



Dakwah Virtual: Internet sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital

Astri Dwi Andriani¹

¹Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Putra Indonesia, Cianjur, Indonesia

*astridviandriani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menunjuk pada pengambilan informasi grafis berkenaan dengan bagian web sebagai reaktualisasi kerangka komunikasi dakwah di masa yang sudah maju. Jenis penyelidikan yang digunakan dalam pembicaraan ini adalah dengan menggunakan penyelidikan perpustakaan atau audit tertulis yang meliputi: bukti-bukti yang dapat dikenali secara efisien, pemeriksaan data atas laporan-laporan yang memuat data-data yang berkaitan dengan masalah yang sedang dipertimbangkan. Strategi pengumpulan informasi yang digunakan analisis adalah strategi dokumentasi, yaitu mencari informasi mengenai suatu hal atau faktor dalam bingkai buku, surat kabar harian, catatan harian, dan sebagainya. Hasilnya, manusia dapat berkumpul di hampir seluruh penjuru dunia, tanpa harus dipisahkan. Berkenaan dengan kehidupan beragama, dengan maraknya web dan media sosial, referensi informasi keagamaan menjadikan web sebagai rujukan. Dengan adanya web, referensi terhadap informasi keagamaan menjadi lebih terbuka. Pada akhirnya, internet menjadi media modern bagi umat Islam untuk mendapatkan referensi kehidupan taat beragama umat Islam. Penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang ekspresif mengenai proses transformasi dakwah Islam. Hal ini terlihat dari maraknya dakwah cyber, berkembangnya tulisan Islam online, dan latihan amar ma'ruf nahi munkar dalam ranah computerisasi.

Kata Kunci: Dakwah virtual; internet; moderasi beragama; web.

ABSTRACT

This investigate points to decide graphic information with respect to the part of the web as a re-actualization of the da'wah communication framework within the advanced time. The sort of investigate utilized in this talk is utilizing library inquire about or writing audit which incorporates: efficient recognizable proof, examination of data on reports containing data related to the ponder issue. The information collection strategy that analysts utilized was the documentation strategy, to be specific searching for information with respect to things or factors within the frame of books, daily papers, diaries, and so on. With the presence of the web, the boundaries of separate and time that utilized to be impediments are presently beginning to blur. As a result, people can associated in nearly all corners of the world, without separate. With respect to devout life, with the rise of the web and social media, references to devout information put the web as a reference. With the web, references to devout information gotten to be more open. Within the end, the web got to be a modern medium for Muslims to get to references to the devout life of Muslims. The suggestion of this inquire about is to supply expressive information with respect to the transformation process of Islamic da'wah. This will be seen from the rise of cyber da'wah talk, the improvement of online Islamic writing, and amar ma'ruf nahi munkar exercises within the computerized domain.

Keywords: *Virtual da'wah; internet; religious Moderation; web.*

PENDAHULUAN

Inovasi telah diciptakan dengan sangat cepat di era globalisasi. Sarana komunikasi yang berbeda bersaing untuk mendapatkan data yang tidak terbatas. (Jafar, 2023: 138). Web telah menjadi bagian mendasar dari kehidupan masyarakat di era komputerisasi. Dengan semakin dekatnya web, batasan waktu dan jarak yang dulunya menjadi kendala kini mulai hilang seiring dengan bertambahnya jumlah klien web. Rohman (2019:121) menyatakan bahwa perangkat data dan komunikasi berkembang dengan cepat. Saat ini semua orang dapat berkomunikasi dimana saja dan kapan saja. Data tercipta begitu cepat. Peristiwa yang terjadi di mana saja di dunia diketahui secara efisien. Data dan peristiwa yang terjadi dalam hitungan detik dapat dilihat oleh masyarakat negara tersebut. Dunia yang tadinya luas dan tak ada habisnya, kini telah runtuh menjadi sebuah desa global yang terbuka bagi semua orang dan sangat mengapresiasi modernitas inovasi data dan komunikasi.

Hal ini dapat sesuai dengan prediksi Herbert Marshall McLuhan bahwa inovasi akan menyatu. Dalam buku *Gutenberg System*, McLuhan mengantisipasi (Ummah, 2020: 54) bahwa keajaiban saling ketergantungan elektronik yang tidak biasa akan membuat kota besar di dunia terlihat. Kota sedunia bisa menjadi pendekatan kehidupan yang lebih baik yang mengabaikan batas-batas geografis, sosial, politik dan keuangan serta menekankan aliran data dan komunikasi. Berkat hal ini, orang dapat berkomunikasi hampir secara gratis di hampir seluruh penjuru dunia, dan kemajuan teknologi menjadikan orang lebih dekat satu sama lain dan tanpa pemisahan.

Dalam kaitannya dengan kehidupan beragama, dengan dekatnya web dan media sosial, referensi informasi keagamaan menempatkan web sebagai rujukan. Dengan hadirnya web, referensi terhadap data-data keagamaan menjadi semakin terbuka, tentu saja arus pusat perkotaan era milenial dengan pertimbangan yang terbuka dan berkepal dingin menjadikan web sebagai sumber data alternatif (Ummah, 2020: 54).

