

PRAKTIKI DAKWAH (RESOLUSI DA'I DALAM MENYIKAPI MASYARAKAT CYBER)

M. Sofiatul Iman

Pascasarja Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Jember
msofiatuliman@gmail.com

ABSTRACT

The obligation of da'wah for every Muslim individual is an undeniable reality in order to improve the religion of the religious community and change from a bad living condition to a better life based on daily behavior on the Al-Quran and Sunnah, ijma' and qiyas.

The success or failure of da'wah depends on how the message is delivered by the da'wah communicator (da'i) on the receiver (mad'u). But now the da'wah is faced with the reality of cyber society, the cyber community which is also called the global community gave birth to a variety of new cultures because of the freedom of unlimited interaction through the internet.

It is necessary to have a resolution from the proselytizing practitioners, meaning that a da'i is not only required to be a vocalist in conveying his message of preaching, but is also required to be creative and innovative so that cyber society as mad'u can still be interested in the da'wah packaging delivered.

With literature study approach and also mass media communication theory, this article is present to offer a resolution of a proselytizing practitioner in addressing cyber society as his mad'u. In this paper in the language about the method of da'wah that is associated with the relevance of cyber society, namely the method of da'wah in general in the Qur'an as a resolution. In other words, da'wah bilhikmah in cyber society, mau'idzatul hasanah in cyber society and al-mujadalah in cyber society. In addition, to support the effectiveness of da'wah in cyber society, an important component that must participate is the government, education environment and family environment.

Keywords : Da'i, Media, Cyber Community

ABSTRAK

Kewajiban dakwah bagi setiap individu muslim merupakan suatu realitas yang tidak dapat dipungkiri guna memperbaiki perilaku masyarakat beragama dan mengubah dari kondisi kehidupan yang buruk menjadi lebih baik yang melandaskan perilaku hidup setiap hari pada Al-Quran dan As-Sunnah, ijma' dan qiyas.

Berhasil atau tidaknya dakwah tergantung pada bagaimana kemasan pesan yang disampaikan komunikator dakwah (da'i) terhadap mad'unya. Namun kini dakwah dihadapkan pada realitas masyarakat cyber, masyarakat cyber yang disebut juga masyarakat global melahirkan berbagai budaya baru karena kebebasan interaksi yang tanpa batas melalui internet.

Hal ini perlu adanya resolusi dari praktisi dakwah. Seorang da'i tidak lagi dituntut untuk vokal dalam menyampaikan pesan dakwahnya akan tetapi dituntut juga untuk kreatif dan inovatif agar masyarakat cyber sebagai mad'u menjadi tertarik dengan kemasan dakwah yang disampaikan.

Dengan pendekatan studi pustaka dan juga teori komunikasi media massa, tulisan ini hadir untuk menawarkan resolusi seorang praktisi dakwah dalam menyikapi masyarakat cyber sebagai mad'unya. Kajian ini membahas tentang metode dakwah yang dikaitkan dengan realitas masyarakat cyber, yaitu metode dakwah secara umum dalam al-Qur'an sebagai resolusi. Antara lain dakwah bil hi'mah pada masyarakat cyber, mau'idzatul hasanah pada masyarakat cyber dan al-mujadalah pada masyarakat cyber. Di samping itu, untuk mendukung efektifitas dakwah pada masyarakat cyber, komponen penting yang turut serta adalah pemerintah, lingkungan pendidikan dan lingkungan keluarga.

Keyword : Da'i, Media, dan Masyarakat Cyber

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas mengajak manusia kepada jalan yang dikehendaki Allah swt, karenanya pesan-pesan agama tidak akan mungkin tersampaikan kepada masyarakat luas (hamba Allah) tanpa adanya aktivitas mengajak (dakwah) yang dilakukan oleh orang (*da'i*) yang memiliki pemahaman agama Islam.

Berhasil atau tidaknya seorang *da'i* mengajak masyarakat (*mad'u*) yang menjadi tolak ukur bukan dengan seberapa banyak jamaah yang hadir saat aktivitas dakwah berlangsung, banyaknya *mad'u* hanya merupakan indikator saja sebab keberhasilan dakwah diukur dengan munculnya kesadaran masyarakat (baik berupa tingkah laku, sikap ataupun keyakinan) setelah pesan agama tersampaikan kepada mereka. Bukan suatu hal yang mudah untuk menyadarkan masyarakat sebab kesadaran adalah kondisi di mana seseorang mempunyai dorongan dan kemauan untuk melakukan sesuatu¹ yang muncul dalam dirinya dengan adanya stimulus terus menerus² dalam berinteraksi sosial.

Perlu diketahui bahwa masyarakat (manusia sebagai *mad'u*) merupakan makhluk Allah yang paling sempurna di antara sekian banyak makhluk ciptaan

Allah swt lainnya³ karena manusia dalam kenyataannya bukan sekedar suatu materi yang kompleks, tetapi juga realitas non-material dan personalitasnya menggabungkan *dualitas* material dan spiritual.⁴ Bilamana dibenturkan dengan realitas serta eksistensi manusia tersebut, maka posisi manusia sebagai *mad'u* memerlukan seorang *da'i* yang benar-benar mampu mendialogkan pesan-pesan agama yang nantinya dakwah dapat mencapai keberhasilan yakni tingkat kesadaran manusia (masyarakat) terhadap tingkat dan kualitas spiritual yang mampu mengantarkan manusia agar senantiasa berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islam berdasarkan prinsip Al-Qur'an dan sunnah rasul guna mencapai kesuksesan hidup yaitu mendapat kebahagiaan dunia-akhirat.

Kesempurnaan manusia mengungguli makhluk ciptaan Allah swt lainnya terbukti dengan terus menerus adanya perkembangan dalam setiap peradaban manusia terutama dalam hal komunikasi antar sesama manusia. Sejak zaman di mana manusia tidak bisa baca tulis (pra-sejarah) hingga zaman *melenium* (perkembangan teknologi informasi) adalah kenyataan yang harus diterima dalam realitas hidup. Terutama pada saat ini terdapat fenomena informasi yang disebut dengan revolusi informasi.

¹ Yakni melakukan tindakan yang mencerminkan kesadaran terhadap visi misi agama Islam dengan tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islam antara lain adalah kokohnya keimanan (memegang teguh rukun Iman), tegaknya Islam (menjalankan semua perintah dan menjauhi larangannya) serta menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan berserta lingkungannya (makarimal Akhlak). Dengan bahasa populer disebut *hablumminallah*, *hablumminannas* dan *hablumminalalam*.

² Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah* (Surabaya : al-Ikhlash, 1994), hlm.43.

