



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 1, No. 3c, Juli 2024

MISTER

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 1, No. 3c, Juli 2024

Pages: 1602-1607

Strategi Dakwah dalam Era Digital; *Peluang dan Tantangan*

Yuhdi Chudori, Tiyyara Ramadani, Zahra Nur 'Afida, Abdul Hafiz

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Article in Journal of MISTER

Available at	: https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/mister/index
DOI	: https://doi.org/10.32672/mister.v1i3c.2051

How to Cite this Article

APA	: Chudori, Y., Ramadani, T., Nur 'Afida, Z., & Hafiz, A. (2024). Strategi Dakwah dalam Era Digital; Peluang dan Tantangan. <i>MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research</i> , 1(3c), 1602 - 1607. https://doi.org/10.32672/mister.v1i3c.2051
Others Visit	: https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/mister/index

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



Strategi Dakwah dalam Era Digital; Peluang dan Tantangan

Yuhdi Chudori¹, Tiyyara Ramadani², Zahra Nur 'Afida³, Abdul Hafiz⁴

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta^{1,2,3,4}

*Email Korespondensi: yuhdichudori04@gmail.com

Diterima: 17-07-2024

| Disetujui: 18-07-2024

| Diterbitkan: 19-07-2024

ABSTRACT

In the digital era, da'wah strategies need to be adapted in a way that is more easily understood and accepted by various groups of society. Da'wah must be carried out in an effective way, using various methods and media, such as social media, to convey religious messages well. This is important so that information can reach Muslims from various knowledge backgrounds, both those who still have minimal knowledge and those who already understand more. By using social media, da'wah messages can be disseminated widely without being hindered by distance and time. This allows the younger generation to more easily access relevant information and avoid negative influences from foreign cultures. Thus, da'wah in the digital era can be an effective tool for spreading Islamic values more efficiently. The research results show that current da'wah strategies must consider opportunities and challenges. The opportunity is easy access to Islamic information via the internet, which allows the formation of da'wah communities and increases the popularity of preachers. However, the challenge is that preachers must be able to convey messages that are interesting and competitive with other content on the internet. Apart from that, the authenticity of Islamic teachings and the expertise of the people who convey them are also important concerns, considering that information can be accessed easily.

Keywords: Da'wah Strategy, Digital Era, Understanding of Religion

ABSTRAK

Dalam era digital, strategi dakwah perlu disesuaikan dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Dakwah harus dilakukan dengan cara yang efektif, menggunakan berbagai metode dan media, seperti media sosial, untuk menyampaikan pesan agama dengan baik. Hal ini penting agar informasi dapat menjangkau umat Islam dari berbagai latar belakang pengetahuan, baik yang masih minim pengetahuan maupun yang sudah lebih paham. Dengan menggunakan media sosial, pesan dakwah bisa disebarluaskan secara luas tanpa terhalang jarak dan waktu. Ini memungkinkan generasi muda untuk lebih mudah mengakses informasi yang relevan dan menghindari pengaruh negatif dari budaya asing. Dengan demikian, dakwah di era digital dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah saat ini harus mempertimbangkan peluang dan tantangan. Peluangnya adalah kemudahan akses informasi Islam melalui internet, yang memungkinkan pembentukan komunitas dakwah dan meningkatkan popularitas para da'i. Namun, tantangannya adalah para da'i harus bisa menyampaikan pesan yang menarik dan bersaing dengan konten lain di internet. Selain itu, keaslian ajaran Islam dan keahlian orang yang menyampaikannya juga menjadi perhatian penting, mengingat informasi dapat diakses dengan mudah.

Kata kunci: Strategi Dakwah, Era Digital, Pemahaman Agama

PENDAHULUAN

Saat ini adalah waktu yang sangat istimewa, di mana semua orang dapat dengan mudah mengakses dan melakukan berbagai hal. Sebelumnya, sebelum adanya media elektronik, orang perlu mengandalkan banyak kitab dan buku sebagai referensi. Namun, di era digital ini, seseorang hanya perlu mencari di internet untuk menemukan apa yang dibutuhkan, dengan berbagai informasi yang tersedia dalam berbagai format.

