



Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja

Muhammad Qadaruddin Abdullah^{1*} & Dinul Fitrah Mubarak²

¹²Institut Agama Islam Negeri Parepare

*Email: muhhammadqadaruddin@stainparepare.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology also supports the process of transformation of knowledge, ideology, and understanding of religiosity, so adolescents can easily consume various understandings (especially radicalism) through social media. The presence of social media no longer limits the space between one religion with another religion, between one ethnicity and another ethnicity, so the presence of social media brings changes to the lives of adolescents. The purpose of this study is to describe and analyze the da'wah strategy in plurality. The method used is descriptive qualitative. The results showed that there were three da'wah strategies in treating plurality among adolescents: First, Structural Strategies; Second, Cultural Strategies; and Third, New Media Strategy. This research implies that missionaries understand the da'wah strategy in a plural society.

Keywords: Strategy, Plurality, Da'wah

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi turut mendukung proses transformasi pengetahuan, ideologi serta paham keagamaan, sehingga remaja dengan mudah mengonsumsi berbagai paham (terutama radikalisme) melalui media sosial. Hadirnya media sosial tidak ada lagi batas ruang antara satu agama dengan agama yang lain, antara satu etnis dengan etnis yang lain, sehingga kehadiran media sosial membawa perubahan terhadap kehidupan remaja. Tujuan penelitian ini yakni mendeskripsikan dan menganalisis strategi dakwah di tengah pluralitas. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga strategi dakwah dalam merawat pluralitas di kalangan remaja: Pertama, Strategi Struktural; Kedua Strategi Kultural; dan Ketiga Strategi *New Media*. Implikasi dari penelitian ini mubaligh memahami strategi dakwah pada masyarakat plural.

Kata Kunci : Strategi, Pluralitas, Dakwah

PENDAHULUAN

Keragaman ekspresi keagamaan di kalangan muslim merupakan sebuah tantangan terbesar dalam merawat pluralitas. Tantangan utama yang dihadapi manakala ekspresi keagamaan itu diwujudkan oleh individu maupun kelompok masyarakat dalam sebuah tindakan sosial yang bercorak konfrontatif, seperti hadirnya wacana radikalisme agama yang menyita perhatian publik belakangan ini. Hadirnya paham keagamaan yang ekstremisme atau eksklusivisme khususnya di kalangan remaja, ditengarai muncul dan berkembang melalui kajian-kajian doktriner maupun proses diseminasi lewat jejaring media sosial yang intens diakses oleh remaja.

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi turut mendukung proses transformasi pengetahuan, ideologi serta paham keagamaan, sehingga remaja dengan mudah mengonsumsi berbagai paham (terutama radikalisme) melalui media sosial. Meskipun remaja tidak terlibat dalam suatu kelompok maupun kajian-kajian tertentu, namun beberapa remaja terpapar paham radikal karena intens mengakses paham radikal melalui media sosial. Media sosial dalam konteks ini dipandang sebagai pintu masuk paham-paham radikal sehingga dikuatirkan paham ini akan memengaruhi remaja secara massif akibat penggunaan media sosial tanpa pengawasan pihak terkait.

Pintu masuknya radikalisme bukan hanya melalui media sosial, tetapi juga melalui pergaulan, dosen, guru dan referensi yang dibaca. Menristek Muhammad Natsir menyebutkan bahwa Badan Intelegen Nasional (BIN) setidaknya telah mencatat tujuh perguruan tinggi negeri terpapar radikalisme atau 39% remaja Indonesia terpapar paham radikal (Tempo.com, 2018). Perlu menjadi perhatian khusus bagi perguruan tinggi keagamaan agar terwujud keharmonisan, oleh karena itu dibutuhkan peran perguruan tinggi dalam merawat pluralitas di kalangan remaja.

Remaja membutuhkan keterampilan khusus (*specific skill*) dan keterampilan umum (*general skill*) untuk mengembangkan kemampuan komunikasinya di tengah pluralitas masyarakat. Jika seorang remaja tidak menguasai cara berkomunikasi akan menjadi hambatan pengembangan potensi diri dan dapat pula menjadi penyebab tersebarnya paham radikalisme. Pengetahuan agama tidak cukup untuk mengerakkan, mengajak masyarakat kepada kebaikan, namun pengetahuan harus disertakan dengan kemampuan berkomunikasi.

Keterampilan umum seorang remaja dapat dibagi menjadi dua bagian, yakni keterampilan personal dan sosial. Keterampilan personal adalah bagaimana seorang remaja membangun kecerdasan diri, membangun kesadaran akan pentingnya pengetahuan, sementara keterampilan sosial lebih kepada kemampuan remaja dalam berkomunikasi. Pengetahuan yang tinggi tidak akan bermanfaat tanpa dikomunikasikan, misalnya ketika remaja berada di tengah warga masyarakat, maka ia harus memiliki kemampuan khusus yakni kemampuan

berkomunikasi.

Peneliti tertarik dengan subjek remaja karena karakteristik keagamaan pada remaja, antara lain; *Pertama*, perilaku ritualistik artinya remaja seringkali menampakkan kegiatan keagamaan secara ritual. *Kedua*, seorang remaja memiliki karakter egosentris, perilaku keagamaan yang dilakukan secara intensif dan lebih mendalam yang ditunjukkan dengan banyaknya kalangan remaja yang mengikuti kajian-kajian keagamaan. Sikap kritis dan ragu menjadikan kalangan remaja rentan terhadap paham-paham radikal, sebab remaja akan selalu bertanya tentang persoalan agama, jika mendapatkan jawaban dan memercayainya, maka ia akan mengikuti paham itu secara radikal.

Secara etimologi ‘radikalisme’ berasal dari bahasa Latin “*radix, radice*”, artinya akar; (*radicula, radice*: akar kecil). Berbagai makna radikalisme, kemudian mengacu pada kata “akar” atau mengakar, perubahan radikal berarti perubahan yang mengakar, karena hal itu menyangkut penggantian dasar-dasar yang berubah tadi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, radikal diartikan sebagai secara menyeluruh, habis-habisan, amat keras menuntut perubahan, dan maju dalam berpikir atau bertindak. Radikalisme memiliki tanda-tanda yang sangat mudah untuk diidentifikasi terutama berkaitan dengan atribut yang digunakan seperti *jalabiyah* (jubah panjang), *imamah* (serban), *isbal* (pantolan yang panjang sampai mata kaki) dan *lihya* (jenggot) (Aripudin, 2016: 67).

Islam radikal mengandung makna kelompok Islam yang memiliki keyakinan ideologis tinggi dan fanatik yang mereka perjuangkan untuk menggantikan tatanan nilai dan sistem yang sedang berlangsung. Fenomena yang sering terjadi di tengah masyarakat adalah munculnya paham-paham radikalisme baik dalam bentuk gerakan atau aksi serta dalam bentuk pemikiran. Munculnya kelompok-kelompok keagamaan merupakan salah satu penyebab terjadinya gerakan dan pemahaman radikal, kelompok-kelompok keagamaan kemudian menyebarkan paham-paham radikal melalui media *offline* maupun media *online*.

Berkaitan dengan hal ini, terdapat beberapa permasalahan, antara lain: 1) beragamnya paham-paham yang menyebar di kalangan remaja; 2) beragamnya strategi dakwah di kalangan remaja; 3) sulitnya membedakan perilaku kelompok keagamaan yang radikal; dan 4) banyaknya kegiatan-kegiatan remaja yang tidak dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan norma yang berlaku.