³ Makhluk ciptaan Allah yang berada di alam jagat raya tidak terhitung jumlahnya. Hal ini berdasarkan sebuah maqal “ قولمخ لئلا اوسام » artinya segala sesuatu yang bukan Allah (*kholiq* atau pencipta) adalah makhluk (sesuatu yang dicipta). Artinya berdasarkan maqol ini segala yang ada di antara langit dan bumi dan juga segala sesuatu yang berada di luar tata-surya kesemuanya yang sifatnya dicipta adalah makhluk ciptaan Allah.

⁴ Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah, Kajian Ontologis, Epistemologis Dan Aksilogis* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), hlm.50.

Revolusi informasi merubah segala tatanan hidup manusia, dan membawa manusia pada dimensi informasi yang sulit dibendung yakni dunia baru dan interaksi sosial yang membentuk tatanan sosial yang dikenal dengan masyarakat maya (*cyber society*). Tatanan baru ini merupakan dunia yang memberikan ruang interaksi sosial masyarakat tanpa batas yang dalam konteks kekinian disebut sebagai masyarakat dunia global.

Teknologi informasi tidak hanya mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru masyarakat, namun juga membawa tatanan hidup pada dua dimensi kehidupan yaitu kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya. Masyarakat nyata adalah sebuah kehidupan masyarakat yang secara inderawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan yang mana hubungan-hubungan interaksi sosial terbentuk dan terbangun melalui penginderaan. Sedangkan masyarakat maya adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. Kehidupan ini bukan kehidupan dunia akhirat, namun kehidupan ini adalah sisi lain dari kehidupan materi manusia di bumi dan alam jagad raya.⁵

Kecenderungan masyarakat pada interaksi social di dunia virtual terbukti semakin meningkat sebagaimana data yang disampaikan oleh kemenkominfo yang dikutip Shiefti Dyah Alyusi bahwa jumlah pengguna internet meningkat drastis, sejak tahun 1998 ditemukan data kurang dari 200 juta pengguna, pada

⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2006), hlm.164

tahun 2010 menjadi 1,7 miliar pengguna. Pengguna internet di Indonesia dari 30 juta atau sekitar 12,5 % dari populasi penduduk Indonesia. Data lain dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menyebutkan pada akhir tahun 2001 tercatat 20 juta pengguna internet, dan akhir tahun 2009 tercatat sebanyak 25 juta pengguna.⁶ Dan survei terakhir yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2017 pengguna internet meningkat mencapai 143, 26 juta pengguna atau setara dengan 54,7% dari populasi penduduk Indonesia.⁷

Data pengguna internet yang begitu besar merupakan fakta bahwa dimensi kehidupan maya kini lebih diminati masyarakat bahkan pengaruhnya merasuk ke sendi-sendi agama sebagaimana salah satu penelitian mengungkapkan bahwa dampak *new-media* (media online) sampai menyentuh pada pergerseran otoritas keagamaan di Indonesia, kehadiran dunia virtual kini merebah tidak hanya pada aspek sosial, ekonomi, politik akan tetapi juga pada aspek keagamaan. Masyarakat global dengan fasilitas internet akan mudah mengakses fatwa-fatwa dari ulama⁸ atau menyerap pengetahuan agama dengan mengambil sumber dari mbah google atau youtube, web, blog dan sebagainya.

Dalam dakwah, kehadiran teknologi informasi merupakan sebuah tantangan bagaimana seorang praktisi dakwah mampu bersaing dengan berbagai

⁶ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial, Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial* (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), hlm. 3

⁷ Team Survei APJII, *Penetrasi Internet di Indonesia capai 143 Juta jiwa* (Buletin APJII edisi 22, Maret 2018), hlm. 2.

⁸ Mutohharun Jinan, *Intervensi new media dan Impersonalisasi otoritas keagamaan di Indonesia* Jurnal KOMUNIKASI ISLAM Vol.03 no, 02, Desember 2013. Hlm 319.

informasi yang diminati masyarakat global, di sisi lain salah satu persoalan yang signifikan dalam memahami agama tentunya harus mempelajari dari sumber-sumber yang kredibel semisal situs-situs resmi yang diakui keabsahannya, bukan hanya sekedar asal berselancar pada situs-situs yang tersaji dalam dunia virtual. Dan hal itu menuntut seorang *da'i* sebagai praktisi dakwah memiliki formulasi baru untuk bersaing dengan situs-situs yang hanya akan memberikan dampak buruk bagi kehidupan masyarakat.

Seorang *da'i* yang memiliki tugas suci menyampaikan pesan agama (Islam) terhadap masyarakat sangatlah mudah berinteraksi dengan masyarakat nyata karena proses interaksinya dapat diamati secara langsung melalui proses penginderaan. Namun bagi seorang *da'i* memerlukan keseriusan untuk menghadapi objek dakwah (*mad'u*) pada dimensi masyarakat maya. Sebab pengaruh interaksi masyarakat secara global dalam dunia maya lebih besar dari pada pengaruh masyarakat dalam interaksinya secara nyata.

Meningkatnya komunitas sosial maya memerlukan adanya resolusi dan desain baru terhadap strategi-strategi penyampaian dakwah yang mampu menembus ruang-ruang virtual kehidupan masyarakat global. Aktivitas dakwah yang masuk ke dalam media maya mengantarkan keterbukaan bagi aktivis dakwah untuk memanfaatkan peluang dalam menjamah *mad'u* di samping tantangan yang harus disikapi. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Murniaty Sirajuddin berkesimpulan bahwa peluang dakwah di era global begitu besar dengan memanfaatkan kerja lembaga tertentu yang profesional, sedangkan tantangannya juga sangat

besar karena vasilitas internet akan melahirkan berbagai perubahan yang terus menerus memunculkan pernyataan dan pertanyaan baru, sehingga dakwah berhadapan dengan masyarakat global yang multikompleks-kultural.⁹

Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Moch. Fakhruroji mengungkapkan selain adanya peluang dakwah di era informasi sekarang ini, juga terdapat ancaman. Ancamannya adalah menjadikan agama Islam (agama dakwah) sebagai komoditas yang diperjualbelikan, seperti pada bulan ramadhan berbagai media merekonstruksi diri mereka dengan berbagai desain keagamaan, seperti senetron, film, atau pruduk teknologi seperti *exis hidayah*, *flexi Islam*, bahkan di mall, atau ruang public lainnya mendesain dengan nuansa Islam yang mana itu dikonstruksi seakan simbol-simbol agama yang ada di dalam diri mereka merupakan sebuah kualitas keimanan, sampai membuat mereka (masyarakat) lupa terhadap substansi ramadhan karena menganggap semua itu merupakan bagian dari agama yang berimplikasi pada perilaku masyarakat yang seharusnya memperbanyak dzikir, ibadah lainnya, malah begadang pergi ke mall, melihat senetron dan semacamnya. Contoh lainnya adalah banyaknya fitur-fitur dalam perangkat gadget seperti *al-Qur'an 30 Juz* dalam bentuk aplikasi yang mempermudah untuk mendengarkannya sehingga untuk mengaji sendiri saja tidak sempat.¹⁰