Dunia modern kita tumbuh subur dengan kepuasan instan, dan hal ini secara signifikan berdampak pada cara penyebaran ajaran agama. Para pengkhotbah kini memiliki akses ke berbagai platform media, termasuk televisi, radio, dan saluran online, yang memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Meskipun peningkatan jangkauan ini bermanfaat untuk menyebarkan pengetahuan agama, hal ini juga menimbulkan pertanyaan tentang tujuan dan dampak sebenarnya dari khotbah di lingkungan yang serba cepat ini.

Tujuan utama dari dakwah tetap tidak berubah: membimbing individu menuju kehidupan yang lebih baik dan memuaskan melalui ajaran Islam. Namun, era digital menghadirkan tantangan yang unik. Globalisasi dan meningkatnya keragaman keyakinan agama telah menciptakan lanskap yang kompleks bagi para dai. Selain itu, kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah masyarakat manusia secara mendasar, dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri dan sekarang menjadi masyarakat yang digerakkan oleh teknologi.

Tempat khotbah tradisional, seperti masjid dan ruang ibadah, selalu dikaitkan dengan rasa khidmat dan hormat. Namun, era digital telah memperkenalkan elemen-elemen baru dalam hal ini. Para pengkhotbah sekarang memasukkan humor dan hiburan ke dalam presentasi mereka untuk mempertahankan keterlibatan audiens. Pergeseran ke arah hiburan ini, meskipun berpotensi bermanfaat untuk menarik pemirsa, juga dapat menyebabkan pengenceran pesan inti dan fokus pada popularitas dari pada bimbingan spiritual.

Secara historis, khotbah terutama difokuskan pada ibadah dan mencari keridhaan Tuhan. Namun, kebangkitan media telah memperkenalkan dimensi baru. Para pengkhotbah kini memiliki potensi untuk mencapai status selebriti, dan kesuksesan mereka sering kali diukur dari jumlah pemirsa atau pengikut yang mereka tarik. Pergeseran fokus ini berpotensi membayangi tujuan sebenarnya dari khotbah, yaitu untuk membimbing individu menuju pemahaman yang lebih dalam dan mempraktikkan iman mereka.

Pada akhirnya, kewajiban dakwah Islam meluas ke seluruh umat Islam, terutama mereka yang sudah cukup dewasa untuk memahami dan memenuhi tanggung jawab agama mereka. Dalam menavigasi lanskap digital yang baru ini, para dai harus berusaha untuk menyeimbangkan antara kebutuhan akan keterlibatan dengan pelestarian nilai-nilai dan prinsip-prinsip inti dari iman mereka. Kewajiban berdakwah ini bisa bersifat individu maupun kolektif melalui kelompok atau organisasi. Oleh karena itu, setiap Muslim sejatinya memiliki tanggung jawab untuk berdakwah, dan bisa dianggap sebagai da'i sesuai dengan proporsi dan kapasitas masing-masing.

Tradisi Islam menekankan pentingnya kesalehan pribadi sebelum melakukan dakwah ke luar. Sebuah hadis menyoroti prinsip ini, yang menunjukkan bahwa seseorang harus terlebih dahulu berusaha untuk memenuhi kewajiban agamanya sendiri sebelum membimbing orang lain. Al-Qur'an lebih lanjut memperkuat konsep ini dengan menekankan tanggung jawab untuk melindungi diri sendiri dan keluarga dari bahaya spiritual (Q.S. at-Tahrim: 6).

Meskipun tanggung jawab pribadi ini sangat penting, tugas untuk menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat luas sering kali dibebankan kepada mereka yang memiliki pengetahuan dan pelatihan khusus, seperti para ulama, pengkhotbah, dan komunikator agama. Orang-orang ini ditugaskan untuk memastikan transmisi ajaran Islam yang konsisten dan efektif, yang membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang iman dan nuansanya.