Riset sebelumnya dilakukan oleh Muhaemin (2017) mengenai Dakwah Digital Akademisi Dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di era globalisasi, kecakapan seorang da’i tidak cukup diukur dari luasnya wawasan keagamaan dan dakwah, tetapi harus pula memiliki kemampuan teknis dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini berkaitan dengan adanya teknologi baru seperti internet yang memiliki dampak signifikan dalam kehidupan manusia. Oleh sebab itu, kemampuan teknologis ini dapat dijadikan sebagai daya dukung pelaksanaan dakwah yang dilakukan melalui media internet. Riset Supriadi

(2018) mengenai spirit kebangsaan kaum muda di tengah fenomena radikalisme.

Supriadi merekam cikal bakal massifnya gerakan radikalisme atas nama agama yang berlangsung sejak 2001 dengan adanya tragedi WTC di New York Amerika Serikat. Selain itu, rekaman radikalisme agama disampaikan Supriadi berkaitan dengan tragedi Muslim Rohingya di Myanmar, tragedi Cikeusik yang menimpa Jemaah Ahmadiyah di Pandeglang Banten, kekerasan dalam bentuk terror bom buku dan bom bunuh diri di Masjid Mapolres Kota Cirebon, bom meledak di Bumi Serpong Damai (BSD), serta yang terbaru teror di Gereja Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spirit kebangsaan bagi kaum muda di tengah munculnya sikap-sikap intoleran di masyarakat, sikap memonopoli kebenaran dalam beragama yang berujung kepada aksi teror di masyarakat. Sehingga, perlu adanya dialog dan rekonsiliasi dengan jujur dan terbuka. Program deradikalisasi kini harus diperkuat dengan elemenelemen masyarakat agar tercipta suasana aman dan damai. Sebagai konsekuensi pilihan sebagai negara demokrasi, asas proporsionalitas itu sangat penting dikedepankan, agar tidak ada dominasi mayoritas dan tirani minoritas (Supriadi, 2018).

Riset lainnya dilakukan oleh Nasor (2017) mengenai dakwah sebagai instrumen penanggulangan radikalisme di era digital. Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa adanya gerakan dakwah yang menyempal (*splinter*) dan arus bawah tanah (*underground*). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa upaya yang dapat dilakukan dalam mencegah gerakan dakwah yang bermuara pada aksi radikalisme dan terorisme dilakukan melalui upaya deradikalisasi yang dilakukan melalui pelurusan paham umat Islam dan langkah preventif dilakukan dengan menggunakan media atau forum majelis taklim, pengajian, mubahatsah, dan lain-lain. Selain itu, materi dakwah berorientasi pada konsep Islam sebagai *rahmatan lil alamin*, menjadi pilihan sekaligus sebagai formulasi gerakan dakwah yang persuasif dan pendekatan personal.

Riset Tamtanus (2018) yang melakukan kajian mengenai upaya menetralisasi radikalisme di Perguruan Tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran paham radikalisme dilakukan di perguruan tinggi sebagai bagian dari regenerasi sekaligus memperkuat agen-agen dakwah yang bisa melakukan kaderisasi berkaitan aksi dan gerakan radikalisme atas nama agama. Kondisi ini didorong karena pudarnya nilai-nilai Pancasila di lingkungan kampus. Dalam hal ini, dosen sebagai tenaga pendidik harus lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap mahasiswa, mengingatkan secara aktif agar menghindari radikalisme melalui proses komunikasi yang intim dan personal.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis paham-paham keagamaan di kalangan remaja. Terutama berkaitan dengan proses pengkajian, pemahaman, pendalaman dan pengamalan nilai-nilai keagamaan yang didapatkan. Selain itu, penelitian dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk strategi dakwah di tengah

pluralitas. Hal ini untuk menemukan prototipe pelaksanaan dakwah yang dapat diterapkan kepada madh'u dengan segmentasi remaja. Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan studi literatur berkaitan dengan penyebaran paham radikal di kalangan remaja. Dalam hal ini peneliti mencoba menganalisis berbagai fenomena radikalisme di kalangan remaja baik dilakukan melalui media *offline* maupun di dunia maya (*online*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah. Orientasinya adalah untuk mengajak orang lain untuk berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi dakwah adalah suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak (komunikasikan, hadirin atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasi strategi dakwah terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi (Mubasyaroh, 2017).

Dakwah transformatif Rosulullah dilakukan sebagai bagian dari aktifitas sosial yang dekat dengan keseharian masyarakat. Dakwah diorientasikan sebagai upaya untuk menciptakan masyarakat ideal. Yakni, sebuah tatanan masyarakat yang memiliki ketauhidan yang kuat, fondasi keimanan yang utuh, sekaligus memiliki amalan yang mulia sesuai dengan fondasi keimanannya (Rustandi & Sahidin, 2019: 363). Dakwah memiliki tujuan akhir yakni kehidupan akhirat, sementara komunikasi hanya memiliki efek kognitif, afektif dan psikomotorik tidak memiliki efek akhirat. Namun kegiatan dakwah tidak bersifat mengikat, manusia tidak memiliki kuasa untuk mengubah, *mubaligh* hanya menyampaikan dakwah akan tetapi Allah Swt yang akan memberikan petunjuknya.

Ibn Katsir (w. 774H/1373M) dalam *Tafsir al-Quran al-'Adhim* menyatakan, "Hidayah itu bukan urusanmu, melainkan urusan Allah Swt." Nawawi al-Bantani dalam *Al Tafsir Al Munir* menyatakan, "Kamu tidak punya kuasa merubah (keyakinan) seseorang. Iman tidak akan hadir pada jiwa seseorang, kecuali atas *iradah* (kemauan) dan *qudrat* (kekuasaan) Tuhan." Contoh lain yaitu Qs. al-Nahl ayat 125:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan kamu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk" (Depag RI, 2011).

Al-Baidhawi menafsiri ayat ini dengan; "Tugasmu hanya menyampaikan (*al-*

balaqih) dan mendakwahkan (*al-da'wah*). Sedang petunjuk (*al-hidayah*) dan kesesatan (*al-dhalalah*) itu bukan urusanmu. Allah Swt lebih tahu siapa yang tersesat dan siapa yang mendapat petunjuk. Allah Swt lah yang (berhak) membalas mereka.” Dalam berdakwah pesan moral Al-Quran tentang penyampaian dakwah, antara lain dalam penyebaran ajaran agama Islam perlu disampaikan dengan cara yang baik, penuh kasih sayang, tidak muncul dari rasa kebencian. Pernyataan ini menunjukkan bagaimana pentingnya memperhatikan metode dakwah, sehingga pesan dakwah disampaikan berdasarkan prinsip-prinsip Qurani. Hal ini dilakukan agar risalah yang disampaikan menyerap pada hati objeknya, sehingga mau menerima dan mengamalkannya (Rustandi & Sahidin, 2019: 364).

Prinsip dasar dakwah pluralis dapat dikaji dalam al-quran surah an-nahl ayat 125. Dalam ayat ini menggambarkan bagaimana kehidupan pluralis, *ibrab* yang terkandung bahwa seorang *da'i* selalu hinggap pada pohon yang berbunga, dan mengisap sari-sari yang bersih. Hal ini mengisyaratkan bahwa seorang *da'i* atau orang muslim senantiasa selektif dalam memilih makanan, memilih tempat bergaul, tempat berinteraksi. Seorang muslim senantiasa menyebar manfaat bagi orang sekelilingnya, tidak menjadi beban orang lain justru keberadaannya menjadi penting bagi orang, menjadi solusi bagi orang lain.

