



Dakwah Digital Akademisi Dakwah

Enjang Muhaemin*

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email: enjangmuhaemin@uinsgd.ac.id

ABSTRACT

Dakwah field in cyberspace requires the da'i, who in addition to the depth of Islamic science, broad insight kedakwahannya, also has the technical ability of internet usage is qualified. Researchers interested in studying how da'i academic da'i done in cyberspace. The subject of this research is the da'i of academics at Faculty of Da'wah and Communication UIN Bandung. The method used is descriptive analysis, which describes systematically facts or certain characteristics factually and meticulously. The theoretical perspective used is the theory of symbolic interaction. The results showed that the understanding of academicians to the internet as a medium of da'wah can be said relatively good enough. However, the level of mastery is relatively minimal, coupled with considerable obstacles resulted in low activity of academic da'i in utilizing the internet as da'wah. To improve effectiveness, integrated training is needed, availability of network access and adequate infrastructure, reward and punishment, exemplary, and the need to establish a separate institution with professional and forward-looking managers.

Keywords : *Academician; Da'wah; Digital*

ABSTRAK

Medan dakwah di dunia maya mensyaratkan para da'i, yang selain mendalam ilmu keislamannya, luas wawasan kedakwahannya, juga memiliki kemampuan teknis penggunaan internet yang mumpuni. Peneliti tertarik mengkaji bagaimana dakwah da'i akademisi dilakukan di jagat maya. Subyek penelitian ini adalah para da'i akademisi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung. Metode yang digunakan deskriptif analisis, yang melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu secara faktual dan cermat. Perspektif teoretis yang digunakan adalah teori interaksi simbolik. Hasil penelitian menunjukkan pemahaman da'i akademisi terhadap internet sebagai media dakwah dapat dikatakan relatif cukup baik. Namun, tingkat penguasaan yang relatif minim, ditambah dengan kendala yang cukup besar berakibat pada rendahnya aktivitas para da'i akademisi di dalam memanfaatkan internet sebagai dakwah. Untuk meningkatkan efektivitas, dibutuhkan pelatihan terpadu, ketersediaan akses jaringan dan infrastruktur memadai, pemberian *reward* dan *punishment*, adanya keteladanan, dan perlu dibentuknya lembaga tersendiri dengan pengelola yang profesional dan berwawasan ke depan.

Kata Kunci : Akademisi; Dakwah; Digital

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan langkah strategis untuk mengubah keadaan suatu masyarakat ke arah yang lebih baik. Dalam konsepsi Islam, kendati zaman dan perkembangan

teknologi berkembang dengan sangat cepatnya, dakwah adalah sesuatu yang mutlak adanya, dan tidak bisa diabaikan. Termasuk pada saat ini yang oleh para pakar disebut era *cyber*. Dakwah harus mampu menawarkan suatu model ideal, dan dituntut bersikap reponsif terhadap berbagai perubahan zaman.

Dari sisi zamannya, dakwah telah berlangsung melalui masa yang amat panjang dan beragam. Berdasarkan pertimbangan itulah, maka sebagaimana dikemukakan Muhtadi (2005:178):

Sejumlah ahli kemudian berijtihad tentang pendekatan dakwah pada masyarakat industri dan era informasi; bagaimana Islam bisa ditransformasikan kepada masyarakat dengan segala corak kebudayaannya, yang karena dinamikanya, selalu berubah sekaligus melahirkan problematika yang semakin kompleks. Usaha transformasi nilai dengan menggunakan adaptasi, pada praktiknya dapat dilakukan dengan pendekatan komunikasi melalui media-media, lisan (*dakwah bil-lisan*), tulisan (*dakwah bil-kitabah*), dan perbuatan (*dakwah bil-hal*).

Dakwah yang telah ditegaskan dalam banyak ayat Al-Quran memiliki posisi penting dalam membawa kembali manusia pada jalan yang lurus, benar, dan diridhai Allah. Dakwah memiliki peran strategis, Natsir menegaskan, “Wahyu memanggil fitrah. Fitrah menghajatkan wahyu” (1987:7). Posisi dan keberadaan dakwah sungguh luar biasa pentingnya dalam membangun manusia yang berbudi, ber-*akhlakul karimah*, dan berperadaban islami. Dalam kondisi zaman yang telah berubah dengan hebatnya sekali pun, dakwah tetap wajib dilakukan. Bahkan, dalam kondisi seperti inilah, dakwah justru harus dilakukan lebih terencana, sistematis, dan teknologis. Pendeknya, dakwah harus mampu memerankan dirinya sebagai suatu model pendekatan multidimensional, sehingga tetap relevan dan menzaman.