Terakhir, Internet menjadi sarana baru bagi umat Islam untuk mendapatkan referensi hidup beriman Islam. Media yang tidak dimanfaatkan menawarkan peluang terbuka dalam upaya mengubah dakwah Islam. Web dianggap sebagai media yang mampu mengkomunikasikan pesan dakwah secara luas dan tanpa batasan. Bunt menyatakan bahwa keajaiban komunitas Islam online yang disebut *Cyber-Islamic Environment (CIE)* bisa menjadi bentuk di mana sistem Islam konvensional mencari cara yang dapat dipertahankan untuk merespons budaya yang lazim (Darwis, M, 2020: 148).

Yang dimaksud dengan “media yang tidak terpakai” Rohman (2019: 121) adalah kata-kata yang digunakan untuk menyebut jenis media yang berbeda dari media masa lalu, yang karakteristik utamanya bergantung pada Web sebagai penyebaran fundamentalnya. Untuk pesan di media. Rustandi (2019:84) memang menyatakan bahwa pemanfaatan web sebagai media modern mencakup imajinasi

dan kemajuan para penginjil dalam memanfaatkan ruang komputerisasi untuk memajukan dakwah Islam. Hal ini terlihat dari maraknya pembicaraan dakwah cyber yang menyinggung pemanfaatan web untuk latihan amar ma'ruf nahi munkar.

Berbagai penelitian telah dilakukan yang berpusat pada pemikiran tentang dakwah yang terkomputerisasi, salah satunya adalah penelitian lain yang dilakukan oleh Asri pada tahun 2022. Dari hasil penyelidikan terlihat bahwa media telah menempatkan agama sebagai question of day. diskusi sehari-hari dengan pegangan makna yang bermacam-macam dan kontesatif, tidak langsung, dan elitis. (Asri, 2022:4030).

Investigasi Dorongan yang dilakukan Febrian pada tahun 2023 menunjukkan bahwa kemajuan inovasi digital telah menyebabkan perubahan penting dalam dunia dakwah, khususnya dalam kemajuan komunikasi massa dan strategi komunikasi profesional. Menciptakan media sosial merupakan salah satu cara untuk menyebarkan pesan dakwah dengan lebih giat (Febriani, 2023:162). Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajrussalam pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa media sosial memegang peranan penting dalam penyebaran dakwah di zaman sekarang, karena memungkinkan para penginjil membuat konten video dakwah yang dapat dibagikan di media sosial. . media seperti YouTube, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Wire. Media sosial atau perkumpulan masyarakat dapat menyaksikan substansi video khotbah yang telah dibagikan sebelumnya untuk mengisi waktu luang dengan hal-hal yang bermanfaat. Pengaturan dakwah melalui web dinilai sangat menarik dan potensial karena dapat memasuki batas ruang dan waktu dengan biaya dan vitalitas yang cukup murah, serta para ahli dan ulama dibalik media dakwah melalui web dapat terpusat. . sekali lagi dalam setiap diskusi dan acara yang membutuhkan status syariah. Dengan demikian, media sosial dianggap sangat baik untuk menjalankan dakwah tanpa ada batasan negara atau perpecahan (Fajrussalam dkk., 2023:2337).

Media lain yang juga sangat layak dalam menyampaikan pesan dakwah adalah saluran podcast, seperti yang dilakukan oleh Ummah, Khatoni, dan Khairurromadhan pada tahun 2020. Muncul pertanyaan bahwa podcast merupakan media dakwah maju yang sukses karena mampu untuk mengubah masalah agama. didistribusikan secara terbuka; dapat berkolaborasi dengan saluran media lain; Media pilihan untuk menyebarkan substansi yang sehat bagi masyarakat dan mendidik; dapat diperoleh dengan aman dan nyaman. Tata cara yang digunakan dakwah dalam menayangkan dakwah tingkat lanjut melalui podcast antara lain mengenali ciri-ciri pertanyaan dakwah, menjadikan pesan dakwah menarik, menggunakan strategi dakwah yang tepat dan menggunakan media yang sesuai dengan pertanyaan tersebut. (Ummah, Khatoni dan Khairurromadhan, 2020: 210). Selain pemilihan media sosial yang tepat, penggunaan hashtag juga berdampak pada kecukupan pelaksanaan dakwah. Salah satunya adalah

penelusuran Hayya, Anggrayn dan Fahri pada tahun 2022 yang menemukan bahwa postingan #freedom99percent yang ditransfer ke akun @hijabalila menggunakan simbol dan komponen rekaman untuk menguraikan makna postingan ceramah freedom99percent tentang keberanian, ketundukan, dan kewaspadaan. . dan menyayangi (Hayya, Anggrayni dan Fahri, 2022:481).