Pertama, Metode *Al-hikmah* diartikan; *al-adl* (keadilan) *al-hilm* (kesabaran dan ketabahan), *an-nubuwah* (kenabian), *al-ilm* (ilmu pengetahuan), Al-Quran, falsafah, kebijaksanaan, pemikiran atau pendapat yang baik, *al-haq* (kebenaran) meletakkan sesuatu pada tempatnya, kebenaran sesuatu. Dakwah *bi al-hikmah* yang berarti dakwah bijak, mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, kondisi *mad'u*. Prinsip metode dakwah *bi al hikmah* ini ditujukan kepada *mad'u* yang memiliki kapasitas intelektual pengetahuan yang khawas tinggi.

Kedua, Metode *Al-maw'idzab al-hasanah*, merupakan dakwah melalui *tarbiyah* dan *targhib* (dorongan dan motivasi), melalui *al-qaul al-rafiq* (ucapan lembut dan penuh kasih sayang). Dengan demikian, dakwah melalui *al-maw'idzab al-hasanah* ini jauh dari sikap egois, agitasi, emosional dan apologi. Prinsip metode dakwah ini diarahkan pada *madh'u* yang kapasitas pemikirannya dan intelektualnya serta spritualnya tergolong kelompok awan. Mereka selalu ragu-ragu antara mengikuti kebatilan atau kebenaran.

Ketiga, Metode *Wa jadilhum bi al-lati hiya ahsan*, cara berdakwah model ini diperuntukkan bagi manusia jenis ketiga. Mereka adalah orang-orang yang hatinya dikungkung secara kuat oleh tradisi jahiliyah yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebatilan, serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah. Mereka di dakwahi dengan perdebatan yang paling baik dengan argumentasi yang mematahkan arogansinya. Di luar dari metode dakwah persuasif di atas Islam pun memiliki metode dakwah koersif dengan cara keras (*syiddah*) dan kasar (*ghildbah*) (Abdullah, 2019: 45-56).

Tabel 1.

Metode-metode Dakwah

Al-hikmah	Maw'izah al-hasanah	Bil hal	Mujadalah
Menggunakan akal budi	Pelajaran yang baik	Sentuhan	Kejujuran
Pandai	Memberi peringatan	Kronemik/waktu	Tematik
Kemauan untuk berbuat	Perkataan yang tdk tersembunyi	Gerakan tubuh/kontak mata, ekspresi	Argumentatif
Ilmu yang sah	Dalil yang <i>zanny</i>	Proxemik/jarak	Tawadu
Materi sesuai madu	Publik speaking	Vokalik/nada suara	Memberi kesempatan pihak lain untuk berargumentasi
	Perkataan menyentuh hati	Lingkungan, penerangan,	Listening, Relationship, empati. Dialog, As-Islah wa ajwibah

Sumber : diolah dari berbagai sumber, 2018

Setiap metode dakwah memiliki ciri tersendiri dan segmen khalayak misalnya metode dakwah *al-hikmah* adalah metode dakwah yang disampaikan dengan menggunakan akal budi, dengan argumentasi yang sah, pesan yang rasional diperuntukkan untuk masyarakat kelas atas, yang memiliki ilmu yang tinggi. Kedua, metode dakwah *mauizah al-hasanah* memiliki ciri dan segmen kalangan menengah karena memiliki pesan yang perlu didiskusikan dengan cara yang baik menyentuh hati (*al-hasanah*). Ketiga, metode dakwah *bil al-hal*, memiliki ciri dan segmen kalangan bawah, oleh karena itu dakwah dengan perbuatan sangat penting bagi kalangan bawah, agar mereka lepas dari jerat kemiskinan. Keempat, metode *mujadalah* adalah metode debat yang memiliki ciri dan segmen kalangan cerdas yang memiliki pemahaman yang kuat tentang agama atau kepercayaan mereka, oleh karena itu pesan yang disampaikan harus dengan cara argumentative dan disampaikan dengan cara yang paling baik.

Dalam kerangka metodologis, landasan normatif dakwah Islam menegaskan pentingnya menyeru pada kebaikan dan melarang manusia berbuat kemaksiatan. *Amar ma'ruf nahi munkar* menjadi orientasi yang harus dijunjung tinggi oleh setiap muslim dalam menegakkan kalimat tauhid. Secara teologis, perintah berdakwah dilaksanakan sebagai upaya membumikan nilai-nilai ilahiah dalam segala aspek kehidupan manusia. Perintah teologis ini akan berpengaruh terhadap eksistensi manusia secara sosiologis. Sebab, pada hakikatnya dakwah

Islam mewujud dalam ranah kehidupan dan ruang-ruang interaksional manusia secara social.

Strategi Dakwah Struktural, Upaya Memperkuat Dimensi Pluralitas

Masa kejayaan agama, dimana agama memiliki otoritas terhadap Negara. Agama mengontrol negara, namun perkembangan ilmu pengetahuan menjauhkan agama dari negara. Agama kehilangan otoritasnya (Sekuler) dimana para ulama tidak lagi memiliki peran dalam negara, ulama hanya sebatas aksesoris politik tidak memiliki otoritas politik. Ijtihad kembali dikobarkan, dimana para ulama berkumpul untuk membuat ijtihad tentang arah suatu negara. Kepemimpinan dakwah dianggap sebagai solusi sebuah negara, para penguasa menjadikan agama dan ulama sebagai pengambil kebijakan, membuka pintu ijtihad. Politik bukan sekedar memilih pemimpin, namun ada pertarungan ideologi sekuler, liberal dan radikal.

“Dakwah memerlukan instrumen politik atau setidaknya terakomodir dalam sistem ketatanegaraan sehingga dapat berjalan optimal, demikian juga negara membutuhkan agama sebagai fondasi pengelolaan bernegara dan bermasyarakat” (Wawancara Dinul Fitrah Mubarak: 2020).

Dakwah struktur dianggap sebagai dakwah yang dapat mengancam keutuhan NKRI karena dakwah struktur menginginkan maskunya ideologi Islam dalam negara, dengan mengkampanyekan syariat Islam. Dakwah struktur, begitu banyak pemimpin Islam yang terlibat korupsi, pelecehan seksual. Kepemimpinan dakwah Rasulullah dan khalifah merupakan bentuk dakwah struktural.

“Dalam rezim kepemiluan di Indonesia, tidak ada penekanan bahwa calon pemimpin harus/wajib beragama tertentu saja, melainkan semua warga negara yang memenuhi syarat/ regulasi pemilu berpeluang menjadi kandidat hingga terpilih menjadi pemimpin secara konstitusional melalui sistem demokrasi” (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020).

Dakwah struktural dalam bentuk kebijakan pemerintah, aturan aturan, pemilihan pemimpin, manajemen perusahaan, seperti masa Rasulullah ketika menjadi pemimpin dan membuat piagam madinah. kepemimpinan dalam Islam adalah kepemimpinan dalam rangka diterapkannya aturan Allah Swt di masyarakat yang dipimpinnya. Pemimpin adalah seorang yang memiliki kecakapan dan kelebihan sehingga mampu mempengaruhi, mengarahkan, dan membimbing orang lain untuk secara bersama-sama bekerja mencapai tujuan bersama.

“Seorang pemimpin tidak mesti beragama Islam, jika pemimpin itu baik dan diakui oleh masyarakat amanah dan kejujurannya meski tidak harus muslim. contoh saya lebih memilih pilot yang memiliki jam terbang meski dia sebagai non muslim. Dibandingkan pilot yang masih baru belajar dan jam terbangnya masih sedikit, meski dia seorang muslim” (Wawancara Muhiddin Bakri: 2020).