⁹ Murniaty, *Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Inetrnet, Peluang Dan Tantangan* (Al-Irsyad an-nafs, jurnal Bimbingan dan penyuluhan Volume 01, Nomor 01, desember 2014), Hlm.21

¹⁰ Moch. Fakhruroji, *Dakwah Islam dan inovasi media, peluang dan ancaman media global atas dakwah Islam* (Jurnal Komunika, Volume 04, Nomor 01, Januari-Juni 2010), Hlm. 121-129

Fenomena di atas menjadi hal yang sangat menarik untuk disikapi sehingga tulisan ini hadir untuk mengupas resolusi praktisi dakwah dalam menyikapi realitas virtual. Realitas virtual menghadapkan dakwah pada berbagai tantangan untuk membenah diri sebagai sikap reflektif terhadap perilaku *mad'u* yang semakin hari semakin meninggalkan dimensi kehidupan nyata dan beralih pada kehidupan maya. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi terobosan baru bagi para praktisi dakwah dalam menyampaikan pesan agama kepada *mad'un*, dan bagi dunia akademisi sebagai bagian dari *khazanah* keilmuan dakwah dalam menjawab tantangan zaman di era revolusi informasi.

KERANGKA TEORITIK

A. Dakwah

Secara individu insan manusia yang meyakini dengan sepenuh hatinya bahwa ia memeluk agama Islam, disadari atau tidak ia telah memikul suatu kewajiban melaksanakan dakwah Islam,¹¹ baik secara langsung atau tidak. Karena setiap muslim memiliki tanggung jawab atas pelestarian dan kesinambungan Islam dan umat Islam di semesta dunia.¹² Mengingat Nabi Muhammad saw. diutus untuk semua umat manusia sehingga misi yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw. berupa agama Islam adalah untuk seluruh umat manusia, baik ia pernah menemui beliau atau tidak, hidup semasa beliau atau datang kemudian, satu

¹¹ Perintah kewajiban berdakwah ini berdasarkan Q.S An-Nahl ayat 125. Di dalam ayat ini terdapat perintah pada bunyi (هُرِّدُوا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ لَعَلَّ يَتَّقُونَ) kata *هُرِّدُوا* adalah perintah wajib sebagaimana dalam *kaidah ushul* (بوجوب لصلواتي ف رملًا) artinya setiap perintah pada asalnya adalah kewajiban.

¹² Masyhur Amin, *Dakwah Islam Dan Pesan Moral* (Yogyakarta : Al-Amin Press, 1997), hlm.67.

bangsa dengan beliau atau berlainan kebangsaan.¹³

Demi tercapainya pesan-pesan agama kepada seluruh manusia setelah Rasulullah saw wafat, tugas mulia ini ditanggung oleh generasi setelahnya yang dimulai pada era sahabat yang terus gencar menegakkan agama Islam hingga sampai pada kita sebagai muslim tentu juga memiliki kewajiban dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada semua manusia melalui aktivitas dakwah.

Dalam arti mengajak, keberhasilan dakwah tentu akan membuat perubahan besar terhadap realitas kehidupan masyarakat. Indikasi dari dakwah yang dapat dirasakan salah satunya adalah transformasi (perubahan) moral sebagai bukti atas terealisirnya capaian dakwah dan menjadi bukti bahwa Islam adalah agama yang *rahmatan lil alamin* yakni sebagai agama perdamain.

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa arab *da'wah* (الدعوة) tersusun dari tiga huruf yaitu *dal* ((د), *'ain* (ع), dan *wawu* (و), dari susunan huruf ini, memiliki makna yang beragam di antaranya adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, dan meratapi.¹⁴

Sedangkan dakwah secara *ishtilahi* (terminologis/istilah) sebagaimana dinyatakan oleh Prof. Toha Yahya Omar adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk

¹³ Masyhur Amin, *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, hlm. 78..

¹⁴ Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta :Kencana Prenada Media group. 2009), hlm. 6.

keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.¹⁵

Menurut beberapa ahli, pengertian dakwah beragam yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Menurut Prof. A. Hasymi dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah (da'i) sendiri.
2. Menurut Ustadz Abu Bakar Azzakaria dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengertian tentang agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum hal-hal yang menimbulkan pengertian mereka berkenaan dengan urusan agama dan keduniaan menurut kemampuan.
3. Menurut Prof. KH. Abdul Kahar Muzakir, dakwah adalah tugas suci tiap-tiap muslim di mana dan bilamana ia berada di dunia ini, yaitu menyeru dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat dan kewajiban tersebut untuk selamanya.
4. Menurut Anshari dakwah adalah semua aktivitas manusia muslim di dalam usaha merubah situasi dari yang buruk pada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT dengan disertai kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan terhadap Allah SWT.¹⁶

Heterogeni pendapat para ahli di atas bila dihayati dapat difahami dan ditarik

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Islam Agama Dakwah* sebuah pengantar dalam Sayyid Muhammad Alwi- Al-Maliki- Al-Hasani, *Kiat Sukses Berdakwah*, terj. Samsul Munir Amin (Jakarta : Amzah, 2006), xii.

¹⁶ Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah, Pedoman untuk Mujahid Dakwah* (Surabaya : Al-Ikhlash, 1993),11.

benang merah bahwa dakwah adalah suatu usaha yang dilakukan dengan sadar dan terencana, yakni mengajak umat manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan). Usaha tersebut dilakukan dalam rangka untuk mencapai tujuan hidup bahagia dan sejahtera di dunia ataupun di akhirat.

B. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang bila salah satu di dalamnya tidak terpenuhi maka dakwah tidak akan mungkin terlaksana dengan efektif dan bahkan akan diterpa kegagalan. Dalam bahasa sederhana unsur-unsur dakwah dimengerti sebagai rukun dakwah, bila salah satu rukun tidak ada, dakwah tidak mungkin terlaksana. Unsur-unsur dakwah antara lain adalah da'i, mad'u, media dakwah, materi dan efek. Masing-masing penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Da'i

Da'i disebut juga subjek dakwah (prkatisi dakwah) adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan atau tingkah laku ke arah kondisi yang lebih baik menurut syari'at al-Qur'an dan as-Sunnah. Sederhannya da'i adalah orang yang selalu mengajak dirinya sendiri dan orang lain beramal ma'ruf dan nahi mungkar.¹⁷

Da'i merupakan unsur dakwah yang paling penting karena tanpa da'i Islam akan stagnan, Islam hanya akan menjadi ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Sebaik

¹⁷ Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-prinsip metodologi dakwah* (Surabaya : al-Ikhlash, 1994), hlm.57

apapun ideologi dan nilai-nilai moral dalam Islam tanpa adanya da'i, ia hanyalah sekedar menjadi ide, cita-cita yang tidak terwujud.¹⁸

2. Mad'u

Mad'u adalah objek dakwah atau sasaran dakwah. Yaitu manusia sebagai penerima pesan-pesan dakwah.¹⁹ Manusia memiliki aneka ragam karakter yang satu sama lain sifat dan wataknya tidak sama, meski ia saudara kandung. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki berbagai seperangkat aturan dan sistem yang bersifat abstrak perihal adanya norma-norma dan peraturan tertentu yang disepakati bersama oleh sekelompok individu (masyarakat).²⁰ Kompleksitas masyarakat dalam setiap perilaku sosialnya cenderung bertingkah laku tertentu bilamana ia menghadapi stimulus tertentu. Hal ini yang terus menerus membuat masyarakat dalam setiap tingkah laku sosialnya bersifat *deteminisme mekanistik*.