Nasib agama Islam, bagaimana pun, sangat ditentukan oleh sejauhmana kemampuan umat Islam merespon secara tepat tuntutan dan perubahan sejarah yang terjadi di era modern (Kahmad, 2002: 68). Keharusan para pelaku dakwah dalam membaca dan memahami tanda-tanda zaman merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan. Kemampuan itu diperlukan untuk memahami adanya indikasi perubahan yang mendasar. Bukan hanya dalam konteks kultural, dan sosial keagamaan, tetapi juga dalam korelasinya dengan perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa. Kafrawi Ridwan (1987:1) mengungkapkan, bahwa tantangan ke depan akan lebih besar dan kompleks, yang akan mempengaruhi seluruh lapangan kehidupan, termasuk kehidupan agama dan umat beragama.

Perkembangan pesat di bidang teknologi komunikasi semestinya disikapi secara proaktif. Munculnya era *cyber*, sudah selayaknya dipandang sebagai peluang sekaligus tantangan guna mewujudkan dakwah Islam yang lebih efektif, efisien, dan mengglobal. Era *cyber* yang ditandai dengan kian banyaknya masyarakat dunia yang menggunakan internet sebagai media komunikasi, dan sebagai sumber

rujukan merupakan tantangan dan peluang bagi para pelaku dakwah.

Berdasarkan data *internetworldstats*, pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta jiwa, atau 12,3 % dari populasi di Indonesia pada tahun 2010. Hal ini merupakan suatu informasi berharga dalam kerangka memahami pentingnya dakwah melalui dunia maya. Beberapa penelitian menunjukkan, profil pengguna internet cenderung lebih muda, lebih kaya, dan lebih berpendidikan. Dalam hal gaya hidup, sekitar 50 % di antara pemakai internet tergolong *actualizers*, kalangan akademik, profesional, dan *technically oriented* (Diana, 2001: 8-9).

Teknologi modern menyerbu kita bagaikan air bah. Penemuan-penemuan baru yang diharapkan bisa membuat hidup manusia lebih nyaman, lebih sehat, lebih berbahagia, muncul setiap hari. Di samping sisi positif, tentunya perkembangan teknologi modern juga mengimplikasikan sisi negatifnya seperti lahirnya sikap materialistik, individualistik, dan sekularistik. Dalam konteks inilah, kata Marwah Daud Ibrahim (1994: 191), dakwah diharapkan bisa menjadi pengimbang, penyaring, dan pemberi arah dalam hidup.

Dakwah sebagai faktor pengimbang harus bisa membantu manusia untuk tidak hanya berkhidmat pada kehidupan duniawi yang kian dimegahkan oleh kemajuan teknologi canggih, tapi tetap menyeimbangkannya dengan kehidupan ruhaniah (akhirat). Sebagai penyaring, dakwah diharapkan mampu membantu manusia untuk dapat menetapkan pilihan-pilihan nilai yang lebih manusiawi dan islami. Sebagai pengarah, dakwah diharapkan dapat membimbing manusia untuk lebih memahami makna hidup yang sesungguhnya.

Di samping peluang dakwah yang kian terbuka untuk dilaksanakan secara luas dan mendunia, namun di sisi lain tantangan yang dihadapi para da'i pun memang tidak semakin ringan. Kian hari kian berat, dan kian kompleks. Oleh karena itu, para da'i dituntut menguasai media-media yang terus berkembang tiada henti.

Revolusi informasi yang kini sedang diujakan sebagai suatu rahmat besar bagi manusia, adalah tantangan sekaligus peluang bagi para da'i untuk terlibat aktif di dalamnya. Tanpa keterlibatan para juru dakwah dalam kancah revolusi informasi, bisa berbuah bahaya. Bukan hanya akan membuat umat tersesat, bahkan bukan mustahil akan melahirkan laknat-laknat baru yang tak terduga sebelumnya. Dalam konteks inilah, para da'i dituntut mampu menyikapi tantangan secara akurat, sekaligus mampu mengoptimalkan peluang yang muncul guna menyebarkan dan mendakwahkan Islam ke seantero dunia.

Tantangan yang dihadapi para da'i tidaklah semakin ringan. Tanda-tanda zaman menunjukkan hal tersebut. John Naisbit dan Patricia Aburdene dalam *Megatrends 2000* menunjukkan kesamaan gaya hidup di seluruh dunia pada abad XXI, yakni globalisasi dalam 3F: *food* (makanan), *fashion* (mode pakaian), dan *fun* (hiburan). Jalaluddin Rakhmat (1991: 72-73) menambahkan 5F lagi: *faith* (kepercayaan), *fear* (ketakutan), *facts* (fakta), *fiction* (cerita rekaan), dan *formulation* (perumusan).