Terdapat tiga teori kepemimpinan. *Pertama*, Teori Genetik ‘Pemimpin dilahirkan dan bukan untuk dibentuk’ (*leader are born and not made*), pemimpin karena keturunan atau ada bakat. *Kedua*, Teori Sosial Pemimpin dibentuk dan bukan dilahirkan (*leader are made and not born*) *Ketiga*, Teori Ekologi pemimpin dilahirkan dan memiliki bakat yang dikembangkan dari pelatihan, pendidikan, pengalaman (Sutikno, 2014: 30-32).

Jadi seorang *da'i* sekaligus pemimpin dapat dilahirkan dalam artian bahwa *da'i* sejak lahir telah memiliki bakat dalam berdakwah, sedangkan *da'i* dibentuk berarti seorang *da'i* sebagai pemimpin karena mengikuti training atau pendidikan kepemimpinan *da'i*. *Da'i* sebagai pemimpin karena memiliki bakat dan mendapatkan training atau pendidikan. “Dakwah struktur adalah dakwah melalui jalur politik atau kelembagaan, baik dalam sistem pemerintahan, partai politik dan lembaga lainnya yang memungkinkan dakwah terealisasi” (Wawancara Dinul Fitrah Mubarak: 2020)

Dakwah struktural adalah kegiatan dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, kekuatan politik sebagai alat untuk memperjuangkan Islam. Menurut Muhammad Sulthon bahwa sesuatu dapat dikategorikan sebagai dakwah struktur jika betul-betul berdakwah secara serius dan intensif, mengupayakan Islam menjadi bentuk dan mempengaruhi dasar negara. Untuk itu kecenderungan dari dakwah struktur adalah masuk dalam ranah kekuasaan atau politik. Dakwah struktur adalah Dakwah yang diprakarsai oleh pemerintah dalam hal ini lembaga negara (Wawancara Mahyuddin: 2020).

Dakwah sebagai kaki tangan negara, tanpa kegiatan dakwah agama dan negara akan mengalami kevakuman dan stagnasi dalam perkembangannya. Hubungan agama dan negara, agama dan negara memiliki misi yang sama yakni merealisasikan kebahagiaan hidup di dunia, menciptakan kemaslahatan bersama serta mengatur hubungan sesama umat manusia. Hubungan agama dan negara, hubungan dakwah dan negara dapat dibagi menjadi tiga hubungan. *Pertama*, pola liberal, pemisahan agama dan negara. *Kedua*, pola tradisonal, agama mencakup semua urusan. *Ketiga*, pola reformis atau sintesis, dalam islam tidak ada aturan tentang masalah kenegaraan tapi ada prinsip negara.

Aktivitas yang dilakukan di Madinah berupa aktivitas sosial kemasyarakatan, kebudayaan dan ketertiban, persaudaraan, terbentuknya piagam madinah. Agama dan negara adalah dua satuan yang berbeda hakikatnya agama adalah kabar gembira dan peringatan (*basyiran wa nazira* (2:19) sedangkan negara adalah kekuatan pemaksa (*coercion*). Multikulturalisme masyarakat Madinah pada waktu itu mendorong nabi Muhammad Saw untuk membuat suatu perundingan yang didasarkan pada prinsip keterbukaan dan toleransi untuk mengatur kehidupan yang harmonis. Beliau memandang memandang perlu meletakkan aturan pokok tata kehidupan bersama di Madinah agar terbentuk kesatuan hidup di antara seluruh penduduknya (Rustandi & Sahidin, 2019: 377). Piagam Madinah menjadi

wujud bagaimana dakwah structural dilakukan oleh Rosulullah Saw dengan orientasi meluaskan semangat keislaman di seluruh jazirah Arab bahkan di dunia internasional.

“Negara merupakan wadah/tempat masyarakat yang berbeda agama, budaya, yang memiliki aturan-aturan. Maka dibutuhkan dakwah untuk memberikan pemahaman masyarakat secara kongkrit tentang negara. Hubungan keduanya saling membutuhkan secara dialektis” (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020).

Dakwah berperan sebagai penyambung komunikasi antara negara dan warga masyarakat, dakwah menyampaikan berita, memerangi *hoax*, radikalisme, dan sekularisme. Hubungan negara dan dakwah dapat dilihat pada ideologi negara. “Negara yang berazaskan agama terutama sila pertama saya kira memiliki relevansi dengan dakwah plural apalagi bangsa Indonesia dikenal beragama secara kultur dan agama yang perlu menjaga harmoni sosial” (Wawancara. Ramli: 2020).

Hubungan agama dan negara meliputi: *Pertama*, tunduk, hubungan agama dan negara saling mendominasi, agama tunduk pada negara atau negara tunduk pada agama, agama mengendalikan negara dimana para ulama dan tokoh-tokoh agama menjadi penentu kebijakan, tokoh agama menjadi *opinion leader*, atau agama tunduk pada negara, dimana agama hanya sebagai alat untuk melegitimasi kekuasaan. *Kedua* kooptasi, hubungan agama dan negara saling mempengaruhi, unsur agama dikooptasi oleh negara, begitupula unsur negara dikooptasi oleh agama, kooptasi dilakukan untuk menghindari terjadinya konflik antara agama dan negara

Ketiga frontal, adalah gerakan yang menginginkan perubahan secara radikal, gerakan mendirikan negara Islam, mereka menganggap bahwa negara Islam sebagai solusi permasalahan bangsa. Bukan sekedar menginginkan prinsip-prinsip Islam dalam sebuah negara akan tetapi menginginkan berdirinya negara Islam. *Keempat* integrasi, hubungan agama dan negara sangat berhubungan, agama membutuhkan kekuasaan negara sebagai alat menjalankan ajarannya, sedangkan agama melegitimasi keputusan negara. Agama memberikan nilai pada pelaksanaan negara yang adil dan bertanggungjawab sesuai dengan agama Islam. Keterlibatan umat Islam dalam politik Negara dan politik nasional bukanlah negara sekuler akan tetapi negara yang mengakui eksistensi agama-agama.

Setidaknya ada tiga fungsi agama dalam negara, antara lain: 1) agama berfungsi sebagai pemelihara ketertiban masyarakat; 2) fungsi integratif bahwa agama melarang pemeluknya untuk saling bertikai, mengajarkan persaudaraan; dan 3) penguatan nilai agama dengan budi pekerti, kejujuran, keadilan, kebenaran merupakan nilai dasar dalam penataan negara.

Salah satu bentuk dakwah struktur adalah dakwah yang dilakukan oleh raja-raja di Sulawesi sejak masuknya Islam di Sulawesi selatan pada masa kekuasaan

sombayya Ri Gowa Sultan Alauddin Awwalul Islam raja Gowa, akan tetapi baru mengalami perkembangan setelah masuknya Islam raja-raja gowa dan Tallo. Pada saat itu, Islam dijadikan sebagai agama kerajaan. Di antara para *mubaligh* yang berjasa dalam mengembangkan agama di Sulawesi selatan, yaitu Datuk Ri Bandang, Datuk Patimang, Datuk Ri Tiro, dan Syekh Yusuf (dewandakwah.or.id). Berdasarkan Hasil wawancara bahwa ada beberapa kelemahan dan hambatan dakwah Struktur yakni: cara berdakwah yang monoton (wawancara muhiddin bakri: 2020); menyatukan ideologi (Wawancara Mahyuddin: 2020); pemimpin yang tidak demokratis (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020); dan polarisasi agama (Wawancara Dinul Fitrah Mubarak: 2020)

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi hambatan dan tantangan dakwah struktur maka diperlukan negara yang kuat, pemimpin yang kuat, serta memperjuangkan dan memperkuat ideologi negara agar dapat menjadi pemersatu masyarakat yang pluralis dan multikultur.