Sebagai sasaran dakwah manusia tidak lantas kaku dalam menerima apa yang didapatkan dalam kerangka pikirnya, akan tetapi ia terus mengembangkan pemahaman agama dari apa yang ia dapatkan dari seorang da'i. Untuk mempermudah penggolongan manusia sebagai objek dakwah Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan. Antara lain golongan pertama adalah golongan masyarakat cerdas pandai. Pada golongan pertama ini adalah mereka yang cinta akan kebenaran

¹⁸ Sofyan Hadi, *Ilmu dakwah, konsep paradigma hingga metodologi* (Jember : Pustaka Tsaqela, 2012), hlm. 52

¹⁹ Sofyan Hadi, *Ilmu dakwah*, hlm. 60

²⁰ Abu Ahmadi, *Ilmu sosial dasar* (Jakarta : Renika Cipta, 2009), hlm. 55

agama, berfikir kritis, mudah menangkap arti persoalan. Golongan kedua adalah golongan awam, yaitu masyarakat yang belum bisa berfikir secara kritis, belum mampu menangkap pengertian-pengertian yang tinggi. Golongan ketiga adalah golongan yang berada di antara keduanya, ciri dari masyarakat golongan ketiga ini adalah senang membahas sesuatu (berfikir tentang sesuatu) akan tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup untuk menelaah suatu persoalan yang dihadapi secara mendalam.²¹

3. Materi dakwah

Dakwah akan terlaksana bila ada yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Segala sesuatu yang disampaikan da'i kepada mad'u adalah pesan-pesan agama. Pesan-pesan agama tentunya sebagai penganut Islam bersumber dari al-Qur'an dan hadits serta Ijma' dan Qiyas sebagai sumber hukum. Semua ini bila dilihat dari sudut pandang ilmu dakwah sebagai disiplin ilmu tersendiri disebut sebagai materi dakwah.

Al-Qur'an sebagai sumber hukum utama bagi penganut Islam merupakan sumber rujukan utama bagi materi dakwah. Secara universal al-Qur'an dapat menyentuh segala aspek kehidupan manusia, sebagaimana dinyatakan oleh Slamet Muhaimin Abda secara umum pokok isi al-Qur'an meliputi :

1. Aqidah, yaitu masalah-masalah yang berkaitan dengan keyakinan, keimanan yang menjadi pokok bahasan dalam kajian bidang tauhid.

²¹ Sofyan Hadi, *Ilmu dakwah*, hlm. 63

2. Ibadah, di sini dimaksudkan ibadah khusus yang langsung menghubungkan antara manusia dengan Allah swt, ibadah tersebut meliputi sholat, puasa, zakat, haji, sedekah, jihad, nadzar dan sebagainya. Bidang-bidang ini biasanya menjadi bidang kajian ilmu fiqh.
3. Muamalah, segala sesuatu yang diajarkan untuk mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lainnya, seperti masalah politik, ekonomi, sosial dan sebagainya.
4. Akhlak, yaitu pedoman norma-norma kesopanan dalam pergaulan hidup sehari-hari.
5. Sejarah, yaitu riwayat-riwayat manusia dan lingkungannya sebelum kedatangan nabi Muhammad saw
6. Dasar-dasar ilmu dan teknologi yaitu petunjuk-petunjuk singkat yang memberikan dorongan kepada manusia untuk mengadakan analisa dan mempelajari isi alam dan perubahan-perubahannya.
7. Lain-lain baik berupa anjuran-anjuran, janji-janji maupun ancaman.²²

Sumber kedua adalah hadits atau sunnah yakni segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi Muhammad saw baik ucapan, tingkah laku ataupun persetujuan nabi dalam segala aspek kehidupan semasa beliau hidup.²³

²² Slamet Muhaimin Abda, Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah, hlm. 47

²³ Dalam konteks ini tidak membedakan antara sunnah dan hadits sebagaimana ulama hadits dan ulama fiqh berbeda pendapat terkait pengertian sunnah dan hadits. Menurut ulama hadits yang dimaksud dengan hadits adalah segala yang dinisbatkan kepada

C. Metode dakwah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi turut andil dalam membingkai pola pikir manusia sehingga semakin melekat teknologi pemikiran rasional semakin menempel dalam benak setiap insan. Agar supaya dakwah dapat menyentuh ruang-ruang tersebut perlu adanya pembaharuan (*upgrate*) dalam metode dakwah itu sendiri.

Secara garis besar metode dakwah termaktub dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (٥٢١)

Artinya :Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.²⁴

Di dalam ayat ini terdapat tiga point penting metode dakwah yakni *bil-hikmati*, *mau'idzatul hasanah*, *mujadalah al-hasanah*. Ketiga aspek ini merupakan ruh dari segala aktivitas dakwah.

1. Bil-hikmah

Dari sekian banyak pemaknaan para pakar terkait *al-hikmah* dapat ditarik benang merah yakni dakwah

nabi baik mengandung perintah syara' atau tidak sedang dalam pandangan ulama fiqh mendefinikan hadits adalah dalil-dalil yang mengandung hukum syara'. Begitu pula dengan sunnah bagi ulama hadits tidak ada bedanya dengan sunnah namun bagi ulama fiqh sunnah adalah sesuatu yang apabila dikerjakan berpahala sedang bila ditinggalkan tidak apa-apa. Perbedaan definisi hadits dapat dilihat dalam M. Agus Solahudin, *Ulumul Hadits* (Bandung : Pustaka setia, 2008), hlm. 13 dan 17.