Mencermati realitas itu, para da'i dituntut bersikap dan melakukan tindakan yang tepat, di antaranya:

Pertama, para da'i dituntut mampu mengembangkan sistem informasi. Harus dilakukan koordinasi antarlembaga dakwah untuk mengembangkan berbagai *data base system*, untuk perkembangan dakwah dan pemikiran Islam. Laboratorium dakwah yang menghimpun data tentang khalayak dan materi dakwah harus didirikan dengan menggunakan teknologi komunikasi mutakhir.

Kedua, para da'i harus melatih para pengikutnya untuk mengembangkan kemampuan menerima, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Pada kurikulum dakwah harus ditambahkan kemampuan komunikasi. Tidak mungkin kita merebut jaringan informasi sekarang ini, bila tanpa memiliki kemampuan komunikasi yang memadai.

Ketiga, para da'i sebagai pelanjut Rasulullah SAW tidak boleh bertindak pasif. Mereka harus menyambut tantangan-tantangan yang ada di hadapannya dengan perencanaan yang baik. Kecintaan kita kepada peninggalan para ulama *salaf* sepatutnya tidak menyebabkan kita buta melihat masa depan.

Keempat, mengingat munculnya penyakit sosial dan keresahan psikologis masyarakat di era informasi yang kian menjadi, maka para da'i harus mampu melakukan gerakan dakwah yang terapeutis (bersifat menyembuhkan). Para da'i, selain sebagai pendidik, juga dokter jiwa. Para pasiennya adalah korban-korban globalisasi.

Kelima, para da'i adalah agen sosialisasi nilai-nilai Islam. Mereka ditantang untuk bersaing dengan agen-agen hiburan yang global. Sekarang para kyai tidak cukup hanya membacakan kisah-kisah dari Alqur'an, *Sirah* Nabi atau buku-buku seperti *Durratun Nashihin*. Mereka harus mengemasnya dengan memanfaatkan teknologi komunikasi mutakhir. Penggunaan media massa oleh para da'i menjadi sangat vital (Rakhmat, 1991: 70-75).

Kehadiran internet telah mendorong banyak pihak untuk terjun ke dalamnya, dari mulai kalangan pengusaha, pejabat, politisi, agamawan hingga akademisi. Ada yang hanya sekadar menjadi *user*, ada pula yang mencoba memanfaatkannya secara optimal sesuai dengan kepentingan masing-masing. Mereka yang tergerak untuk mengkaji dan meneliti pun terus bermunculan. Internet telah menjadi diskursus menarik di era yang sarat informasi ini.

Di berbagai belahan dunia, buku-buku dan penelitian tentang dunia internet dengan beragam bidang kajiannya nyaris tiada henti. Dalam konteks religiusitas, internet pun menjadi magnet kuat untuk menjadi bahan kajian dan penelitian. Islam sebagai agama besar dunia, juga tak urung sering dikaitkan dengan internet sebagai bahan dan fokus kajian. Beberapa di antaranya Garry R. Bunt & Lampeter, Jeff Zaleski, David Hill dan Krishna Sen, Birgit Brauchler, dan Asep Muhammad Iqbal.

Dalam bukunya *Spiritualitas Cyberspace: Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*, Jeff Zaleski mengulas pergulatan

kaum beragama di *cyberspace*. Dia menggali berbagai pertanyaan yang dimunculkan dalam *cyberspace*: apakah *cybermosque* akan menyisihkan *real mosque*? Apakah jamaah masjid, gereja, dan kuil bakal tergusur oleh jamaah maya? Dapatkah kita menemukan dimensi Ilahiah di dunia-terlipat *cyberspace*? Dengan pemahamannya yang unik, Zaleski adalah satu di antara sedikit penulis yang menyadari dampak jauh keberjangkauan internet terhadap spiritualitas.

Di Indonesia, kajian internet diawali dengan lahirnya karya David Hill dan Krisha Sen pada tahun 1997. Kajian seputar internet dalam konteks keterkaitannya dengan keagamaan diulas oleh Merlyna Lim. Ia mengulas peranan internet sebagai medium dalam menyebarkan identitas keagamaan, khususnya gagasan-gagasan Islam radikal dan Anti-Amerikanisme. Dengan memfokuskan analisisnya pada situs “Laskar Jihad” dan *mailing list* yang memiliki kaitan dengan Islam radikal dan fundamentalis, Lim menyatakan bahwa internet berperan sebagai alat utama bagi kelompok Islam radikal untuk membangun definisi diri dan tindakan kolektif, serta menyebarkan teori konspirasi bahwa Amerika Serikat dan Israel senantiasa berniat menghancurkan Islam (Iqbal, 2010: 24).