Terlepas dari itu, menurut Rohman 2019:121 tampak bahwa dalam menata latihan dakwah melalui media sosial agar menarik dan memikat, harus memperhatikan model dan variabel suasana atau daya tarik latihan dakwah yang persuasif. Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, dan Evie Effendi menunjukkan hal tersebut dalam ceramahnya di media sosial. Latihan dakwah mereka dianggap layak dan menarik karena mempertimbangkan desain interaksi sosial, desain yang berpengaruh, serta iklim dan kualitas latihan dakwah yang menarik (Rohman, 2019: 121). Pemikiran lain juga dilakukan oleh Zafri dan Yahya yang dilakukan pada tahun 2023. Timbul anggapan bahwa dakwah tingkat lanjut yang dilakukan intelijen melalui media sosial berhasil membawa kemajuan ideologi bagi generasi muda, memajukan diri dan diri mereka sendiri. . kecenderungan untuk lebih unggul dalam menerima ajaran Islam. (Zafrian dan Yahaya, 2023:54).

Berdasarkan penelusuran informasi yang diperoleh di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai dakwah terkomputerisasi dalam siaran salat di kalangan milenial di Instagram adalah: 1) siaran shalawat, 2) agen percepatan pengembangan dakwah Islam. , 3) sebagai bahan pengajaran dan inspirasi, 4) sebagai media latihan kampanye dakwah. (Zulaecha dkk, 2023:545). Berdasarkan landasan tersebut, maka inti kajian ini adalah untuk mendapatkan data yang jelas tentang tayangan latihan dakwah virtual dan menjemput pemahaman mendalam mengenai pemulihan kerangka komunikasi dakwah pada masa lanjut. Dalam penyelidikan ini, pendekatan yang jelas subjektif digunakan dengan mengumpulkan informasi yang mengandung kalimat, menganalisis pertanyaan yang diajukan. Penelitian perpustakaan digunakan dalam wacana ini. Penyelidikan perpustakaan dicirikan sebagai suatu rangkaian latihan penyelidikan yang memanfaatkan strategi pengumpulan informasi perpustakaan.

Abdul Rahman Sholeh mengatakan penyelidikan perpustakaan dilakukan melalui pertimbangan terhadap data-data tentang penyelenggaraan perpustakaan seperti buku, catatan harian, arsip, cerita otentik, atau penyelidikan perpustakaan semata-mata berkaitan dengan protes penyelidikan. Dengan menggunakan referensi-referensi tersebut diharapkan penyelidikan ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diselidiki. Permintaan perpustakaan mempunyai empat ciri, yaitu: 1) menanyakan secara spesifik berkaitan dengan tulisan (salinan asli) atau informasi numerik, bukan informasi secara spesifik dari lapangan atau penonton dalam bentuk peristiwa, orang atau benda lain, 2) bahan pustaka disiapkan untuk memanfaatkan, 3) perpustakaan informasi lebih sering menjadi sumber tambahan dan 4) perpustakaan informasi tidak dibatasi oleh ruang dan

waktu karena merupakan informasi "mati" yang disimpan dalam catatan tertulis. Dengan cara ini, penyelidikan tentang perpustakaan pekerjaan ini diselidiki.

Tahapan persepsi perpustakaan adalah: bukti yang dapat dikenali secara efisien, penyelidikan catatan yang berisi data terkait dengan pertanyaan tentang suatu masalah. Strategi pengumpulan informasi yang digunakan analisis dalam penelitian ini adalah strategi naratif, yaitu mencari informasi yang berkaitan dengan suatu isu atau variabel berupa buku, surat kabar harian, majalah, dll. Buku, tulisan dan catatan yang berkaitan dengan isu tersebut. di tangan. Metode yang digunakan adalah pemeriksaan substansi atau investigasi substansi. Seperti dikutip Lexy J Moleong, Weber berpendapat bahwa investigasi substansi adalah strategi investigasi yang menggunakan serangkaian strategi untuk menarik kesimpulan substansial seperti sebuah buku atau arsip.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sejarah panjang kehidupan manusia di dunia, ada dua kekuatan luar biasa yang terus mewarnai kehidupannya, yaitu keyakinan (agama) dan logika (Fitriani, Lembar, & Utami, 2023: 4062). Dari segi dialek, Rangkuti (dalam Haris, 2017:530) menegaskan bahwa kata ini berasal dari bahasa Sansekerta, a-gama (panjang). A berarti cara (jalan), dan gama berarti pergi, yaitu berjalan atau pergi. Dari sini dapat disimpulkan bahwa agama dapat menjadi pedoman hidup yang harus diikuti atau pedoman yang harus diikuti oleh seseorang.

Islam hadir sebagai kesayangan bagi seluruh alam, bisa jadi merupakan ajaran yang telah ditampilkan sejak 1.400 tahun yang lalu, mulai dari penyebaran hikmah Islam oleh Nabi Muhammad SAW hingga saat ini (Sujati, 2018: 102). Islam sendiri masuk ke nusantara dimulai pada tahun 700 Masehi ketika para pedagang dari Persia dan Arab memasuki Selat Malaka. Sejak saat itulah nilai-nilai Islam, pemikiran dan budaya Islam mulai menyebar di nusantara. Ini mencakup pelajaran dan hukum Islam yang disebarkan melalui Alquran. Sejak saat itu Islam mulai masuk di Sumatera dan menyebar ke seluruh nusantara hingga Asia Tenggara, dimana hampir 40% menganut Islam (Muthalib, 2021:5).