²⁴ Kemenag RI, Al-Qur'an dan terjemah (Bandung : jabal Raudhah, 2010), hlm. 281

bil-hikmah pada intinya merupakan penyeruan atau pengajakan dengan cara bijak, filosofis, argumentatif, dilakukan dengan adil, penuh kesabaran dan ketabahan sesuai dengan *risalah-nubuwah* dan ajaran Al-Qur'an. Dakwah *bil-hikmah* mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi mad'u. Hal ini berarti menggunakan metode yang relevan dan realistis sebagaimana tantangan dan kebutuhan dengan memperhatikan kadar pemikiran dan intelektual, suasana psikologis, serta situasi sosio kultural mad'u.²⁵

2. *Mau'idzatul Hasanah*

Merupakan metode dakwah dengan memberikan pelajaran dan nasehat yang baik, berpaling dari perbuatan jelek, melalui dorongan dan motivasi, penjelasan, keterangan, gaya bahasa, teladan dan pencegahan secara halus dengan kelembutan hati, menyentuh jiwa dan memperbaiki peningkatan amal. Tutur kata yang lemah lembut dan sikap kasih sayang (dalam konteks dakwah) dapat membuat seseorang merasa dihargai rasa kemanusiaannya dan mendapat respon positif dari mad'u.

Metode dakwah dengan *mau'idzatul hasanah* ini lebih bersifat spesifik kepada *mad'u* secara umum. Artinya *mad'u* yang secara potensial memiliki fitrah terhadap kebenaran tetap selalu ragu-ragu antara mengikuti kebatilan yang selama ini tumbuh di sekelilingnya dan mengikuti kebenaran yang disampaikan kepada

mereka melalui dakwah dengan metode *mau'idzatul hasanah*.²⁶

3. *Mujadalah Al-Hasanah*

Metode dakwah ketiga yang termaktub dalam Al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125 adalah *al-Mujadalah al-hasanah* artinya upaya mengajak seseorang kepada jalan Allah melalui jalan bantahan, diskusi, atau berdebat dengan cara yang terbaik, sopan, santun, saling menghargai dan tidak arogan. Dalam pandangan Muhammad Husain Yusuf cara dakwah dengan bantahan yang terbaik dan tidak arogan ini adalah diperuntukkan bagi mad'u yang hatinya dikung-kung secara kuat oleh tradisi jahiliyah yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebatilan serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah.²⁷

D. Masyarakat Cyber

Revolusi digital yang saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat terutama daerah perkotaan, pada umumnya berinteraksi sosial dengan berbagai budaya dan elemen masyarakat hanya dalam mesin monitor berukuran 14 sampai dengan sebesar ukuran cermin bedak, dengan adanya sinyal dimanapun keberadaan seseorang (elemen masyarakat) dapat berinteraksi dengan siapapun dengan mudah, hal itu yang disebut dengan *cyberspace*. Dalam istilah modern dapat pula disebut dengan istilah masyarakat virtual karena di dalam interaksi itu kita tidak hanya sebagai penonton akan tetapi juga bisa menjadi pelaku. Fenomena baru ini merupakan hal yang sangat menarik untuk dinikmati,

²⁶ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwa*., hlm. 81.

²⁷ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*., hlm. 82.

²⁵ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung : Pustaka Setia, 2002), hlm.79.

akan tetapi juga menjadi menarik untuk dikaji serta dijadikan sebagai hidangan di meja akademis. *Cyberspace* dapat dikatakan sebuah produk yang menjadi tanda tingginya ilmu pengetahuan dalam sejarah peradaban manusia. Tanpa kejeniusan manusia menyatukan ilmu pengetahuan dan imajinasi (dalam hal ini para ilmuwan di bidangnya), *cyberspace* tidak akan pernah ada. Kita tidak akan mengenal *cyberspace* atau masyarakat virtual tanpa adanya perkembangan Industri teknologi yang ditemukan oleh para ahli yang berpengetahuan tinggi.²⁸

Berbincang internet yang berkaitan dengan masyarakat penggunaannya tidak lain karena masyarakat dalam konteks ini berusaha untuk memenuhi berbagai kebutuhannya seperti informasi, hiburan, ataupun ingin mengungkapkan ekspresi serta memunculkan identitas virtualnya, lebih detail alyusi menjabarkan faktor-faktor motivasi masyarakat berinternet (masuk pada dunia virtual) adalah sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan kognitif, yang erat kaitannya dengan kebutuhan yang berupa informasi, pengetahuan dan pemahaman.
- 2) Kebutuhan afektif yakni kebutuhan yang ada hubungannya dengan pengalaman estetika, kesenangan dan ungkapan emosi (ekpresi emosional)
- 3) Kebutuhan intergrasi pribadi, yakni kebutuhan berdasarkan hasrat harga diri, di mana harga diri ini meliputi kredibilitas diri, keyakinan atau kepercayaan, stabilitas dan kepercayaan individu.
- 4) Kebutuhan integrasi social ,yang didasarkan pada hasrat berafeliasi, yang erat aitannya dengan

penambahan kontak (relasi sesama), dan aktualisasi dengan entitas yang berada di luar dirinya.

- 5) Kebutuhan pelarian, artinya pada saat tertentu seseorang mengalami subua ketegangan emosional yang perlu disalurkan namun kondisi dan keadaan di mana ia berada sangat tidak mendukung oleh karena ungkapan dan curahan emosiaonal yang berada dala dirinya disalurkan pada dunia virtual dengan berbagai ekpresi yang sesuai dengan selera.²⁹

Proses sosial yang terjadi dalam masyarakat cyber dibangun dengan relasi antar masyarakat yang memiliki *social contact* dan *communication*, dua komponen ini merupakan hal yang subtansial untuk menjalin relasi sosial maya, mereka terhubung dengan perangkat komputer, frekuensi, antena radio, modem atau saat ini yang lebih fleksible dan mudah, yang dikenal dengan istilah “*paket data*” yang terdapat pada *sim card* yang tertanam di *gadge*, kita rasakan bersama bahwa *gadge* (smatphone, mobile, tablet dan sebagainya) saat ini dapat dikategorikan sebagai teman paling setia bagi anggota masyarakat cyber.

PEMBAHASAN

Islam adalah agama yang akan membawa penganutnya untuk hidup sejahtera baik di dunia maupun di akhirat, visi dan misi agama Islam merupakan tujuan mulia yang akan mengantarkan semua penganutnya hidup sejahtera. Karena kompleksitas ajaran Islam yang dapat menyentuh segala aspek kehidupan umat menjadikan Islam sebagai agama perdamaian, artinya damai hati, damai

²⁸ Rio Heykhal Belvage, *Budaya Manusia Digital* Jurnal RANAH Th. II, No. 1, April 2012, hlm 23.