Birgit Brauchler (2003) mengkaji penggunaan internet oleh kelompok-kelompok agama yang terlibat dalam konflik Maluku. Ia menganalisa karakter dan strategi para aktor, baik Muslim maupun Kristen, yang terlibat konflik untuk mengungkap upaya mereka dalam membangun identitas kolektif keagamaan. Kajiannya, menurut Iqbal (2010: 25), difokuskan pada konten dan *posting* situs terkait: situs *Crisis Center of the Diocese of Ambon* (Katolik), *Masariku Network* (Protestan), dan *Forum Komunikasi Ablus Sunnah wal Jamaah* (Muslim).

Asep Muhammad Iqbal (2010) menjelaskan bagaimana kaum Salafi menggunakan internet sesuai tujuan dan kepentingan ideologis mereka dalam kerangka kerja yang disebut dengan *cultured technology* (pembudayaan teknologi), *localization process of global force of technology* (proses lokalisasi kekuatan global teknologi), *appropriation of global media* (penyelarasan media global), dan *spiritualizing technology* (spiritualisasi teknologi).

Apa yang terjadi sekarang, kata Armahedi Mahzar, adalah perang antarperadaban. Benteng kita adalah diri kita sendiri. Ada tiga macam strategi umum yang telah diajukan untuk menangkal serangan informasi yang melimpah bak air bah, yang datang dari dunia Barat ke dunia Islam secara sangat tak berimbang. Ketiga strategi itu adalah:

Strategi *pertama*, dapat dilihat sebagai strategi isolatif. Dalam strategi ini, kita memandang Islam sebagai alternatif dasar peradaban Islam dan sebagai konsekuensinya kita menolak semua yang ada dari Barat, kecuali sains dan teknologinya. Strategi ini yang biasa dipakai oleh kaum fundamentalis. Salah satunya konsekuensi dari strategi ini kita memutus kontak kultural sama sekali dengan Barat. Kita cabut televisi dan radio dari rumaha-rumah kita. Strategi *kedua* dapat disebut strategi selektif. Dalam hal ini kita menyeleksi acara-acara televisi dan radio yang dilihat dan didengar oleh keluarga kita di

rumah-rumah. Walaupun kini teknologinya memungkinkan, tampaknya ini mengekang kebebasan dan menimbulkan daya sensor yang mematikan kreativitas si anak. Strategi ini yang dijalankan oleh kaum tradisional. Strategi *ketiga*, adalah strategi alternatif. Dalam strategi ini, kita harus menguasai sarana penyiaran alternatif yang diisi dengan acara-acara yang islami dan berani bersaing dengan jaringan-jaringan televisi sekuler yang ada. Tentu saja, jaringan ini mahal harganya sehingga untuk menopang strategi alternatif—yang digandrungi kaum modernis itu—diperlukan strategi-strategi penunjang lainnya yang relevan (Mahzar, 2004: 256-257)

Ketiga strategi itu mempunyai kelemahan masing-masing. Karena itu, Mahzar (2004: 257-258) mengajukan sebuah saran strategi integratif. Dalam strategi ini, kita menangkal serbuan informasi global, bukan dengan memutusnya, melainkan dengan jalan menyainginya melalui komunitas-komunitas informasi lokal yang pada gilirannya terjaring menjadi masyarakat informasi regional islami yang integratif. Pada gilirannya, masyarakat-masyarakat informasi islami itu akan dapat bekerja sama membentuk jaringan telemedia global yang islami seperti yang diharapkan oleh strategi alternatif.

Kehadiran internet yang digunakan sebagai media dakwah, diakui atau tidak, memang telah memberikan manfaat yang luar biasa. Jika dulu penulisan Al-Qur'an dilakukan di pelepah kurma, batu, daun, kulit dan tulang binatang, maka kini tak hanya melalui kertas, tetapi bisa dilakukan melalui ruang *cyber*. Tak hanya ayat-ayat Al-Qur'an dan tulisan-tulisan bernapaskan keislaman yang dapat disosorkan melalui internet, tetapi juga alunan indah ayat-ayat Alqur'an yang dibacakan *qoriqorlah*, dan *tabligh* para mubaligh dengan kehebatan retoriknya.

Para juru dakwah yang mengangkat pena dengan menulis dan menyebarkan pesan-pesan keislamannya di ruang *cyber*, kian hari kian bertambah banyak. Dari mulai pesan singkat berupa status di *facebook*, tulisan dan *e-book* di *website* dan *blog*, juga rekaman ceramah yang disebar dan ditayangkan di *youtube*. Apa pun cara dakwah yang dilaksanakan di alam nyata telah mampu ditampilkan di alam maya dengan begitu persisnya. Walhasil, internet telah menjadi wilayah dakwah yang begitu penting dalam kerangka *amar ma'ruf nabyi munkar*, dan *imantu billah* yang menjadi misi utama dakwah Islam.