Namun, sifat masyarakat yang terus berkembang menuntut metode dakwah untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Hal ini terutama terlihat jelas di era digital saat ini, di mana teknologi dan platform komunikasi baru telah berdampak signifikan pada bagaimana pesan-pesan agama disebarluaskan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan memahami kompleksitas khotbah di dunia kontemporer. Peneliti akan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang rinci tentang fenomena yang diamati.

Proses penelitian akan melibatkan tinjauan komprehensif terhadap literatur yang relevan, termasuk jurnal, laporan penelitian, buku, dan publikasi ilmiah lainnya yang terkait dengan media digital dan dakwah. Tinjauan ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengetahuan yang ada dan menghasilkan wawasan baru tentang topik tersebut. (Zed, Metode Penelitian Kepustakaan, 2018)

PEMBAHASAN

Strategi Dakwah di Era Digital: Peluang dan Tantangan

Dakwah adalah proses yang membuat masyarakat sadar dan ingin mengubah pola pikir serta tindakan mereka. Dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga merupakan gerakan untuk membangkitkan kesadaran dalam diri masyarakat. Dalam era digital, setiap orang bisa menjadi penerima sekaligus penyampai pesan. Ini berarti mereka tidak hanya menerima pesan keagamaan, tetapi juga dapat membuat dan menyebarkannya melalui berbagai platform internet.

Di zaman teknologi sekarang, metode dakwah harus disesuaikan dengan situasi saat ini. Karena kita hidup di era digital yang penuh dengan internet, dakwah juga perlu memanfaatkan media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, dan podcast. Oleh karena itu, penting untuk merancang strategi dakwah yang tepat agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

Strategi dibuat dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi yang disusun dengan baik dapat menghasilkan implementasi strategi yang sukses. (Amin, 2008) Faktor-faktor penting yang mempengaruhi perumusan strategi meliputi lingkungan eksternal, sumber daya yang tersedia, kemampuan internal, dan tujuan yang diinginkan. Evolusi media digital berfungsi sebagai kekuatan eksternal yang mempengaruhi pengembangan strategi dakwah. Era digital telah menyaksikan kemunculan internet sebagai platform baru, yang membentuk kembali interaksi dan komunikasi manusia. Istilah “media baru” berkaitan dengan beragam teknologi komunikasi yang terkait dengan digitalisasi, yang ditandai dengan konektivitas yang luas, pertukaran pesan yang interaktif, aksesibilitas yang tidak terbatas, dan transparansi. (McQuail, 2011)

Paradigma komunikasi yang difasilitasi oleh media baru ini menekankan interaksi multi-arah antara banyak komunikator dan penerima, yang dikenal sebagai komunikasi banyak-ke-banyak, yang berbeda dengan model sebelumnya yang menampilkan komunikasi satu-ke-banyak. Internet berperan sebagai dunia virtual, menawarkan manfaat bagi keterlibatan interpersonal dalam kehidupan sehari-hari.

Di era komputer dan internet saat ini, pembentukan sistem informasi jaringan yang efisien dan berkelanjutan menjadi sangat penting untuk pertukaran ide, pesan, dan konsep. Media baru secara khusus lebih mudah diakses oleh khalayak yang lebih luas dibandingkan dengan media tradisional. Umpan balik dan tanggapan interaktif yang difasilitasi oleh platform media ini adalah ciri khasnya. Media baru membantu menjembatani perbedaan perspektif dengan meminimalkan ambiguitas dan memberikan sinyal yang bernuansa dan personal. Perbedaan lain yang patut dicatat terletak pada konten yang dikontrol pengguna dan sikap independen terhadap sumber, menawarkan hiburan, keunikan, personalisasi, dan otonomi pengguna atas konten yang dipilih. (Ardianto, 2014)

Sebagai agama yang memiliki dasar yang kuat, Islam juga harus mempertimbangkan aspek ini. Di era modern, dakwah dapat memanfaatkan teknologi internet untuk menyebarkan dan memamerkan ajaran Islam secara efektif. Internet sekarang berfungsi sebagai jalan alternatif untuk menyampaikan dakwah, memungkinkan transmisi yang efektif dari nilai-nilai Islam yang suci. Selain itu, internet telah menjadi platform di mana individu dapat mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan agama mereka. Fenomena ini menyoroti bagaimana kaum muda Muslim memahami konsep migrasi.