²⁹ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial, Interaksi, Identitas Dan Meodal Sosial* (Jakarta : Prenada Media group, 2016), hlm, 33.

pikiran, damai sosial dan kedamaian di mana-mana. Islam mengajarkan bagaimana antar individu manusia berhubungan dengan Allah, berhubungan sesama manusia dan berhubungan dengan alam. Karenanya Islam sendiri disebut sebagai agama yang rahmatan *li alamin*.³⁰

Agar semua manusia dari berbagai elemen sebagai mad'u dapat menerima agama rahmatan lil alamin (Islam) dengan keyakinan dan keimanan dan agar tidak membua agama mulia ini stagnan dan hanya menjadi sebatas ideologi maka transmisi pesan perlu dilakukan. Pesan-pesan agama ini perlu disampaikan dengan jalan dakwah sebagaimana dakwah dapat terlaksana dengan baik dan efektif bilamana seorang praktisi dakwah (da'i) mampu menguasai materi (pemahaman agama), media dakwah (alat atau saluran penyampai dakwah), mad'u sebagai objek atau sasaran dakwah. Yang kemudian akan menimbulkan efek bagi mad'u setelah dakwah tersampaikan kepada mereka. Proses penyampaiannya tidak akan lepas dari metode sebagaimana yang termaktub dalam al-qur'an yakni *al-hikmah, mau'idzatul hasanah, al-mujadalah ahsan*.

³⁰ Sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surat al-Anbiya' ayat : 107 “*بيننا وبينكم آية من آياتنا لئلا تكونوا من الغافلين*” artinya : *dan tidaklah kami mengutusmu melainkan untk menjadi rahmat bagi smesta alam*. Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa Rasulullah diutus sebagai rahmat bagi semua alam seluruhnya, barang siapa menerima dan mensyukurinya maka akan mendapat kebahagiaan dunia akhirat, dan bagi yang mengingkarinya akan mendapat kerugian dunia akhirat. (lihat. Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim* (Daruttaubah, 1999), hlm. 385. Menurut Imam Jalalain (Jalaluddin Ahmad ibn Muhammad al-Mahalli dan Jalaluddin Abd Rahman Ibn Abu Bakar as-Suyuti) yang disebut dengan “*al-'alamin*” dalam QS al-Anbiya' ayat 107 tersebut adalah jin dan manusia. (lihat. *Tafsir Jalalin*, Juz 2, Edisi terbitan ke enam, (Haramain, 2008), hal, 35

a. *bil-hikmah pada masyarakat cyber sebagai mad'u*

Praktisi dalam menyampaikan pesan-pesan agama perlu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi mad'u. Metode yang relevan dan realistis sesuai kebutuhan dan kadar pemikiran serta intelektual, dan situasi sosio-kultural mad'u.³¹ Untuk melaksanakannya secara praksis hal ini terbilang cukup sulit bila dikaitkan dengan masyarakat cyber sebagai mad'u, sebab masyarakat cyber dalam sistem sosialnya tidak dapat diindera namun bisa dirasakan sebagai sebuah realitas baru dalam dunia virtual. Secara umum sebagai praktisi dakwah harus mampu mengklasifikasi kecenderungan mad'unya dalam menggunakan media sosial. APJII memberikan data terkait penggunaan internet berdasarkan konten yang paling sering dikunjungi adalah trend tertinggi pengunjung web *onlineshop* sebesar 88,2 juta pengguna (62%), sosial media : *facebook* sebesar 71,6 juta pengguna (54%), Instagram 19,9 juta pengguna (15%), Youtube 14,5 juta pengguna (11%), G-Mail 7,9 juta pengguna (6%), twitter 7,2 juta pengguna (5,5%) dan linked 796 ribu pengguna (0,6%).³²

Data lain menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara pengguna internet terbesar peringkat kedelapan.³³ Sebagai praktisi dakwah dapat menjadikan fenomena realitas

³¹ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung : Pustaka Setia, 2002), hlm.79

³² Data APJII tahun 2016 dalam Muhammad Danuri, Dkk, *Trend Cyber Crime Dan Teknologi Informasi Di Indonesia* (INFAKOM, nomor II, Th.XIII/ September/2017), hlm, 57.

³³ Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, (Jurnal Komunikasi Islam, Volume 03, nomor 01, Juni 2013), hlm.29

masyarakat *cyber* ini sebagai ladang dakwah dengan memanfaatkan *global connecting* dengan *mad'u* melalui internet melalui berbagai cara semisal membuat *cybermuslim* atau *cyber dakwah*, *Islamyoutube*, *website*, *blog*,³⁴ atau dengan media sosial yang dekat dengan *mad'u* seperti *facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan grup *Whatsap*, agar masyarakat dapat menyerap informasi atau pesan-agama melalui media *cyber* yang dalam tanda kutip merupakan bagian dari kehidupan *mad'u* di era revolusi informasi ini.

b. *Mau'idzah hasanah pada masyarakat cyber*

Memberikan pelajaran dan nasehat yang baik, yakni memberikan motivasi agar berpaling dari perbuatan jelek, dengan penjelasan, keterangan, gaya bahasa, teladan dan pencegahan secara halus dan kelembutan hati, menyentuh jiwa dan memperbaiki peningkatan amal. Tutar kata yang lemah lembut dan sikap kasih sayang (dalam konteks dakwah) dapat membuat seseorang merasa dihargai rasa kemanusiaannya dan mendapat respon positif dari *mad'u*.

Keramahan seorang praktisi dakwah merupakan modal utama agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik di hati *mad'u*. Praktisi dakwah dalam masyarakat *cyber* harus mampu megkonstruksi dirinya saat ia berada di masyarakat maya. Peymapaian dakwah dengan pesan yang menyentuh *mad'u* secara konsisten akan membangun citra *da'i* di masyarakat maya. Penamiplan dan konstrksi yang baik secara kontinu

akan melahirkan cutra yang baik dan akan menganggap bahwa sosok yang selalu tampil dan menonjol dengan karakteristinya yang konsisten akan terbaca oleh masyarakat sebagai sosok yang hebat,³⁵ terlebih bilamana dikenal kehebatannya dalam hal kebaikan dan kebenaran pesan yang disampaikannya.

c. *Al-Mujadalah al-ahsan pada masyarakat cyber*

Seorang praktisi dakwah yang berupaya mengajak *mad'u* kepada jalan Allah dengan cara diskusi atau berdebat, perdebatan dengan cara yang terbaik, sopan, santun, saling menghargai dan tidak arogan adalah solusi terbaik dalam menghadapi masyarakat sebagai *mad'u*. Perkembangan teknologi informasi yang menghasilkan budaya baru dalam berinteraksi membuat *mad'u* semakin cerdas dalam menggali pemahaman agama dari berbagai sumber. Hal ini tidak menutup kemungkinan antara seorang *da'i* dan *mad'u* terjadi interaksi yang instan dan kontinue (*global connecting*). Hal ini juga memungkinkan terjadi perdebatan antara *da'i* dan *mad'u*.