Strategi Dakwah Kultural, Upaya Merawat Kohesivitas Sosial

Dakwah kultural mendapat tantangan dari kelompok puritan yang cenderung menolak budaya lokal. Generasi pertama pada masa Nabi Muhammad Saw menjadi rujukan untuk melaksanakan ajaran agama secara otentik. Sedangkan kelompok Islam kultur bersinergi dengan tradisi. Dakwah kultural dianggap sebagai dakwah yang tidak lengkap dan tidak sempurna karena tidak memperjuangkan Islam berdasarkan syariat Islam (Bungo, 2014: 210). Dakwah kultural menggunakan pendekatan sosial-budaya untuk membangun moral masyarakat (Farhan, 2014: 270).

Berdasarkan wawancara kami dengan informan bahwa tradisi yang patut untuk dipertahankan adalah tradisi perayaan/peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw yang menjadi saluran dakwah para da'i (Wawancara Dinul Fitrah Mubarak: 2020). Salah satu budaya atau tradisi yang peneliti anggap penting untuk dipertahankan adalah tradisi barazanji yang sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Salah satu motif dari kegiatan barazani adalah ucapan rasa syukur pada saat mendapatkan rezeki, rumah baru, pekerjaan baru, kendaraan baru dan ungkapan syukur lainnya. Tradisi barazanji dapat membangun *silaturrahim* masyarakat, kegiatan ini sangat efektif dalam membangun kebersamaan, karena pada acara tersebut masyarakat saling bercerita tentang kondisinya satu sama lain. Sementara itu, ada juga sebagian masyarakat yang menganggap tradisi barazanji sebagai sesuatu yang dapat merusak nilai-nilai Islam.

Setiap kelompok memiliki karakteristik budaya yang berbeda-beda, berbagai faktor yang menyebabkan perbedaan itu seperti faktor geografis dan iklim. Keragaman seringkali menyebabkan pertentangan yang disebabkan oleh *prejudice* dan *stereotype*. *Prejudice* atau prasangka merupakan sikap yang tidak adil terhadap seseorang atau suatu kelompok. Sedangkan *stereotype* merupakan komponen

kognitif dari prasangka. Jadi prasangka adalah konsekuensi dari *stereotype*. *Prejudice* dan *stereotype* menjadi penghambat integrasi dan toleransi antarmanusia.

Kelompok Islam puritan menganggap bahwa perpaduan antar Islam dan budaya lokal bukanlah bernilai Islam. Sementara pada sisi lainnya, kelompok Islam kultural-tradisional menyatakan bahwa bentuk Islam yang humanis adalah Islam kultural yang senantiasa sesuai dengan kondisi bangsa Indonesia yang beragam. Islam kultural biasa pula diistilahkan sebagai Islam nusantara.

“Di Indonesia memiliki kultur yang berbeda-beda, meskipun secara umum mayoritas beragama Islam, dakwah Islam kerap kali dilakukan sesuai kultur setiap masyarakat, misalnya budaya bugis yg kecenderungannya menggunakan bahasa bugis dalam berdakwah” (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020).

Khairul Azam mengatakan bahwa dakwah kultur adalah dakwah yang bersifat akomodatif terhadap nilai budaya tertentu secara inovatif, kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan dan menekankan pentingnya kearifan dalam memahami kebudayaan komunitas tertentu sebagai sasaran dakwah. Emha Ainun Nadjib mengungkapkan bahwa dakwah kultur sangat penting untuk menggali kebudayaan bangsa yang berguna untuk menyaring budaya industrialisasi (Farhan, 2014).

Kebudayaan termanifestasikan ke dalam ide, tatakelakuan, materi, bisa berbentuk dalam kegiatan tradisi maupun dalam bentuk arsitektur. Dalam setiap kegiatan komunikasi dengan orang lain selalu mengandung potensi komunikasi lintas budaya atau antar budaya, karena akan selalu berada pada “budaya” yang berbeda dengan orang lain, seberapa pun kecilnya perbedaan itu. Perbedaan-perbedaan ekspektasi budaya dapat menimbulkan resiko yang fatal, setidaknya akan menimbulkan komunikasi yang tidak lancar, timbul perasaan tidak nyaman atau timbul kesalahpahaman yang dapat berujung pada kericuhan dan pertentangan.

Fenomena dan objek dakwah yang sangat beragam, menjadikan tantangan dakwah yang dihadapi oleh umat Islam semakin kompleks dan beragam. Melihat beragamnya objek dakwah, maka beragam pula strategi dakwah yang dilakukan oleh da'i. Demikian juga budaya dari objek dakwah sangat beragam. Keragaman objek dakwah menuntut agar strategi dakwah beragam, namun tidak melupakan strategi dakwah kultur. “Masyarakat hari ini mulai mengikuti dakwah Ustadz di YouTube sehingga tidak lagi banyak mengetahui tentang ulama lokal” (Wawancara Mahyuddin: 2020)

Islam adalah agama dakwah, yakni agama yang disebarkan melalui aktivitas dakwah. Seluruh umat Islam mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran agama Islam dengan cara menarik dan mempesona sesuai dengan misinya sebagai agama yang *rahmatan lil' alamin*. Hanya saja, pengaruh budaya dan

tradisi dalam kelompok suku bangsa diakui atau tidak sulit untuk dihindari dalam kehidupan masyarakat muslim. Namun sekalipun berhadapan dengan budaya lokal di dunia, universalitas Islam tetap harus dijaga dan tetap menjadi pedoman dalam segala aspek kehidupan.

Oleh karena itu, dakwah antarbudaya (*syubhiyyah wa qabailiyyah*) memiliki prinsip-prinsip: Pertama, prinsip tauhid; Kedua, prinsip *al-bikmah*; Ketiga, prinsip *al mauidzati lhasanah*; Keempat, *wajadilbum billati hiya absan*; Kelima, prinsip universal; Keenam, prinsip *liberation* (pembebasan); Ketujuh, prinsip rasionalitas; Kedelapan, prinsip *yatlu alaihim ayatibi* (membacakan); Kesembilan, prinsip *wa yuzkibim wa yu'allimuhun kitab*; Kesepuluh, prinsip menegakkan etika atas dasar kearifan budaya (Aripudin, Sambas, & Wijaksana, 2007: 59-67).

Secara sosiologis dan antropologis, pendekatan dakwah melalui budaya dilakukan dengan tetap memperhatikan rambu-rambu ketauhidan sebagai ajaran pokok dalam Islam. Islam memiliki konsep dualisme agama yaitu Islam tradisi besar (*great tradition*) dan Islam tradisi kecil (*little tradition*). Jika Islam berwajah ganda ini ingin didakwahkan maka harus dilakukan dengan menggunakan pendekatan integratif-rasional di tengah-tengah pluralitas budaya masyarakat, yaitu pendekatan *bayani, burhani* dan *irfani*.

Selain pendekatan di atas adapula model Islam yang merupakan adaptasi dengan budaya lokal tersebut dengan meminjam istilah Clifford Geertz dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: (1) Islam Santri, yakni orang yang mendalami agama Islam dengan beribadah sungguh-sungguh; (2) Islam Priyayi, yakni golongan birokrasi pemerintah serta para cendekiawan yang berpendidikan akademis yang beragama Islam; dan (3) Islam Abangan, yakni orang Jawa yang beragama Islam namun kurang begitu memperhatikan perintah agama Islam. (Farihah, 2015).

Strategi dakwah antar budaya adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan-kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu: (1) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan; (2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan.

Penentuan strategi dakwah juga berdasarkan surat al- Jumu'ah ayat 2, yaitu tentang tugas para rasul sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah.

“Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka kitab dan Hikmah (Al-Sunnah). dan Sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata” (Depag RI, 2011).

Fokus kajian strategis kebudayaan dakwah Islam, hakikatnya memandang dakwah antar budaya sebagai sebuah proses berpikir dan bertindak secara dialektis dengan segala unsur-unsur dakwah dan budaya yang melingkupinya. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah, yakni menciptakan sebuah masyarakat Islam. Strategi dakwah antar budaya merupakan upaya aktif untuk menyatukan ide pikiran dan gerakan-gerakan dakwah dengan mempertimbangkan keragaman sosial budaya dan proses komunikasi yang melekat pada masyarakat, sehingga mampu memahami permasalahan yang potensial dari proses komunikasi antar budaya, dengan upaya bersungguh-sungguh melakukan penyesuaian dengan perilaku yang sewajarnya (Mughtar, Koswara & Setiaman, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ada beberapa hambatan dakwah kultural, meliputi: *pertama*, pemahaman yang sempit tentang budaya Di Indonesia; *kedua*, pemahaman yang sempit tentang agama Islam; dan *ketiga* budaya asing yang cenderung digandrungi oleh generasi milenial (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020).

Untuk mengantisipasi hambatan dan tantangan dakwah tersebut maka ada beberapa strategi yang dapat dilakukan. Salah satu strategi dakwah kultural adalah dakwah walisongo. Beberapa hal yang dilakukan oleh para wali yaitu, pertama-pertama walisongo belajar bahasa lokal, memperhatikan kebudayaan dan adat, serta kesenangan dan kebutuhan masyarakat. Lalu berusaha menarik simpati mereka. Karena masyarakat Jawa sangat menyukai kesenian, maka Walisongo menarik perhatian dengan kesenian, di antaranya dengan menciptakan tembang-tembang keislaman berbahasa Jawa, gamelan, dan pertunjukan wayang dengan lakon islami. Setelah penduduk tertarik, mereka diajak membaca *syahadat*, diajari *wudhu'*, shalat, dan sebagainya. Selain itu dalam melihat perbedaan ada beberapa prinsip yang perlu dimiliki agar perbedaan budaya tidak menjadi penghalang dalam berdakwah yakni *principle of integration*, bahwa budaya itu telah diolah menjadi satu. *Principle of function*, bahwa budaya itu dianggap penting. *Principle of early learning*, bahwa budaya itu mudah dipelajari. *Principle of utility*, bahwa budaya itu bermanfaat. *Principle of concreteness*, bahwa budaya bersifat konkret.

Strategi Dakwah *New Media*, Upaya Menarasikan Islam *Rahmatan Lil Alamin*

Media baru (*new media*) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung ke jaringan. Media baru adalah alat komunikasi mutakhir berbentuk *online* yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Media *online* yang populer saat ini adalah *blog, facebook, twitter, instagram, google plus, path, tiktok* dan media sosial lainnya. Kehadiran media sosial dianggap sebagai konsekuensi kehadiran ruang mayantara internet. Melalui *new media* inilah ekspresi intoleransi agama di sebarluaskan tanpa melihat validitas kebenaran, sehingga membuat kebisingan sosial, dimana ekspresi

intoleransi dimulai dari kebencian (Mahyuddin, 2019: 78).

Media Islam cenderung mengemas isu atas nama syariah Islam secara konfrontatif dan bombastis. Pengamat media Islam (Sudiby, Hamad, & Qadari, 2001) mengatakan bahwa menjelang akhir dekade 90-an, kita menyaksikan gerakan Islam militan yang mencoba menampilkan Islam dengan cara yang berbeda dengan *mainstream*. Mereka tidak hanya menampilkan diri dalam bentuk identitas dan simbol keislaman yang mencolok, tetapi juga hadir dalam bentuk perjuangan yang khas, mulai dari tuntutan penerapan syariat Islam hingga penggerebekan tempat-tempat yang dianggap sarang maksiat. Pada saat bersamaan, muncul juga media-media Islam dalam format yang boleh dikatakan berbeda dari media-media Islam sebelumnya, baik dari segi penyajian maupun isu yang diangkat. Media Islam memiliki visi dan Misi Dakwah dan konsepsi ajaran Islam inheren dalam (1) manajemen media (2) produk jurnalistik (3) kinerja wartawan muslim.

Dari segi penyajian, media-media ini menggunakan bahasa yang tegas, lugas dan berani, bahkan cenderung provokatif. Sementara, dari segi isu yang diangkat, media-media ini juga menurunkan tema-tema yang sensitif, termasuk yang berkenaan dengan SARA, tentu saja dengan pendekatan yang sangat mencerminkan kepentingan Islam (Sudiby, Hamad, & Qadari, 2001). “Media Islam dalam penyampaian beritanya senantiasa terkait dengan isu-isu keislaman dan dakwah. Sedangkan penyampaian berita media-media lainnya tidak *intens* pada tema-tema keislaman” (Wawancara Muhiddin Bakri: 2020)

Media *mainstream* lebih sebagai corong pemerintah dan pemilik media dan merepresentasikan etnis tertentu. Periode reformasi, pemberitaan menonjolkan konflik etnis dan RAS misalnya etnis Cina dan Indonesia, memuat foto-foto kekerasan, kering edukasi misalnya film layar lebar, warkop, nyai blorong, sundel bolong, Pluralis si entong, emak gue jagoan, imlek barongsai. Memasuki era *new media*, setiap orang memiliki akses untuk membuat dan mempublikasikan berita dan informasi. Kepemilikan akses ini memiliki dampak negatif dan dampak positif. “Media Islam lebih banyak memberikan informasi seputar kehidupan sosial keagamaan sementara media *mainstream* lebih luas wacana pemberitaannya” (Wawancara Mahyuddin: 2020)

Perkembangan teknologi diikuti oleh perubahan perilaku masyarakat. Dengan hadirnya *new media* beragam informasi negatif dengan mudah di *publish* dan *share*. Berita yang bertujuan menebar fitnah, *hoax*, *hatespeech*, paham radikal dengan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori konvergensi simbolik dikembangkan oleh Ernest Bormann dengan kelompok remaja dari Universitas Minnesota (1960-1970), berkaitan dengan proses *sharing* fantasi. Dalam *sharing* fantasi terkandung tema-tema fantasi. Tema fantasi adalah pesan yang didramatisasi seperti permainan kata-kata, cerita, analogi, dan pidato yang menghidupkan interaksi dalam kelompok. Tema fantasi juga terfokus pada cerita suatu tokoh dengan karakter secara naratif.

Setiap individu akan saling berbagi fantasi karena kesamaan pengalaman atau karena orang yang mendramatisasi pesan memiliki kemampuan retorik yang baik. Suatu cerita, lelucon, atau permainan kata-kata yang sering terjadi dalam suatu kelompok tampaknya tidak bermakna apa-apa. Semuanya tidak memiliki efek dalam interaksi selanjutnya. Akan tetapi, kadang-kadang salah seorang dari anggota kelompok mengambil pesan tersebut kemudian membumbui cerita itu dan mungkin mendramatisasi pesan dengan gaya cerita masing-masing. Dalam teori konvergensi simbolik, partisipasi ini dikenal dengan rantai fantasi dan saat hal itu terjadi, individu-individu tersebut telah berbagi kelompok fantasi.

Dalam konvergensi simbolik dibutuhkan adanya visi retorik, saga, dan *consciousness sustaining*. Jadi jelas dalam membuat konvergensi simbolik tidak perlu komunikasi besar-besaran seperti layaknya promosi yang menghabiskan biaya. Cukup melalui kelompok kecil yang memiliki kredibilitas menyebarkan informasi ke masyarakat. Dari sanalah diciptakan cerita-cerita fantasi radikalisme menyebar melalui kelompok-kelompok kecil yang kemudian disebarkan melalui media media sosial.