Dakwah sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat Islam merupakan ikhtiar dan usaha yang tidak mengenal henti. Di sisi lain, dakwah juga berhadapan dengan masyarakat yang dinamis dan terus berubah, sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, dan peradaban umat manusia yang terus melaju pesat. Oleh karena itu, penggunaan media internet sebagai media dakwah di era *cyber* ini merupakan sesuatu yang penting dan mutlak, melengkapi media-media lainnya yang telah digunakan selama ini.

Media internet, kendati memiliki sejumlah kekurangan, namun harus diakui memiliki sejumlah kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Cukup beralasan bila internet dianggap sudah waktunya dimanfaatkan dan dioptimalkan

oleh para da'i sebagai media dakwah. Alasannya, internet telah digunakan ratusan juta orang, tak ubahnya kendaraan umum, yang sebagian besar orang telah menggunakannya--baik sebagai pengemudi maupun penumpang.

Kajian-kajian di atas pada dasarnya mendeskripsikan telaah terhadap konsep dan realitas internet sebagai kekuatan global teknologi komunikasi yang berkembang pesat hubungannya dengan politik dan agama untuk kebutuhan dan tujuan tertentu. Kajian-kajian di atas juga menunjukkan fenomena religiusitas yang terjadi di dunia maya.

Kalangan akademisi, khususnya para dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati (SGD) Bandung sebagai akademisi ilmuwan dakwah, sudah semestinya memposisikan diri sebagai pionir yang tampil memanfaatkan internet sebagai media dakwah. Kalangan ini, selain dipandang sebagai pendakwah yang memiliki wawasan keislaman yang luas, kajian ilmu dakwah yang lebih komprehensif, juga mempunyai proyeksi pencapaian tujuan dakwah yang lebih mendunia.

Dalam kajian ini, dimensi kognitif menyangkut wawasan, pengetahuan, dan pemahaman akademisi ilmuwan dakwah tentang karakteristik internet sebagai media global yang dapat dioptimalkan sebagai media dakwah. Termasuk pemahaman dan pengetahuan tentang karakteristik *mad'u*, pola pendekatan dakwah internet, dan tipologi dakwah di dunia maya.

Dimensi emotif mengkaji penghayatan, pendalaman, perasaan, dan sikap akademisi ilmuwan dakwah di dalam mengoptimalkan internet sebagai media dakwah. Masuk dalam dimensi ini, di antaranya, dorongan dan kepuasan menjadikan internet sebagai media dakwah, juga penghayatan dan pendalaman pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui internet. Adapun dimensi evaluatif yang menarik diteliti di antaranya penilaian tentang pesan dan pola penyajian dakwah yang dipublikasikan melalui media internet.

Relevansi kajian tentang akademisi ilmuwan dakwah dan teknologi komunikasi memiliki daya tarik tersendiri. Keberadaannya di tengah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi layak menjadi sorotan dan kajian yang mendalam. Sebagai pilar terdepan dalam menyikapi perkembangan teknologi komunikasi, akademisi ilmuwan dakwah idealnya berdiri paling depan dalam gerbang pertarungan global. Ia semestinya bukan sekadar memahami perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga mampu menguasai dan mengoptimalkannya sebagai media dakwah.

Di beranda kehidupan masyarakat global, tantangan dakwah yang dihadapi akademisi ilmuwan dakwah tidaklah semakin ringan. Di samping peluang, banyak tantangan dan rintangan yang tidak kecil. Namun bagaimana pun, akademisi ilmuwan dakwah adalah figur-figur da'i intelektual, yang memiliki tanggung jawab untuk menguasai konsep-konsep dakwah yang sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, dan menguasai dan mengaplikasikan perangkat teknologi komunikasi sebagai media dalam medan dakwah. Tidak hanya itu, akademisi

ilmuwan dakwah juga dituntut mampu menularkan strategi dakwah yang menzaman kepada da'i-da'i lain, yang tidak secara langsung bersentuhan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemahaman da'i, sikap, tindakan, kendala dan efektivitas akademisi terhadap internet sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan subjek penelitian adalah kalangan dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fitur Internet sebagai Sarana Dakwah

Internet sebagai media dakwah, dalam pandangan akademisi ilmuwan dakwah, memiliki dua sisi yang sama penting dan menguntungkan. *Pertama*, bagi seorang da'i, internet bisa dijadikan rujukan dan sumber digital di dalam mencari dan memperdalam materi dakwah. Sebagai sumber referensi dakwah, internet dipandang sebagai media mutakhir yang memiliki tingkat akses yang mudah, murah, dan bebas hambatan.

