kini dan masa mendatang. Meskipun terdapat pula dampak-dampak negatif di dalamnya.

h. Multimedia sebagai Inovasi Dakwah

Inovasi dakwah adalah perubahan yang dilakukan dalam dakwah. Inovasi ini bisa dilakukan dari semua elemen dakwah seperti materi, metode, da'i, media dan elemen lainnya. Inovasi dakwah adalah suatu keharusan. Kemajuan dunia dan segala perubahannya melahirkan banyak masalah yang kompleks. Oleh karena itu, inovasi dakwah menjadi suatu keharusan untuk mendapatkan hasil yang optimal, baik dakwah multimedia maupun dakwah melalui pemberdayaan masyarakat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut para mubaligh mengembangkan ilmu dan pemanfaatan teknologi untuk menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat agar tidak ketinggalan zaman.

Menurut Sindhunata dalam Bambang S. Ma'arif, da'i yang menguasai multimedia akan mengajak mad'u atau mitra dakwah untuk, memahami bahwa apa yang disajikan di media bukanlah realitas eksternal dan apa adanya.

Dengan demikian, produk media didasarkan pada kepentingan ekonomi mereka yang memilikinya. Kritik terhadap implikasi ideologis dan sistem nilai yang terkandung dalam media sehingga berkaitan dengan periklanan. Harus memperhatikan isi atau pesan dalam dakwah. sangat penting bagi mubaligh untuk mengembangkan kompetensinya terutama dalam penguasaan media atau multimedia untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada mitra dakwah (Wahidin Saputra, 2012).

Ada beberapa media yang harus menjadi perhatian para dakwah yaitu televisi dan internet, padahal media lain juga sangat penting. Namun media yang banyak digunakan oleh

mitra dakwah adalah televisi dan internet. Televisi merupakan media yang efektif bagi para da'i untuk menyampaikan dakwahnya. Maraknya dakwah melalui televisi tidak lepas dari fenomena global, segala bentuk komunikasi bisa menjadi profesi yang bersentuhan dengan bisnis, bahkan fakta ini seringkali menjadi kontroversi di masyarakat (Khairi, 2017). Internet merupakan media yang memuat informasi dalam berbagai bidang, antara lain politik, budaya, kriminalitas, hukum, pendidikan, budaya, kesehatan, informasi keislaman dan lain-lain.

Dakwah dengan multimedia memiliki kelebihan dan keterbatasan. Keunggulannya adalah dapat diakses oleh semua kalangan, da'i dapat menyampaikan dakwahnya kapan saja, di mana saja, tanpa menyediakan tempat khusus, mad'u dapat memilih tema atau materi sesuai dengan kebutuhannya dan dapat berinteraksi dengan da'i secara langsung dan juga bisa lebih akrab dengan da'i dan tidak dibatasi oleh jarak, waktu dan tempat. Sedangkan keterbatasannya adalah da'i tidak bisa menggunakan media massa sebagai media dakwah, mad'u tidak bisa menggunakan media sebagai sarana dakwah (gaptek), banyaknya media yang memberikan materi.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan sebelumnya, penulis menyimpulkan:

1. Islam adalah dakwah, karena wacana Allah SWT ditujukan kepada Nabi Muhammad SAW. Untuk menyampaikan kepada umat manusia.
2. Tujuan dakwah adalah menyampaikan risalah Islam agar umat beriman kepada ajaran Islam dalam kehidupan dan pengamalannya guna mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Peran media sangat penting dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan khususnya media sosial, internet, whatshap youtube, instagram dan elektronik. Dengan media tersebut, pesan-pesan keagamaan dapat dengan mudah sampai kepada penerima pesan secara bersamaan
4. Penyampaian pesan-pesan agama Islam (dakwah) melalui media Internet dengan menampilkan konten Islami merupakan inovasi terbaru dalam penyiaran Islam di era modern ini, karena hampir seluruh penduduk dunia menggunakan media Internet, sehingga lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.
5. Fasilitas yang disediakan oleh media internet memunculkan kepedulian para mubaligh untuk menggunakan media internet sebagai alat dakwah, sehingga dapat mendukung proses dakwah Islam.

Secara garis besar dakwah berarti mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan sesuatu yang lain, yang harus dilakukan dengan menggunakan media. Hafi Anshori mengatakan bahwa dakwah adalah proses pengorganisasian upaya mengajak manusia untuk beriman dan taat kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, amar ma'ruf, pemulihan dan pengembangan masyarakat dannahi munkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk tujuan tertentu. , yaitu kebahagiaan dan kemakmuran hidup yang dirahmati oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala. Konsep dakwah pada hakekatnya terdapat dalam 'amar ma'ruf dan nahi munkar.