Sejak Islam masuk ke wilayah nusantara, hikmah dan nilai-nilai Islam telah diterapkan dalam berbagai sudut pandang kehidupan masyarakat nusantara, antara lain dalam bentuk perekonomian dengan hadirnya bank syariah, dalam bidang pendidikan. dengan hadirnya madrasah mulai dari Ibtidaiyah hingga Aliyah, pemanfaatan hijab bagi muslimah, dan merambah ke bidang ekspresi dan budaya hingga karya logika, hingga saat ini berkembang dalam era komputerisasi melalui media sosial.

Web Dakwah sebagai Pola Komunikasi Dua Arah

Zaman sekarang disebut zaman maju. Kata komputerisasi berasal dari kata digitus yang dalam bahasa Yunani berarti jari. Orang dewasa mempunyai sepuluh (10) jari. Nilai sepuluh terdiri dari dua radix, yaitu 1 dan 0, dengan cara ini lanjutan

dapat merupakan gambaran keadaan bilangan yang terdiri dari angka-angka dan 1 atau mati dan hidup (bilangan rangkap dua). Semua kerangka komputer menggunakan kerangka komputerisasi sebagai databasanya yang juga bisa disebut Bit (Double Digit) (Meilani, 2014) (Budiantoro, 2017:263). Dengan demikian, masa lanjut dapat disimpulkan sebagai masa komputerisasi yang mana seluruh aktivitas manusia dapat disosialisasikan melalui media inovasi komputer (multi layar) dengan representasi, bentuk, angka, dan model cerita yang berbeda-beda.

Pada masa postmodern seperti saat ini, masyarakat hidup pada masa yang Jalaluddin Rakhmat (dalam Budiantoro, 2017: 263) disebut sebagai masa “banjir informasi”. Pandangan hidup bermasyarakat sudah bergerak dengan sangat pasti. Dahulu interaksi dengan orang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan hidup dilakukan dengan cara yang biasa (confront to konfrontasi), namun kini pola tersebut mulai tergerak oleh budaya komputerisasi.

Selain itu, Budiantoro (2017:263) menjelaskan bahwa dalam masa komputerisasi, segala hal yang bersifat privat (ruang individu) kini tidak terpikirkan untuk diungkapkan secara terbuka. Artinya setiap orang bisa membelanjakan dan menghargai jalannya kehidupan seseorang. Oleh karena itu, jangan kaget jika penilaian etis terhadap kehidupan di masa lanjut ini menjadi berat sebelah.

Era digital ini akhirnya mendorong kita pada desain pemanfaatan web sebagai media yang tidak terpakai. Era media baru memberikan keterbukaan dalam menangani perubahan dakwah Islam. Web dipandang sebagai media massa yang mampu menyampaikan pesan dakwah dalam ruang yang luas dan tanpa batas.

Selain itu Rustandi (2019: 84) menyatakan bahwa pemanfaatan web sebagai media modern tidak lepas dari imajinasi dan pengembangan para menteri dalam memanfaatkan ruang-ruang maju bagi kelanjutan dakwah Islam. Hal ini terlihat dari berkembangnya wacana dakwah cyber yang memunculkan pemanfaatan web untuk latihan amar ma'ruf nahi munkar.

Berbicara tentang mendorong dakwah, secara etimologis dakwah berasal dari kata da'a, yad'u, da'watan yang mempunyai arti menyeru, menyambut dan menegur. Dalam Al-Qur'an, kata dakwah yang akar katanya terdiri dari dal, ain, dan wawu, memiliki bentuk dan makna yang berbeda-beda. Terdapat 198 kali Al-Quran memperhatikan kata dakwah dan dampaknya yang tersebar dalam 55 surat (176 ayat). Jumlah kata-kata ceramah dan dampaknya yang diucapkan dalam Al-Quran lebih banyak dibandingkan dengan jumlah ayat yang memuatnya. Ada 18 ayat yang mengandung lebih dari satu kata dakwah, dan ada dua ayat yang masing-masing mengandung kata dakwah. Meski begitu, kedua kata ini masing-masing mempunyai dua implikasi sekaligus. Sedangkan makna kata dakwah dan akibat-akibatnya ada yang berkaitan secara vertikal (berdoa dan bertakwa) dan ada pula yang berkaitan secara merata (teriakan, seruan, sambut, mohon, percaya, sambut, dan sebagainya). (Basit dalam Budiantoro, 2017: 263).