Kedua, internet dipandang sebagai media strategis yang dinilai efektif menjadi sarana untuk mendakwahkan Islam kepada umat yang berada di belahan dunia mana pun. Pesan-pesan keislaman yang dipublikasikan tak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, *mad'u*-nya juga tersebar di berbagai belahan dunia, yang jumlahnya bisa jauh melebihi dakwah Islam di masjid dan majelis taklim. Pesan-pesan *amar ma'ruf nabyi munkar* yang di-*upload* di internet, selain bentuknya bisa beragam juga dapat diakses siapa pun, di mana pun, dan kapan pun.

Di tengah kondisi dan realitas seperti ini, maka para da'i bukan hanya dituntut sekadar menjadi penumpang, bahkan sudah seharusnya memegang kemudi agar arah kendaraan bisa membawa penumpang dengan selamat sampai tujuan. Tidak salah kalau menjadikan internet sebagai sumber informasi dalam menggali informasi dan menambah materi dakwahnya. Karena internet juga memiliki beberapa kelebihan yang bisa dimanfaatkan oleh para da'i dalam menjalankan tugasnya, yaitu: (a) Tidak terbatas waktu dan tempat. Hal ini dapat dipahami sebab dengan media internet, seseorang tidak harus menunggu untuk mendapatkan pesan-pesan dakwah dan tidak harus memilih tempat di mana dia akan melakukan akses terhadap situs-situs dakwah. (b) Memiliki cakupan yang luas. Karena internet adalah media yang tidak terbatas, maka siapa pun dan di mana pun akan mampu mengakses pesan-pesan dakwah. Dengan begitu, *mad'u* tidak lagi diklasifikasikan berdasarkan wilayah. (c) Pendistribusian pesan yang cepat. Ketika seseorang menulis pesan dalam artikel dakwah yang kemudian dipublikasikannya di media internet, maka orang dengan sangat mudah akan menerima pesan itu dalam hitungan detik. Informasi yang ditulis oleh para da'i dapat dibaca *mad'u* pada saat itu itu. (d) Keragaman dalam penyampaian. Melalui

internet, dakwah juga dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Pendeknya, tidak hanya melalui teks atau tulisan. Tapi juga dapat disampaikan dengan fasilitas audio atau audio-visual. Pesan-pesan dakwah yang dipublikasikan bukan hanya rekaman ceramah, tayangan dakwah, tapi juga *software-software* keislaman yang bisa dengan mudah di-*download* kapan saja (Hidayatullah, 2003: 21-23).

Tidak heran kalau internet begitu dekat dan seringkali dijadikan sumber mencari bahan dakwah dai, juga sebagai media menyebarkan pesan-pesan dakwahnya. Karena internet memiliki beberapa karakteristik. Dan karakteristik internet yang bersifat interaktif telah mampu menjelma menjadi media interaksi sosial yang terbuka dan bersifat timbal balik. Adanya keterpaduan di antara peran *the author* (pihak yang memproduksi pesan) dan *the reader* (pihak) yang menerima dan membaca pesan (Fakhruroji, 2011: 39).

Internet dijadikan sebagai rujukan dan media tidak hanya di Indonesia, di beberapa negara lain pun melakukan hal yang sama. Seperti yang dilakukan oleh Shadiq Al-Utsman, aktivis dakwah peranakan Maroko yang bermukim di Brazil mengungkapkan:

Internet merupakan sarana paling efektif di dalam menjalankan dakwah yang dilakukannya. Alasannya luas negara Brazil hampir separuh wilayah Amerika Selatan. Dalam wawancara dengan *Islamonline*, ia menjelaskan bahwa kendala yang menghalangi tersebarnya dakwah adalah luasnya wilayah di Brazil. Untuk dakwah di satu kota, seorang da'i harus menempuh perjalanan 3 jam, dan dakwah ke luar kota bisa menghabiskan waktu 12 jam perjalanan. Karenanya tidaklah heran bila ia melengkapi dakwah konvensionalnya dengan dakwah yang dilakukannya melalui internet. "Dakwah melalui internet di negeri kami merupakan sarana dakwah yang efektif, bahkan lebih efektif dari ceramah biasa," tandasnya (dalam Tofa, 2011: 1).

Kemudian Gary R. Bunt dan Lampeter (2015), memfokuskan kajiannya pada dampak situs-situs Islam di internet hubungannya dengan perspektif muslim dan nonmuslim mengenai Islam dan isu-isu Islam. Buku ini, juga membicarakan bentuk-bentuk dari isu pengambilan keputusan dalam konteks Islam. Internet diyakini penulis buku ini, akan memiliki dampak paling besar dari suatu pembaharuan atau perubahan sosial apa pun terhadap muslim selama beberapa dasawarsa mendatang.