“Sebagai media populer dan hampir semua warga kini memiliki piranti dan akses internet, media online sangat potensial dijadikan sarana dakwah karena daya jangkau luas tidak terbatas jarak dan waktu, demikian juga jumlah mad'u relatif lebih banyak dibanding media konvensional sehingga hal ini merupakan momentum dakwah yang harus dimanfaatkan” (Wawancara Dinul Fitrah Mubarak: 2020).

Kasus di negara Indonesia pada Pilpres 2019 menunjukkan bagaimana peran media sangat besar dalam melakukan *framing* terhadap pemberitaan capres dan cawapres tertentu. Ada capres dan cawapres yang mendominasi pemberitaan di media *mainstream* dan media sosial, ada juga capres dan wapres yang hanya mendominasi media sosial karena kurang memiliki kedekatan dengan media *mainstream*. Media telah berhasil menyampaikan informasi kepada masyarakat dan menjadi pembicaraan publik.

Media dengan mudah mengubah cara pandang seseorang tentang suatu kebenaran bahkan mengaburkan kebenaran. Kemenangan capres dan cawapres dapat dilihat dari penguasaan media. Kita dapat melihat di media bagaimana hasil pemilihan capres dan wapres, dimana kedua kandidat saling mengklaim kemenangan, sehingga menyebabkan konflik, kekacauan dan keributan di tengah masyarakat. Kedekatan dan kepemilikan media telah menjadi permasalahan, sehingga netralitas media dipertanyakan.

“Secara umum media merupakan instrumen penyampaian pesan yang terdiri dari komunikator, pesan, komunikan (khalayak) dan efek (Feedback). Sementara dalam Islam media diartikan sebagai instrumen/wadah penyampaian pesan yang bernuansa Islam (pesan dakwah) sehingga unsur-

unsurnya meliputi da'i, pesan dakwah, mad'u dan feedback. Media Islam cenderung menginformasikan berita yang bernuansa Islam seperti dakwah Islami, dan juga informasi pendidikan, politik, budaya yang Islami” (Wawancara Wahyuddin Bakri: 2020).

Begitu penting netralitas media sehingga dapat menyampaikan informasi yang sesuai prinsip jurnalistik, agar segala aktifitas dakwah dapat menjadi pembicaraan publik. Seorang da'i seharusnya memiliki *skill* tentang penggunaan media, paling tidak netralitas media seiring dengan aktifitas dakwah agar dengan mudah melakukan framing terkait tema-tema dan materi dakwah.

Secara umum, fenomena dakwah di internet menjadi bukti kuat penggunaan teknologi baru dalam sistem komunikasi Islam. Internet menjadi ruang mayantara yang menciptakan pola penyebaran pesan dakwah dengan cara-cara baru. Islam ditampilkan dengan cara-cara baru, melintasi batas-batas geografis dan mewujudkan menjadi peradaban digital yang menghiasi ruang-ruang virtual manusia dengan koneksi internet secara global.

Kasus di negara lain tanyangan di dominasi oleh kalangan kulit putih, ketika konflik maka lebih mendominasi berita pembelaan kalangan kulit putih. Pers Inggris sangat ditandai oleh tidak munculnya pemberitaan tentang orang-orang muslim yang melakukan tindakan kejahatan. Dan ketika pemberitaan positif orang muslim-pun menjadi berita partisipan bukan pemberitaan utama. Berita sangat jarang mengkritik kalangan hegemoni atau kulit putih.

Pawito (2008) menawarkan tiga jenis karakter wacana pada masyarakat pluralis: *Pertama*, karakter asimilasi, dimana menempatkan isu sensitif suku, agama budaya sebagai individu yang seharusnya tidak ditonjolkan. Penonjolan terhadap lambang-lambang serta simbol yang menandai kesamaan. *Kedua*, karakter pluralis, dimana ditandai dengan penonjolan terhadap perbedaan yang ada, terutama suku bangsa. Perbedaan yang diterima sebagai bentuk kewajaran. *Ketiga*, karakter multikultur, dimana menonjolkan konstruksi dan *posisioning* nilai-nilai sosial dan nilai-nilai budaya berbagai kelompok etnik yang ada. Kalangan minoritas memperoleh lebih tempat tayangan.

Secara umum, tipologi media massa Islam di Indonesia bisa dikategorisasikan ke dalam dua macam: pertama, jurnalisme damai (*peace journalism*), dan kedua, jurnalisme perang (*war journalism*). Jurnalisme damai memandang bahwa media massa Islam yang muaranya pada penciptaan perdamaian (*peace building*), anti kekerasan dan anti konflik. Semangat berjihad membangun masyarakat plural dan multi kultural sangat menonjol sembari menyuarakan *progresifisme*, liberalisme dan anti-radikalisme. Di internet, meski semua kelompok Islam liberal progresif juga memiliki *website* sendiri-sendiri, simbol kelompok ini ditujukan pada website www.islamlib.com milik Jaringan Islam Liberal (JIL). Hal ini karena *website* tersebut dianggap menyedot perhatian sebagian umat muslim dan non muslim di tanah air.

Tantangan media Islam moderat bukan hanya terletak pada bagaimana membenahi manajemen perusahaan maupun manajemen redaksional, tetapi juga bagaimana memberi “nilai lebih” kepada pembaca yang kian hari kian cerdas. Dan nilai lebih ini hanya mungkin terpenuhi jika “penyajian yang memikat” diimbangi oleh kualitas yang terus meningkat dari isi sajian tersebut. Dalam perspektif lain, Khaleed Abou El Fadl (2005), menengarai bahwa disadari atau tidak, kisah sukses kaum radikal fundamentalis melalui beragam media Islam lainnya tidak bisa dilepaskan dari “diamnya” kelompok Islam moderat di berbagai kawasan, termasuk di Indonesia. Karenanya, dalam konteks ini gerakan Islam moderat seperti Muhammadiyah dan NU di negeri ini perlu sigap bergerak aktif dalam proses pencegahan kekerasan dan terorisme sesuai cara dan kemampuan masing-masing.

Sementara itu, jurnalisme perang memiliki karakteristik dan bahasa media yang provokatif dan menebar permusuhan serta mengundang konflik. Di dunia maya, kelompok-kelompok Islam liberal-konservatif tersebut masing-masing juga punya *website* sendiri-sendiri. Yang cukup sukses diantaranya www.hidayatullah.com. Pada saat pasar didominasi media Islam yang menyuarakan fanatisme-eksklusivisme (*war journalism*), media Islam moderat justru semakin hilang dari peredaran. media-media Islam yang terbit sejak masa itu didominasi oleh media yang cenderung menjual “kabar-kabar kebencian” (Sudibyo, Hamad & Qodari, 2001).

Oleh karena itu diperlukan inovasi dalam berdakwah, difusi dan inovasi membahas tentang masuknya paham-paham pada remaja dan kemudian menjadi budaya dan sistem perilaku, sehingga pemerintah dituntut untuk membuat sistem yang dapat mengubah perilaku remaja. Difusi adalah proses di mana inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu pada suatu jangka waktu tertentu, di antara anggota sistem sosial. Difusi adalah sebagai cara menyampaikan ide baru agar ide itu dapat diadopsi oleh orang lain (Fatonah, 2014: 43).

Beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam menghadapi era digital antara lain: *pertama*, strategi isolatif, yakni strategi memutus interaksi dengan perkembangan teknologi. Teknologi dianggap hanya membawa dampak negatif bagi masyarakat, teknologi menjadikan masyarakat tidak produktif, mereka hanya menghabiskan waktunya depan media saja. Teknologi telah menghilangkan rasa terhadap keberadaan orang sekeliling kita, teknologi telah membuat masyarakat lupa akan waktu. Mereka asyik dengan dunia maya, teknologi dapat merusak mental anak. Untuk mengurangi terjadinya *hiperrealitas* terhadap masyarakat maka ada beberapa langkah yang perlu dilakukan, yakni melakukan *dehiperrealitas* dimana media perlu memiliki visi dakwah bukan informasi sampah, masyarakat harus kritis terhadap media (*counter media*) melakukan pengawasan terhadap media (*media what*), perlunya pembelajaran literasi media terhadap masyarakat milenial, dan melakukan filter terhadap informasi yang buruk (*bad news*).

Kedua, strategi selektif, yakni strategi menyaring informasi. strategi kedua tidak meninggalkan teknologi akan tetapi penggunaan teknologi di batasi hanya pada aspek yang dapat memberikan keuntungan dan bedampak positif. Masyarakat mengkonsumsi informasinya yang positif saja dan tidak mudah terpengaruh oleh kemas media, tidak menonton informasi sampah, misalnya tentang pembunuhan, tentang hiburan yang tidak membawa manfaat. Strategi kedua ini dikenal dengan slogan “saring sebelum *sharing*”.

Ketiga, strategi alternative, yakni menguasai teknologi atau spritualisasi teknologi. Strategi ketiga ini lebih pada era *society* 5.0 dimana masyarakat tidak lagi dikendalikan oleh media, akan tetapi masyarakat telah menguasai media. Masyarakat menggunakan media untuk kepentingannya dan memberikan manfaat bagi dirinya, kalau strategi pertama dan kedua masyarakat masih dikendalikan oleh media, maka pada strategi ketiga masyarakat justru menjadi kontrol dan subjek dalam penggunaan media, mereka mengisi konten-konten media dengan dakwah dan mendapatkan penghasilan dari konten-konten media tersebut termasuk dapat mengubah cara pandang seseorang.

Dengan demikian, perkembangan mutakhir dunia internet saat ini memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi keberlangsungan dakwah Islam. Internet sebagai media baru dengan perangkat teknologisnya, sebagai sebuah ruang artifisial digunakan oleh umat Islam sebagai media alternatif untuk menyampaikan informasi keislaman. Sifat dan karakter internet yang terbuka, demokratis, dapat diakses secara bebas, tanpa sekat, interkoneksi, dan interaktivitas menjadi daya tawar dalam mengenalkan wajah Islam di dunia.

PENUTUP

Masa depan bangsa dilihat dari bagaimana kualitas remajanya, jika remajanya baik maka masa depan bangsa akan baik pula. Oleh karena itu wawasan tentang *pluralisme* sangat penting untuk merawat pluralitas. Selain metode dakwah qurani, ada beberapa metode dakwah yang dapat digunakan agar remaja tidak terpengaruh oleh paham-paham radikal, manipulasi dan provokasi berita *hoax*, *batespeech* dan fitnah. Setidaknya ada tiga strategi dakwah yang dapat dilakukan untuk merawat nilai-nilai pluralitas di kalangan remaja, yakni dakwah struktur, kultur dan *new media*. Dakwah struktur adalah dakwah yang menjadikan negara dan kekuasaan sebagai alat untuk memperjuangan kebenaran. Hubungan agama dan negara dapat dilihat pada masa Rasulullah Saw berdakwah di Madinah, beliau menjadi pemimpin agama sekaligus sebagai pemimpin negara. Peran dakwah dalam negara sebagai alat penyambung antara pemerintah dan masyarakat.

Dakwah kultur yaitu menggunakan alat sosial-budaya untuk membangun moral masyarakat. Melalui dakwah kultur, perbedaan budaya menjadi salah satu hambatan dalam berdakwah, apalagi pada masyarakat plural. Dengan arus informasi yang begitu cepat, diikuti oleh arus penyebaran budaya sangat cepat,

oleh karena itu salah satu cara untuk membendung pengaruh-pengaruh budaya negatif adalah dengan memperkuat budaya positif yang sesuai dengan ajaran Islam. Strategi dakwah antarbudaya merupakan upaya aktif untuk menyatukan ide pikiran dan gerakan-gerakan dakwah dengan mempertimbangkan keragaman sosial budaya yang melekat pada masyarakat.

Dakwah melalui *new media* merupakan dakwah yang dianggap efektif bagi kalangan remaja. Perkembangan teknologi diikuti oleh perubahan perilaku masyarakat. Dengan hadirnya *new media* beragam informasi negatif dengan mudah di *publish* dan *share*. Informasi yang bersifat fitnah, *hoax*, *hatespeech*, serta mengandung paham radikal dengan mudah diakses oleh masyarakat. Oleh karena itu, salah satu cara adalah mendominasi konten-konten positif di dunia maya melalui spritualisasi media, yakni media dijadikan sebagai alat berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q., & Sos, M. (2020). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Qiara Media.
- Aripudin, A. (2016). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Aripudin, A., Sambas, S., & Wijaksana, D. (2007). *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungo, S. (2014). Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural, *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2), 209-219. <http://journal.uin-alaudidin.ac.id/index.php/tabligh/issue/view/47>
- Farhan, F. (2014). Bahasa Dakwah Struktural Dan Kultural Da'i Dalam Perspektif Dramaturgi, dalam *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 1(2). <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/at-turas/issue/view/34>
- Farihah, I. (2015). Mcdonaldisasi Dakwah Masyarakat Pinggiran, *Jurnal Dakwah*, 16(1), 19-36. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/issue/view/179>
- Fatonah, S. (2014). Difusi Inovasi Teknologi Tepat Guna di Kalangan Wanita Pengusaha di Desa Kasongan Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1). <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/issue/view/18>
- Mahyuddin, M. A. (2019). *Sosiologi Komunikasi:(Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Penerbit Shofia.
- Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2). DOI: <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341-356. DOI: <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>
- Muchtar, K., Koswara, I., & Setiawan, A., (2016). Komunikasi Antar Budaya dalam Perspektif Antropologi. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1) 2016, 113-124. DOI: 10.24198/jmk.v1i1.10064

- Nasor, M. (2017). Dakwah Sebagai Instrumen Penanggulangan Radikalisme Di Era Digital, dalam *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam*, 22(1), 27-50. DOI: <https://doi.org/10.32332/akademika.v22i1.613>
- Pawito, P. (2008). Media Massa Dalam Masyarakat Pluralis, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 72-77.
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/issue/view/18>
- Rustandi, R., & Sahidin, S. (2019). Analisis Historis Manajemen Dakwah Rosulullah Saw dalam Piagam Madinah, *Tamaddun: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam*, 7(2), 362-387. DOI: 10.24235/tamaddun.v7i2.5503
- Sudiby, A., Hamad, I., & Qodari, M. (2001). *Kabar-kabar kebencian: prasangka agama di media massa*. Institut Studi Arus Informasi.
- Supriadi, E. (2018). Membangun Spirit Kebangsaan Kaum Muda di Tengah Fenomena Radikalisme, *Jurnal Sosiologi Agama*, 11(1), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.14421/jsa.2017.111-01>
- Sutikno, S. (2014). *Pemimpin dan kepemimpinan*. Lombok: Holistica.
- Tamtanus, A. S. (2018). Pemikiran: Menetralsir Radikalisme di Perguruan Tinggi melalui Para Dosen, *Untirta Civic Education Journal*, 3(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.30870/ucej.v3i2.4536>