Dakwah pada hakikatnya adalah kata da'a yad'u da'watan yang bermakna

menyambut, memanggil, memanggil. Waeson Munwir mengatakan bahwa dakwah mengandung makna memanggil (memanggil), menyambut (memanggil), menyambut (welcoming), memanggil (mengusulkan), memberdayakan (mendorong), dan meminta (memohon). Dari segi susunan kata, dakwah dipandang sebagai silaturahmi bagi seluruh umat manusia untuk bergerak dalam kebaikan, sekaligus sebagai amar ma'ruf nahi jahat dalam mengatur untuk mendapatkan kebaikan di dunia dan di masa yang akan datang (Subhan, 2023:34). Dakwah diibaratkan sebagai cahaya kehidupan, niscaya memberi cahaya dan datang pada kehidupan manusia dari ketidakjelasan (Warliah, & Wahyuni, 2023:178). Dakwah bisa menjadi cara yang gigih untuk memajukan situasi yang jauh lebih baik; jauh lebih baik; lebih tinggi; yang lebih kuat; perbaikan">yang jauh lebih baik, termasuk persiapan untuk berubah dan mengubah (Nashihin, dkk, 2022 : 537). Dakwah bertujuan untuk mengubah perilaku manusia dari perilaku negatif menjadi perilaku positif. Di masa globalisasi ini, ada beberapa hal yang perlu dilakukan. Banyak cara dan sedikit media dakwah yang bisa kita manfaatkan, salah satunya adalah media sosial (Sucianti, 2023: 80). Secara umum dakwah Islam terletak pada upaya mengubah umat Islam (umat) menjadi unggul (Khoiruddin dalam Rustandi, 2019: 84)

Dakwah Islam dapat menjadi ruang yang menjembatani antara seorang muslim dengan umat lain dan antara seorang muslim dengan Tuhannya. Setiap umat Islam yang mempunyai kapasitas dan landasan profesional dituntut untuk melaksanakan dakwah Islam. Komitmen ceramah Islam adalah wajib bagi seluruh umat Islam dalam memahami dengan karyanya. Seorang peneliti berceramah melalui pertempurannya, seorang penguasa berceramah dengan kendalanya, seorang spesialis, pembicara dan instruktur berceramah dengan informasinya, seorang pedagang, peternak dan pemancing berceramah dengan panggilannya. Dakwah bisa menjadi komitmen jangka panjang seorang muslim yang harus dilaksanakan dalam sistem pembangunan peradaban manusia berdasarkan nilai-nilai Islam. Komitmen ini sebagaimana ditegaskan dalam surat Ali-Imran ayat 104. Terkait strategi dan media dakwah, Allah Swt memberikan arahan dan keleluasaan kepada umat-Nya untuk memanfaatkan media apa pun untuk menyebarkan hikmah Islam (Rustandi, 2019:84).

Ayat-ayat ini menjadi landasan bagi setiap umat Islam dalam menjalankan kiprahnya sebagai penginjil. Dalam sistem metodologis, premis standarisasi dakwah Islam menekankan pentingnya menyerukan kebaikan dan membatasi individu melakukan dosa. Amar ma'ruf nahi munkar merupakan sebuah pengantar yang harus dijaga oleh setiap muslim dalam menjaga kalimat tauhid. Secara filosofis, perintah berceramah dilaksanakan sebagai ikhtiar untuk membumikan nilai-nilai ketuhanan dalam seluruh sudut kehidupan manusia. Perintah filosofis ini akan berdampak pada eksistensi manusia secara sosiologis. Sebab, pada hakikatnya ceramah Islam ditampilkan dalam ranah kehidupan dan ruang

kolaborasi sosial antarmanusia.

Lebih lanjut Rustandi (2019:84) menjelaskan bahwa dialog tentang Islam dalam dunia internet berkaitan dengan konsep cyberreligion yang berkembang di tengah kancan inovasi internet saat ini. Web sebagai media komunikasi dan data di seluruh dunia telah memberikan dampak penting terhadap penyebaran ajaran Islam di dunia. Kemajuan zaman menuntut setiap orang untuk membuka cakrawala informasinya agar tidak bersikap sinis terhadap realitas tak terpakai yang coba diajak bicara oleh dunia maya. Sayangnya, internet telah menjadi ruang virtual yang berdampak pada berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk agama. Internet telah menjadi ruang komunikasi manusia terkait perspektif kehidupan sehari-hari. Melalui inovasi komunikasi web, internet dibentuk dengan berkembangnya berbagai aplikasi, sorotan, akun media sosial, dan komunitas virtual.

Web sebagai media komunikasi yang tidak terpakai telah menyebabkan terjadinya pergeseran desain dan cara interaksi dan komunikasi manusia. Web secara tegas menyebabkan kecenderungan geografis dalam lingkup ruang dan waktu. Web mengoordinasikan manusia dengan manusia lain, manusia dengan kelompok sosialnya, dan manusia dengan kebutuhannya. Era data memerlukan pertukaran pesan, ide, nilai, dan tanda dalam kerangka data yang terorganisir, efektif, dan maju. Web sebagai media modern bagi manusia bersifat hukum dan terbuka. Artinya, web dapat diakses oleh siapa saja dan dapat digunakan untuk tujuan apa pun. Tentu saja, sebagai ruang terbuka yang diproduksi, web memberikan manfaat tersendiri bagi interaksi manusia dalam kehidupannya (Rustandi, 2019: 84).