Seorang *da'i* harus terbuka dan siap menerima sanggahan dari *mad'u* melalui laman komentar yang disediakan *mad'u* yang mengespos pesan-pesan agama melalui internet. Dengan langkah ini seorang *da'i* harus inten dan telaten dalam menanggapi komentar-komentar baik yang berifat menyanggah atau bertanya agar *mad'u* merasa tetap dihargai. Dengan adanya terobosan baru yang seperti ini secara perlahan akan ada

³⁴ Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, (Jurnal Komunikasi Islam, Volume 03, nomor 01, Juni 2013), hlm. 35.

³⁵ Ahmad Mubarok, *Psikologi Dakwah, Membangun Cara Berfikir Dan Merasa* (Malang : Madani Press, 2014), hlm. 134.

sinegistas antara *da'i* dengan *mad'u* dan akan membentuk masyarakat komunal maya yang mengarah pada perbaikan jalan hidup menuju kebenaran sesuai dengan visi dan misi dakwah Islamiyah.

Seorang *da'i* dalam menyikapi masyarakat *cyber* sebagai *mad'u* yang lebih agresif melontarkan ungkapan melalui laman komentar, jangan sampai mengabaikan interaksi semacam ini sebab ini merupakan spirit dalam mengimplementasikan ayat al-Qur'an : «وجادلهم بالتتي هي احسن :» tersebut. Bagi seorang *da'i* yang enggan mengajak *mad'u* untuk berdiskusi berarti ia tengah mengabaikan ayat tersebut dalam aplikasi kehidupannya sebagai praktisi *da'i*.

Manakala seorang *da'i* sudah mampu mengimbangi kebutuhan *mad'u* pada interaksi masyarakat *cyber*, tentunya secara periodik dakwah akan dapat diterima dengan baik di lingkungan masyarakat *cyber*. Namun persoalan yang paling mendasar dalam konteks era revolusi informasi adalah *mad'u* sendiri. Karena dalam berinteraksi di dunia *cyber*, masyarakat *cyber* sebagai memiliki hak dan pilihannya sendiri dalam memilih berbagai konten yang tessebar begitu banyak di sistem sosial *cyber*. Baik media *online*, media sosial serta konten-konten yang tersedia di dalamnya memiliki variasi tersendiri sehingga berbagai tampilan yang disuguhkan pada khalayak menjadi beragam. Keberagaman itu tergantung pula pada penggunaanya untuk memilih konten mana yang dapat memenuhi kebutuhan para pengguna.

Menurut McQuail seorang peneliti media pada tahun 1972 memberikan alasan kenapa seseorang menggunakan media dengan empat alasan yaitu pengalihan perhatian, hubungan

personal, identitas personal, dan pengawasan. Sedangkan Rubi salah seorang peneliti media juga memberikan alasan seseorang menggunakan media lebih dari empat, Rubi memberikan alasan seorang menggunakan media antara lain, menghabiskan waktu, menemani, kesenangan, pelarian, kenikmatan, interaksi sosial, relaksasi, memperoleh informasi dan belajar muatan tertentu.³⁶ Sehingga dapat dipahami bahwa setiap individu dalam bersifat aktif dan selektif dalam memilih media yang akan di gunakan.

Kaitannya dengan dakwah, berbagai situs dakwah di era revolusi informasi ini sudah merebak kemana-mana, banyak di dalam berbagai situs internet bermunculan situs-situs dakwah yang berkembang di antaranya <http://www.nu.or.id>, <http://www.arahmah.co.id>, <http://www.islamsantri.com>, <http://www.dutaislam.com>, <http://www.mediasantrinu.com>, <http://www.santrinews.com>, <http://www.islam-institute.com>, <http://www.moslimforall.com>, <http://muslimedianews.com>, <http://cyberdakwah.com>, <http://www.islami.co>, <http://ala-nu.com>, <http://www.muslimoderat.net>, <http://islam Nusantara.com>,³⁷ begitu juga di di beberapa media lainnya misalnya di *youtube*, tinggal mengetik *keyword* saja sudah muncul berbagai tayangan sesuai dengan kehendak pengguna.

Fenomena semacam ini menuntut seorang *da'i* dapat memberikan kepuasan

³⁶ Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunkiasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta : Salemba Humaniora, 2008), hlm.103.

³⁷ Lihat dalam Sumber : <http://www.muslimedianews.com/2018/07/top-situs-portal-media-islam-rujukan.html#ixzz5S1anqaB9>. Dan di dalam muslim medianews.com terdapat sekitar 78 situs dakwah yang menyajikan tentang ilmu kegamaan. (diakses pada 24/09/2018).

dalam memenuhi kebutuhan pengguna media agar pesan-pesan agama yang disampaikan melalui media dapat diminati untuk dikunjungi.

Fenomena ini untuk mendukung pelaksanaan dan proses dakwah tentu tidak hanya dititik beratkan pada seorang *da'i* sebagai praktisi dakwah, akan tetapi semua elemen masyarakat perlu adanya peningkatan kesadaran bagaimana supaya menjadi pendukung dalam aktivitas dakwah. Terutama pemerintah, lingkungan pendidikan, lingkungan keluarga.

Dakwah dan pemerintah di era revolusi informasi

Dalam konteks negara demokrasi, kehadiran media baru adalah wujud dari bagaimana pelaku komunikasi secara umum mengekspresikan kebebasannya, kebebasan dalam artian bebas yang sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku. Negara kita kaitannya dengan media sudah menetapkan suatu sistem separangkat aturan dalam bermedia, dalam media cetak pemerintah menetapkan UU No.40 tahun 1999 tentang pers, dan juga terdapat kode etik jurnalistik yang mengatur para wartawan dalam mempublikasikan berita. Di sisi lain dari media elektronik pemerintah menetapkan UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kedua regulasi ini berlaku pada media cetak dan media elektronik. Untuk mencegah kejahatan berbasis elektronik pemerintah menetapkan UU No .11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Semuanya secara yuridis cukup mewakili untuk menjamin kebebasan yang tidak lepas dari kebebasan orang lain serta mengatur hak individu dengan individu lainnya dalam bernegara.

Penyebaran yang tidak terbatas meski dalam lingkup hukum pemerintah juga perlu melihat fenomena di mana kebebasan itu terkadang oleh oknum tertentu masih disalah-gunakan hal ini merupakan tugas kita bersama khususnya praktisi dakwah yang bertugas menyampaikan pesan agama guna menjamin kemashlahatan umat bersama. Untuk itu pemerintah hendaknya lebih memperhatikan aktivitas dakwah secara maksimal, misalnya memberikan pelatihan terhadap praktisi dakwah yang masih tabu dalam menggunakan media, adanya bantuan dana untuk menerbitkan jurnal-jurnal yang berbasis dakwah serta bantuan lainnya yang mendukung sarana dan prasarana dalam mengoptimalkan aktivitas dakwah.