Sumber informasi di media internet yang sekarang banyak diakses oleh masyarakat dalam belajar agama, juga ditunjukkan oleh Yoga S, Salman, (2015) bahwa kemajuan teknologi komunikasi (internet) yang dibarengi dengan semakin pluralis dan homogenya perkembangan masyarakat muslim modern, dalam mendapatkan informasi tentang ajaran agama Islamnya melalui media massa, termasuk syiar dan dakwah agama yang seringkali diakses.

Tuntutan para dai memaksimalkan internet dalam berdakwahnya tidak bisa ditunda lagi. Sebagaimana dikatakan Pardianto (2013) dalam hasil

penelitiannya tentang meneguhkan dakwah melalui *new media*, ada dua catatan, yaitu: *Pertama*, para pelaku dakwah dalam hal ini dai, sudah seharusnya memanfaatkan media baru (internet dan media sosial) beserta aplikasi-aplikasinya, sebagai sarana dalam menyebarkan pesan-pesan dakwahnya. *Kedua*, dengan menjadikan internet sebagai media dakwah, maka sesungguhnya para pelaku dakwah (dai) telah meneguhkan pola dakwah baru tersebut.

Hal yang sama juga dikatakan Efa Rubawati dalam hasil penelitiannya tentang media baru: tantangan dan peluang dakwah (2018), bahwa:

Kehadiran internet dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitasnya, menjadikan sebuah paradigma baru dalam berdakwah. *Da'i* tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh *mad'u* (objek dakwah), karena dalam masyarakat jejaring, *mad'u* tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif, mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima serta membagikan kembali dalam media sosial yang dimilikinya.

Tipologi Dakwah di Media Internet

Tipologi dapat dimaknai sebagai bentuk, cara, atau pola tentang sesuatu. Tipologi dakwah di media internet dapat didefinisikan sebagai cara atau bentuk-bentuk dakwah yang dilakukan para da'i di dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u* digital. Sebagai media, internet pada awalnya bersifat netral, tergantung siapa pemakainya. Produk teknologi komunikasi, bak pisau bermata dua. Di satu sisi, bisa menjadi barakah, di sisi lain bisa menjadi musibah. Keberadaannya menjadi sangat tergantung pada siapa yang menggunakan, dan untuk apa digunakan.

Pemahaman akademisi ilmuwan dakwah tentang tipologi dakwah di internet nyaris merata. Tipologi dakwah di dunia *cyber*, menurut mereka, dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur dan fasilitas internet yang beragam. Beberapa tipologi dakwah itu, antara lain: *Pertama*, *tipologi dakwah berbasis website, blog*, dan situs jejaring sosial seperti *twitter*, dan *facebook*. *Kedua*, *tipologi dakwah berbasis email*, seperti *mailing list*. Email adalah singkatan dari *elektronik mail*. Email sering digunakan untuk bertukar informasi atau berbagi file penting. *Ketiga*, *tipologi dakwah berbasis youtube*, yang dilakukan dalam bentuk audio-visual. Dapat berupa ceramah, film, atau pun lainnya. *Keempat*, *tipologi dakwah berbasis chatting* (mengobrol). *Kelima*, adalah *tipologi dakwah berbasis gambar*, baik foto maupun animasi.

Dakwah dalam tipologi ini menggunakan pesan-pesan nonverbal, yang dirancang semenarik mungkin, dengan harapan pesan di balik gambar dan animasi itu dapat dicerna dan dipahami secara baik. *Keenam*, *tipologi dakwah berbasis e-book*. Dakwah melalui *e-book* atau buku elektronik, di dunia nyata sama dengan menulis buku kemudian disebar dan didistribusikan kepada *mad'u* yang membutuhkan.

Dalam menyusun pesan-pesan dakwah di internet, baik berupa tulisan,

respon, gambar, animasi, maupun rekaman video, selain harus singkat, padat, dan menarik, mereka juga berpendapat pesan-pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik *mad'u* di dunia *cyber*. Dalam bahasa dakwah, pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik media dan *mad'u*. Di internet pun, kita tidak bisa hanya karena alasan tidak ada aturan yang menegaskan harus begini dan tidak boleh begitu, kemudian kita semaunya. Karena bisa-bisa pesan yang kita sampaikan selain tidak mencapai sasaran, juga tidak banyak dibaca pengguna internet. Pesan dakwah yang menarik dan memikat, umumnya mendapat respon yang baik dengan jumlah yang perespon yang juga cukup banyak.

Pemahaman akademisi ilmuwan dakwah tentang urgensi dakwah di media internet dapat dipilah menjadi tiga kategori pandangan: sangat penting, penting, dan cukup penting. Tidak ada dari kelompok akademisi ilmuwan dakwah yang memandang tidak penting internet sebagai media dakwah. Berikut penjelasannya: Kategori *pertama* yang berpendapat bahwa penggunaan internet sebagai media dakwah sangat penting dengan mendasarkan argumennya pada beberapa alasan.