Media sosial semakin menjadi tren di kalangan gen-z. Ada banyak macam konten yang bisa dinikmati di media sosial, salah satunya adalah konten ceramah. Sependapat dengan Maulida dan Anissa, generasi milenial atau gen-z didorong oleh materi ceramah, karena seiring dengan perkembangan zaman yang sudah maju. Substansi dakwah melalui media sosial juga harus diperluas dan diciptakan guna menyebarkan hikmah Islam secara luas, guna membuka peluang bagi orang lain untuk menghafalkan tentang agama Islam. (Maulida & Annisa, 2023:1062). Era Z bisa jadi merupakan era yang biasa disebut generasi i atau era web. Era berkumpul ini mungkin merupakan era yang multitasking ketika menjalankan latihan. Era ini telah terbuka terhadap inovasi sebelum era lainnya. Jadi generasi ini mampu memanfaatkan media sosial atau apapun yang berhubungan dengan web lebih dari yang mereka kira. Mereka memang mampu menghasilkan uang tunai dengan inovasi ini. (Himawati, Azizah, & Imron, 2022:119)

Dewasa ini, latihan dakwah melalui media sosial sangatlah luas dan menarik perhatian semua pihak. Hal ini menimbulkan munculnya ceramah-ceramah yang terkenal di media sosial yang dapat mencabut ceramah-ceramah yang diharapkan sudah terkenal di kalangan masyarakat. Maka bangkitlah menteri media sosial

Dakwah Virtual: Internet sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital seperti Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, dan Evie Effendi.

Kemenangan inovasi dalam berceramah terlihat dari Ustadz Abdul Shomad (UAS) yang memasuki berbagai saluran media sosial. UAS memang berdedikasi sebagai ustadz dengan berjuta-juta orang di media sosial.¹ Selain UAS, banyak kyai atau ustadz yang mengakses media sosial sebagai media berceramah, mulai dari jaman dahulu hingga masa muda, salah satunya adalah KH Mustofa Bisri (Gus Mus), KH Abdullah Gymnastiar (Pusat Latihan AA), Ustadz Yusuf Mansur, Gus Bahauddin Nursalim atau akrab dipanggil Gus Baha, dan lain sebagainya. Saat ini, ceramah mereka beredar luas di berbagai panggung podcast.

Penelusuran yang dilakukan Rohman pada tahun 2019 ternyata setiap pendakwah mempunyai ciri khasnya masing-masing. Kesimpulannya, kemajuan media sosial membuat sosio-kultural tidak terpakai di masyarakat sehingga menjadikan media memanfaatkan suatu kebiasaan, atau kebutuhan yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Biasanya merupakan perspektif yang terlalu penting untuk dijadikan bahan untuk menyelidiki kecenderungan tatanan sosial modern yang telah dimanjakan oleh media, khususnya agama dunia lain. Tentu saja hal ini tidak lepas dari penggunaan komunikasi dakwah melalui media sosial. (Rohman, 2019:123)

Muzzamil pada tahun 2021 menanyakan tentang gaya ceramah para menteri yang canggih. Diantaranya bisa berupa gaya ceramah yang keren dan humanis yang bisa dilihat dari akun YouTube GusMus Channel. Sementara itu, terlalu banyak substansi ceramah filosofis yang diusung akun Youtube Caknun.com. Ada pun cara penyampaian materi yang konvensional, seperti yang disampaikan akun YouTube Santri Gayeng. Selain itu, masih banyak lagi channel YouTube yang disampaikan secara konsisten seperti akun ceramah Caknun, juga disampaikan secara milenial seperti Gus Baha. (Muzzammil, 2021:109).

Selanjutnya, jika dilihat dari sisi proses, penelitian menunjukkan bahwa sistem komunikasi dakwah di time advanced terdiri dari tiga aspek yang terbingkai dalam satu sistem, yaitu: pertama, input komunikasi dakwah adalah hal-hal yang perlu disediakan sebelum proses dakwah yaitu sasaran, materi dan media dakwah. Kedua proses komunikasi dakwah yaitu cara penyampaian dakwah kepada sasaran dakwah yang dipengaruhi oleh dua aspek penting yaitu pendakwah dan metode dakwah. Keluaran ketiga dakwah komunikasi berupa dampak yang dihasilkan dari dakwah terhadap sikap dan perilaku orang lain. Kesimpulannya, sistem komunikasi dakwah di period advanced merupakan tahapan persiapan proses dakwah agar dakwah memiliki dampak yang positif kepada orang lain. Implikasi dari kajian ini adalah sebagai bahan masukan bagi pendakwah untuk dapat mempersiapkan dakwah dengan matang sebelum diterapkan pada sasaran dakwah khususnya di time computerized. (Iman, 2022:1)