Dakwah dan lingkungan pendidikan di era revolusi informasi

Pendidikan merupakan faktor penting lainnya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, sebab lingkungan pendidikan merupakan tempat pembentukan karakter generasi bangsa. Sebagaimana tujuan pendidikan yang termaktub dalam UU no 20 tahun 2003 menyatakan bahwa tujuan pendidikan adalah mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan yang Mahas Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Hal ini juga senada dengan tujuan dakwah yakni menjadikan manusia memiliki budi pekerti yang baik, dan bertanggung jawab atas segala aspek kehidupannya. Berangkat dari lingkungan pendidikan yang bernuansa mengarah pada kebaikan tentu dakwah akan efektif

karena didukung oleh lingkungan tempat potensi digali. Selain itu, bila dihadapkan pada realitas virtual masyarakat cyber perlu adanya literasi media sejak dini agar peserta didik terbiasa menggunakan internet (bermedia) pada hal-hal yang bersifat positif.

Dakwah Dan Lingkungan Keluarga Di Era Revolusi Informasi

Tak kalah penting, untuk mendukung dakwah islamiyah yang efektif adalah lingkungan keluarga, karena keluarga merupakan lingkungan sosial pertama yang kita kenal, dan kita semua terdidik dari hasil interaksi antara ayah, ibu, yang berada dalam satu rumah, dan bahkan keluarga dapat diartikan sebagai kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang direkat dengan ikatan darah, perkawinan, adopsi serta tinggal bersama.³⁸ Termasuk sanak saudara yang masih berada dilingkungan hidup awal kita mengenal interaksi sosial.

Sedini mungkin orang tua yang memiliki tanggung kepada anak-anaknya untuk menjaga perkembangannya dan diberi pemahaman terhadap perkembangan teknologi dengan kontrol yang maksimal, tujuannya agar dapat memanfaatkan teknologi sesuai dengan arah yang tepat, sehingga dalam berinteraksi di dunia maya seorang anak akan bersikap dan memilih hal-hal yang positif akibat dari kebiasaan sedari kecil. Begitu pula orang tua dapat memberikan contoh mana yang baik untuk diakses dan mana yang tidak baik. Dengan adanya relasi yang demikian seseorang akan dapat memberikan dukungan untuk mengenal dirinya dalam

mempertahankan identitas personal dalam bermedia.

KESIMPULAN

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap individu untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada sesamanya guna mencapai kebahagiaan dunia akhirat. Seorang praktisi dakwah dituntut untuk kreatif dan inovatif guna menarik perhatian *mad'u*. Terlebih pada era revolusi informasi yang memunculkan fenomena baru yang dikenal dengan masyarakat cyber.

Dalam menyikapi masyarakat cyber seorang *da'i* harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat cyber sebagai *mad'u*, di antaranya adalah mampu menyampaikan pesan-pesan agama di ruang virtual sebab masyarakat cyber interaksi sosialnya berada di luar virtual yang dikenal dengan masyarakat dunia maya atau masyarakat global.

Selain itu perlu adanya dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, lingkungan pendidikan serta lingkungan keluarga, sebab ketiga elemen ini menjadi tulang punggung untuk menciptakan lingkungan sosial yang mengarah pada hal-hal positif. Lingkungan sosial termasuk sosial nyata dan sosial maya secara umum.

³⁸ Wahyu Ramdani, *Ilmu Sosial Dasar*, (Bandung : Pustaka Pelajar, 2007), hlm.70.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abda, Slamet Muhaimin. *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya : al-Ikhlas. 1994.
- Amin, Masyhur. *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, Yogyakarta : Al-Amin Press. 1997.
- Anshari, Hafi. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah, Pedoman untuk Mujahid Dakwah*. Surabaya : Al-Ikhlas. 1993.
- Ahmadi, Abu. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta : Renika Cipta. 2009.
- Agus Solahudin, M. *Ulumul Hadits*. Bandung : Pustaka Setia. 2008.
- Azis, Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana Prenada Media group. 2009.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, Jakarta : Kencana Prenadamendia Group, 2006.
- Dyah Alyusi, Shiefti. *Media Sosial, Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial* Jakarta : Prenada Media Group, 2016.
- Hadi, Sofyan, *Ilmu dakwah, Konsep Paradigma Hingga Metodologi*. Jember : Pustaka Tsaqela, 2012.
- Muhyiddin, Asep, *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung : Pustaka Setia, 2002.
- Mubarok, Ahmad, *Psikologi Dakwah, Membangun Cara Berfikir Dan Merasa*, Malang : Madani Press, 2014.
- Ramdani, Wahyu, *Ilmu Sosial Dasar*, Bandung : Pustaka Pelajar, 2007

Sulthon, Muhammad, 2003, *Desain Ilmu Dakwah, Kajian Ontologis, Epistemologis Dan Aksilogi*,. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sayyid Muhammad Alwi- Al-Maliki- Al-Hasani, *Kiat Sukses Berdakwah*, terj. Samsul Munir Amin. Jakarta : Amzah, 2006.

West, Richard dan H. Turner, Lynn, *Pengantar Teori Komunkiasi, Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humaniora, 2008.

Jurnal dan lain-lain :

- Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-'Adzim*, Daruttaubah, 1999.
- Tafsir Jalalin*, Juz 2, Edisi Terbitan ke Enam, Haramain, 2008.
- Team Survei APJII, *Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa* (Buletin APJII edisi 22, Maret 2018).
- Mutohharun Jinan, *Intervensi new media dan Impersonalisasi otoritas keagamaan di Indonesia* Jurnal Komunikasi Islam Vol. 03 no. 02, Desember 2013.
- Murniaty, *Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Inetrnet, Peluang Dan Tantangan*. Al-Irsyad an-nafs, Jurnal Bimbingan dan Penyuluhan Vol. 01, Nomor 01, Desember 2014.
- Moch. Fakhruroji, *Dakwah Islam dan Inovasi Media, Peluang dan Ancaman Media Global atas Dakwah Islam*. Jurnal Komunika, Vol. 04, Nomor 01, Januari-Juni, 2010.
- Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjema*, Bandung : Jabal Raudhah, 2010.
- Rio Heykhal Belvage, *Budaya Manusia Digital* Jurnal Ranah Th. II, No. 1, April 2012.

Muhammad Danuri, Dkk, *Trend Cyber Crime Dan Teknologi Informasi Di Indonesia*, Jurnal Infakom, nomor II, Th.XIII/September/2017.

Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, Jurnal Komunikasi Islam, Volume 03, nomor 01, Juni 2013.

<http://www.muslimedianeews.com/2018/07/top-situs-portal-media-islam-rujukan.html#ixzz5S1anqaB9> . di akses pada 2018.