SARAN

Umat Islam sebagai aktor dakwah harus menguasai media teknologi informasi dan komunikasi yang terus mengalami perkembangan. Sehingga pelaksanaan dakwah dapat diterima dan menjangkau masyarakat luas dengan pemahaman agama yang utuh.

DAFTAR PUSTAKA

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

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

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

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

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

Ibnu Taimiyah. 1990. Etika Beramar Ma'ruf Nahi Munkar Ibnu Taimiyah, terj.

Abu Fahmi. Jakarta: Gema Insani Press, 11.

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

Nisa, Komunikasi, Pia Khoirotnun. 2018. Dakwah Imam Al-Ghazali Dalam Kitab Iḥyā'Ulumiddīn.

Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan, (online), 4 (1):

(<http://jurnal.stitalamin.ac.id/index.php/alamin/article/view/11>) diakses 20 Maret 2019.

Risdiana, Aris. 2014. Tranformasi Peran Da'i dalam menjawab peluang dan tantangan; studi terhadap manajemen SDM, Jurnal Dakwah, (online), 15(2):433-451(<http://ejournal.uinsuka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/315>) diakses 23 Maret 2019.

Bakti. A.F & Meidasari, V. E. 2014. Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jurnal Komunikasi Islam,

- 4(1); <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/35>) diakses 22 Maret 2019.
- Puwardi, Dakwah Sunan Kalijaga: Penyebaran Agama Islam di Jawa Berbasis Kultural (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet-III 2007)
- Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Jawa Tengah, 2006. Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual. Jakarta: Media Kompas Nusantara,
- Farhan. 2014. Bahasa Dakwah Struktural Dan Kultural Da'i Dalam Perspektif Dramaturgi, At-Turas, Vol. 1, No. 2, 273
- Muhammad Sinung Restendy, dakwah virtual yayasan spirit dakwah indonesia (spidi) tulungagung, 2nd proceeiding annual conference for muslim scholar kopertais wilayah iv surabaya, h. 304. www.kopertais4.or.id didownload 5 januari 2019.
- Yasraf Amir Piliang, Dunia Yang Berlari, (Yogyakarta: Cv Cantrik Pustaka) Cet, Pertama November 2017, 35
- Farhan. 2017. Pesan Dakwah Felix Siauw Di Media Sosial Perspektif Meaning And Media, Jurnal Al-Idarah: Manajemen Dan Administrasi Islam, vo. 1. No. Juli-desember
- Nurcholis Majid, 1995. Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan (Jakarta: Republika, 1995.
- Murniaty Sirajuddin, 2014. Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan", Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, UIN Alauddin Makassar, Vol. 1, No. 1, (<https://id.m.wikipedia.org/wiki>)
- Abdullah, Dzikron.. Metodologi Dakwah. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1989
- Amin, M. Masyhur, Dakwah Islam dan Pesan Moral, Jakarta : Al Amin Press, 1997.
- Amin, Samsul Munir. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah, 2009. Ansari Isa, Mujahid Dakwah. Bandung :CV. Diponegoro, 1979
- Hakiki, Rizki. Dakwah di Media Sosial (Etnografi Visual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar). Skripsi. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016.
- Kaplan, Andreas, dan Michael Haenlein, "Users of the word, Unitel The challenges and opportunities of Sosial Media "Business Horizoons, 2010
- Karlinah, Siti, Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala. Komunikasi Masa Suatu Pengantar. Edisi Revisi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014
- Kurniawan, Agung, Trsnformasi Pelayanan Publik, Yokyakarta., Pembaharuan, 2005 Liliweri,

Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam

Volume 22 Nomor 2 (2023) 496-509 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571

DOI: 10.17467/mk.v22i2.3147

Alo. 2015. Komunikasi Antar Personal. Jakarta: Kencana.

Rahmani, Tnea. Penggunaan Media Sosial sebagai Dasar-Dasar Fotografi, Skripsi Universitas RNegeri Sunan Klijaga, 2016

Saputra, wahidin, Pengantar Ilmu Dakwah, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2012 Syukir Asmuni, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam. Surabaya : Al Ikhlas, 1983 Tasmara, Toto, Komunikasi dakwah Jakarta : Penerbit Gaya media Pratama, 1997.

Wahid, Fatul. E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet. Yogyakarta: Gava Media, 2004 Yaqub Hamzah, Publisistik Islam. Bandung : Diponegoro, 1983

Zarella, Dan. The Social Media Marketing Book. Canada: O'Relly Media, 2010.