Penelitian menunjukkan bahwa khotbah online dapat meningkatkan kecenderungan Muslim milenial perkotaan untuk bermigrasi sebesar 72%. Meskipun media sosial masih kurang dimanfaatkan sebagai alat dakwah, potensi dampaknya tetap signifikan. (Aghnia, 2020)

Pemanfaatan internet dalam berkhotbah telah memunculkan tren dan kebutuhan akan khotbah digital. Keuntungan utama dari internet sebagai platform untuk berkhotbah adalah kemampuannya untuk melampaui batasan geografis dan waktu dengan biaya yang relatif rendah. Di era digital saat ini, khotbah memiliki potensi untuk menjangkau audiens global yang lebih luas. Selain itu, para pengkhotbah dapat mendistribusikan pesan-pesan mereka secara efisien dan ekstensif dengan memanfaatkan kemudahan akses informasi melalui berbagai platform berbasis teknologi seperti media sosial dan situs web. Konsep ini selaras dengan prinsip-prinsip teori komunikasi massa, yang menyoroti kemampuan media massa untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens yang lebih luas. (Iwan, 2021)

Konten dakwah yang interaktif dan mudah diakses di berbagai platform digital dapat meningkatkan keterlibatan dan ketertarikan audiens. Dengan memanfaatkan kekuatan internet, khotbah dapat bersifat inklusif dan melayani beragam segmen masyarakat. Efektivitas khotbah online disebabkan oleh kemampuannya untuk melampaui batas-batas fisik dan waktu. Meningkatnya jumlah pengguna internet juga mempengaruhi lanskap dakwah, memungkinkan para dai untuk membahas berbagai isu dan peristiwa yang membutuhkan penjelasan yang berakar pada hukum Islam. Dengan jangkauannya yang luas, dakwah berbasis internet menjadi pilihan yang menarik untuk penjangkauan publik. Mengingat audiens terdiri dari pengguna internet yang aktif, cerdas, dan interaktif, khotbah online diakui sangat efektif.

Salah satu tantangan berkhotbah di ruang virtual adalah potensi terjadinya salah tafsir pesan. Awalnya dirancang sebagai platform dakwah alternatif, ruang virtual dapat berisiko menjadi saluran yang kurang efektif untuk berkhotbah. (Permadi, 2023) Beberapa platform dakwah digital hanya didorong oleh motif komersial, menyimpang dari tujuan awal untuk menyebarkan ajaran Islam demi mendapatkan keuntungan. Tantangan ini terkait dengan konsep identitas, yang dapat menyebabkan kesalahpahaman dan

salah tafsir terhadap pesan. Kredibilitas para pengelola dakwah Islam berbasis internet terkadang dipertanyakan, termasuk kedalaman pemahaman mereka tentang Islam. Di era pra-digital, pengetahuan agama secara tradisional dikaitkan dengan para ahli dalam studi agama, dan otoritas kebenaran diberikan kepada individu yang dianggap lurus secara moral dan benar secara sosial. Prinsip-prinsip ini menjadi inti dari khotbah, yang mengharuskan para pengkhotbah untuk memiliki karakter yang baik dan memiliki kemahiran dalam berbagai bidang pengetahuan.