Namun, pada kenyataannya terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan media sosial sebagai dakwah advanced dalam Penerbitan

agama kalangan kaum milenial di Instagram, faktor pendukung keberhasilan seperti halnya fitur media sosial yang unggul sehingga aplikasi Instagram bisa menjadi drift dalam melakukan dakwah advanced hingga menjadi slant dikalangan kaum milenial, penyebaran media yang luas hingga dakwah dapat meyebar secara luas di kalangan kaum milenial yang menggunakan media sosial Instagram, pesan dakwah dalam proses diresproduksi dan disebarkan ke banyak kanal lewat share para mad'u, gaya komunikasi dalam dakwah Ustadz yang unik dengan menggunakan bahasa yang sedang drift dikalangan kaum milenial membuat menjadi mudah memhami dan gaya furnish yang kekinian yang membuat kaum milenial terpincut.

Ada pula faktor penghambat keberhasilan seperti keterbatasan waktu dan mengelola ide dalam membuat konsep dengan waktu yang terbatas dalam membuat konten dakwah advanced di media sosial dan jadwal dakwah dipenjuru Indonesia, akses masih terbatas hanya orang-orang yang sudah mengetahui media sosial saja ini terjadi karna bebereapa Faktor seperti umur senja yang lalu tidak tersedianya media untuk mengakses media sosial tersebut dan keterbatasan mengakses web bagi daerah yang belum memiliki akses jaringan web yang memadai, yang terakfir perbedaan referensi pemahaman keagamaan di Indonesia terdapat banyak perbedaan manhaj yang dianut jadi setiap menyebabkan banyak referensi perbedaan pemahaman agama (Zulaecha, dkk, 2023:545). Tantangan lain dalam dakwah virtual adalah penyebaran informasi yang tidak substantial dan tidak akurat, serta pemahaman yang berbeda-beda terhadap pesan dakwah. Oleh karena itu, Pengembangan keterampilan komunikasi dalam dakwah sangat penting agar pesan-pesan dakwah dapat disampaikan secara tepat dan efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika perkembangan penelitian komunikasi di dunia yang penuh tantangan di period teknologi advanced yang kian berkembang (Febriani, 2023:162).

PENUTUP

Web telah menjadi bagian yang tidak dapat dibedakan dari kehidupan masyarakat di era komputerisasi. Dengan hadirnya web, hambatan jarak dan waktu yang dulunya menjadi hambatan kini mulai kabur seiring dengan semakin berkembangnya pengguna web. Hasilnya, orang-orang dapat diasosiasikan di hampir seluruh penjuru dunia, hampir tanpa terjaring, dan modernitas inovasi mendekatkan individu-individu dan tanpa menghilangkannya. Berkenaan dengan kehidupan beragama, dengan berkembangnya web dan media sosial, referensi informasi keagamaan menjadikan internet sebagai rujukan. Dengan adanya web, referensi terhadap informasi keagamaan menjadi lebih terbuka. Kesimpulannya, web harus menjadi media modern bagi umat Islam untuk mendapatkan referensi kehidupan taat umat Islam. Waktu media yang tidak terpakai memberikan peluang terbuka dalam menangani perubahan dakwah Islam. Pemanfaatan web sebagai

media baru berjalan seiring dengan imajinasi dan kemajuan para menteri dalam memanfaatkan ruang-ruang yang terkomputerisasi untuk kelanjutan dakwah Islam. Hal ini terlihat dari berkembangnya pembicaraan dakwah siber, kemajuan penulisan Islam online, dan latihan amar ma'ruf nahi munkar dalam ranah lanjutan.

Ada dua saran yang dihasilkan dari renungan ini, yaitu: (1) Sebagai rujukan bagi para menteri dan pembuat konten Islam dalam menyampaikan dakwah Islam di YouTube, agar lebih inklusif, komprehensif dan langsung. ; (2) Sebagai sistem fundamental bagi para peneliti, penggiat pendidikan media sosial, dan pengetahuan umat Islam, mengandalkan mitra seperti Dinas Agama Republik Indonesia dalam menciptakan bentuk keseimbangan ketaqwaan yang sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, C. (2022). Dinamika Agama di Era Internet. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 4030-4035.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263-281.
- BURHAM, M. (2023). Bentuk Kajian Dakwah Digital Di Indonesia: Systematic Literature Review. *Qanwam: The Leader's Writing*, 4(2), 115-128.
- binti Zafri, N. D., bin Opir, H., & binti Yahaya, A. M. (2023). Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial. *Journal of Fatwa Management and Research*.
- Darwis, M. (2020). Eksistensi Para "Gus" di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(2), 138-156.
- Effendy, E., Al Anshori, M. F., Surya, M., & Siregar, A. (2023). Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Channel YouTube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph. D.). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 6539-6545.
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G., Realistiya, R., Rosyani, W. A., & Rahmawati, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2337-2447.
- Febriani, M. (2023). Dinamika Perkembangan Ilmu Komunikasi dalam Dunia Dakwah pada Era Disruptif Teknologi Digital. *Jurnal Integrasi Sains dan Qur'an (JISQu)*, 2(02), 162-167.
- Hayya, A. P., Anggrayni, D., & Fahri, M. (2022). Komunikasi Visual Dakwah Persuasif Pada Akun Instagram@ hijabalila Dengan Hashtag# Freedom99persen Dari Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce. *KOLONI*, 1(3), 481-489.
- Helmy, M., & Ayuni, R. D. (2020). Komunikasi Dakwah Digital: Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line

- 3Safa). *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Hidayati, H., Wijayanti, E., & Maharani, R. M. (2023). Implementasi Irama (Indahnya Ramadhan Meraih Takwa) di Era Digital Dalam Kajian Muslimah Ramadhan Masjid darul Ilmi Universitas Muria Kudus. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 950-954.
- Himawati, U., Azizah, N., & Imron, A. (2022). Hiperrealitas Sebagai Simbol Dakwah Santri Millennial Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Education Research*, 3(3), 119-124.
- Iman, S. B. (2022). Sistem Komunikasi Dakwah Di Era Digital. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 5(01), 1-10.
- Jafar, M. (2023). Peluang dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi di Era 4.0. *Universal Grace Journal*, 1(1), 138-146.
- Khoiriyah, I., & Ismanto, H. (2022). Pemanfaatan Media Dakwah Melalui Akun Tiktok@ Syam_Elmarusy Dalam Menyampaikan Dakwah Islam. *An-Nashiba: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(2), 75-79.
- Kalsum, Nyimas Umi. (). "Perkembangan Pemikiran dan Peradaban Islam pada Abad Modern."
- Maulida, D. A., & Annisa, N. (2023). Analisis Pengaruh Konten Dakwah Di Sosial Media Terhadap Kejiwaan Gen-Z. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 1(4), 1062-1072.
- Muzzammil, F. (2021). MODERASI DAKWAH DI ERA DISRUPSI (Studi tentang Dakwah Moderat di Youtube). *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15 (2), 109–129.
- Marwantika, A. I. (2021, September). Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 1, No. 1, pp. 249-265).
- Marwantika, A. I. (2021, September). Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 1, No. 1, pp. 249-265).
- Muthalib, A. (2021). "Sejarah Perkembangan Islam Indonesia di Era Modern 1945-2021." *Jurnal Pendidikan "EDUKASI"*. Vol 9 No 1. Hal 1-14.
- Nawawi, A. M. N. (2019). Dakwah Islam Moderat dan Realitas Politik Identitas dalam Masyarakat Meme. *Jurnal Bimas Islam*, 12(1), 69-92.
- Nashihin, H., Majid, F., Fakhruddin, U. H., & Hermawati, T. (2022). Pendampingan Pendidikan Keluarga Muslim melalui Dakwah Digital di Stasiun Televisi Satelit Binbaz TV. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(7), 533-546.
- Posha, Beti Yanuri. (2015). "Perkembangan Islam di Indonesia Pasca Kemerdekaan." *Jurnal Historia*. Vol. 3 No 2. Hal 75-82.
- Putri, A. K. (2023). Representasi Media Dakwah Modern: Studi Kasus Pada Platform Twitter. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi,*

- Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(6), 1857-1868.
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi dakwah melalui media sosial. *Tatar Pasundan*, 13(2), 299-335.
- Rusman, D., & Setiabudi, D. I. (2023). Urgensi Peran Dai Dalam Perkembangan Teknologi Informasi. *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 40-47.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84-95.
- Suriani, J. (2018). Komunikasi dakwah di era cyber. *An-Nida'*, 42(1), 30-51.
- SUCIANTI, P. (2023). Analisis Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim. *Qanwam: The Leader's Writing*, 4(2), 80-87.
- Subhan, H. (2023). Pola Komunikasi Dakwah Mui Di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Al-Tsiqob: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 8(1), 34-51.
- Sujati, Budi. (2018). "Sejarah Perkembangan dan Pemikiran Islam." *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*. Vol 2 No 2. Hal 98-109.
- Tabroni, R., Rifai, A., Wibawa, A. T., Malik, D. A., & Hunafa, Z. D. (2023). Mengkaji Pesan Dakwah Dalam Program Religi Di Televisi Digital. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 17(1), 12-32.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah digital dan generasi milenial (menelisis strategi dakwah komunitas arus informasi santri nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54-78.
- Ummah, I., Rosa, E. M., & Mutaqin, R. S. (2022). Interpretasi Hadis dan Strategi Dakwah (Studi Kasus Komunitas Pemuda Hijrah Yuk Ngaji). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 4134-4145.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210-234.
- Warliah, W., & Wahyuni, T. (2023). Prospek Dan Tantangan Dakwah Billisan Sebagai Metode Komunikasi Di Sidowangi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, 3(4), 178-190.
- Yakub, M. (2013). "Perkembangan Islam Indonesia." *Kalam: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*. Vol 7 No 1. Hal 135-162.
- Zulaecha, N. N., Hafidz, H., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534-547.