Hal ini sejalan dengan teori komunikasi, yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif, yang bertujuan untuk mencapai hasil yang optimal, membutuhkan komunikator yang memiliki kredibilitas dan kepribadian yang menarik. (Moss, 2012)

Situasi saat ini menunjukkan bahwa isu-isu di dunia maya menjadi semakin terbuka dan mudah diakses, sehingga mengaburkan batas-batas untuk mengevaluasi kualitas seorang pengkhotbah. Dalam lingkungan seperti ini, setiap orang dapat dengan bebas mengekspresikan pendapat mereka, dan otoritas tidak lagi hanya ditentukan oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti jumlah pengikut dan popularitas. Fenomena ini sering disebut sebagai “kematian keahlian,” yang menyoroti tantangan yang dihadapi oleh para ahli karena menjamurnya informasi yang tersedia. Istilah ini mengkritik kecenderungan masyarakat modern yang menganggap dirinya cukup berpengetahuan meskipun pemahamannya terbatas, yang mengarah pada penurunan minat untuk mencari bimbingan dari para ahli.

Di era digital, batas antara pakar dan masyarakat awam semakin memudar. Masyarakat biasa dapat berbicara seolah-olah mereka adalah pakar hanya berdasarkan pengaruh pengikutnya. Fenomena ini menjadi tantangan bagi dakwah di era digital. Meskipun teknologi digital memudahkan penyebaran pesan-pesan Islam, di sisi lain, hal ini dapat mengubah otoritas kebenaran. Ironisnya, banyak orang mengikuti pandangan yang meragukan kebenarannya tanpa proses verifikasi. Selain itu, kehadiran da'i dadakan yang pengetahuan keagamaannya dipertanyakan justru menghambat pergerakan da'i tradisional.

KESIMPULAN

Khotbah berfungsi sebagai platform penting untuk menyebarkan berbagai macam pengetahuan Islam dan materi ilmiah, yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap zaman. Penyampaian pesan-pesan ini secara efektif membutuhkan kombinasi keterampilan dan metode, termasuk pemahaman yang mendalam tentang konten itu sendiri, serta kemahiran dalam teknologi dan penyebaran informasi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik dan mudah diingat oleh audiens. Selain itu, menerapkan strategi dakwah yang beragam, seperti pengajian, pemurnian, pengajaran, dan pemanfaatan teknologi, sangat penting untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.

Era digital menghadirkan peluang dan tantangan untuk berdakwah. Di satu sisi, era ini memberikan akses yang mudah bagi para audiens untuk mendapatkan informasi Islam melalui internet, dan menawarkan peluang untuk membangun komunitas yang dapat meningkatkan pengaruh dai. Di sisi lain, para dai menghadapi tantangan untuk menyampaikan pesan-pesan yang menarik dalam lanskap digital yang dipenuhi dengan konten yang beragam. Selain itu, kemudahan akses informasi di era digital menimbulkan kekhawatiran akan keaslian ajaran Islam dan keahlian para penyebarannya.

REFERENSI

- Ali, Aziz Moh. (2009). *"Ilmu Dakwah"*. Jakarta: Kencana
- Amin, Samsul Munir. (2008). *"Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam"*. Jakarta: Amzah.
- Ardianto Elvinaro, Musyrifah. (2014). *"Komunikasi Massa Suatu Pengantar"*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iwan, Armawan. (2021). *"Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat"*. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting
- McQuail, Denil. (2011). *"Teori Komunikasi Massa"*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasution, Harun. (1975). *"Pembaharuan dalam Islam Sejarah Pemikiran dan Gerakan"*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Nugraha, Riris Hari, Muhamad Parhan, Aghnia Aghnia. (2020). *"Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital."* MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial 3
- Permadi, Danur Putut. (2023). *"Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse"*. (Academic Journal of Da'wa and Communication 4.
- Stewart L.Tubbs-Sylvia Moss. (2012). *"Human Communication Prinsip - Prinsip Dasar"*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunanto, Musyrifah. (2003). *"Sejarah Islam Klasik Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam"*. Jakarta: Prenada media.
- Zed, Mestika. (2018). *"Metode Penelitian Kepustakaan"*. Jakart: Yayasan Pustaka Obor Indonesia".