Tiga dari sekian alasan itu adalah karena internet merupakan produk teknologi mutakhir yang selain jumlah penggunaanya terus meningkat fantastis, juga karena daya jangkau internet yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Ia bisa dibuka siapa pun, kapan pun, dan di mana pun selama mereka mempunyai akses jaringan ke internet. Tidak hanya itu, alasan berikutnya, adalah karena internet merupakan media yang memiliki tingkat privasi yang tinggi.

Kategori *kedua*, adalah kelompok akademisi ilmuwan dakwah yang menilai dan berpendapat bahwa dakwah Islam melalui internet adalah penting. Alasan yang melatarbelakangi kelompok ini, beberapa di antaranya, karena tidak sedikit yang menjalankan dakwah di internet tidak memiliki ilmu keislaman dan wawasan kedakwaan yang mumpuni, sehingga penjelasan dan pemaparannya terkadang sangat tidak memuaskan. Bahkan ada, di antara para juru dakwah ini yang justru keluar dari pemahaman keislaman yang seharusnya.

Kategori *ketiga* adalah kalangan akademisi ilmuwan dakwah yang memandang dakwah melalui internet termasuk cukup penting. Kelompok ini menilai cukup penting, karena dakwah bagaimana pun harus menggunakan media, dan salah satu media itu yang dapat dimanfaatkan itu adalah internet. Namun demikian, kelompok ini berpandangan bahwa dakwah melalui internet belum masuk dalam kategori sangat atau cukup penting, karena *mad'u* yang berada di alam nyata masih jauh lebih banyak, dan membutuhkan bimbingan keislaman yang jauh lebih intensif.

Manajemen komunikasi akademisi ilmuwan dakwah dalam memanfaatkan internet sebagai media dakwah, dapat dibagi ke dalam dua kategori, meminjam istilah Kuswarno dalam penelitiannya tentang *Manajemen Komunikasi Pengemis*, yakni pengelolaan kesan melalui simbol verbal dan pengelolaan kesan melalui simbol

nonverbal. Dengan menggunakan perspektif dramaturgis yang dikemukakan Goffman dengan *impression management*-nya, maka aktivitas dakwah yang dilakukan akademisi ilmuwan dakwah di dunia internet, juga tak ubahnya sebuah panggung pertunjukan. Para aktor, dalam hal ini akademisi ilmuwan dakwah, juga mencoba membangun kesan tertentu, dengan tujuan tertentu pula. Ini dilakukan, baik melalui simbol verbal maupun simbol nonverbal.

Merujuk pada wawancara dan pengamatan terhadap para akademisi ilmuwan dakwah dalam melakukan dakwah di dunia maya, maka dapat dibagi ke dalam tiga sesi. Ibarat sebuah pertunjukan, sesi pertama babak awal ketika mereka melakukan aktivitas dakwahnya, sesi kedua adalah babak ketika pesan dakwah disampaikan, dan sesi ketiga babak akhir ketika para akademisi ilmuwan dakwah ini menuntaskan dan menyelesaikan aktivitas dakwahnya.

Berbeda dengan penjelasan *impressions management*-nya Goffman, upaya pengelolaan kesan melalui simbol nonverbal yang dilakukan para akademisi ilmuwan dakwah di dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya di media internet jauh lebih sedikit dibanding melalui simbol verbal.

Dalam konteks ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok. Kelompok *pertama*, jumlahnya relatif tidak banyak, memang menonjolkan penampilan yang menunjukkan jati dirinya sebagai da'i profesional. Foto-foto yang muncul biasanya menggunakan pakaian 'dinas' seorang da'i, seperti baju batik, baju takwa, lengkap dengan peci hitam atau kopeah hajinya. Kelompok *kedua*, adalah mereka yang lebih memilih menampilkan foto-foto dengan pakaian yang sekadar mengindikasikan sebagai orang yang berpendidikan dan muslim yang baik.

Herbert Spencer mengartikan sikap sebagai status mental seseorang. Pada tahun 1888, Lange menggunakan istilah sikap dalam bidang eksperimen mengenai respon untuk menggambarkan kesiapan subjek dalam menghadapi stimulus yang datang tiba-tiba. Sikap dalam pandangan Lange, sikap tidak hanya menyangkut aspek mental semata melainkan juga mencakup aspek respon fisik (Azwar, 2007:3-4).

Sikap para akademisi ilmuwan dakwah terhadap internet sebagai media dakwah dapat diklasifikasikan menjadi 3 kelompok. *Pertama*, kelompok optimistik-progresif; *kedua*, kelompok optimistik suportif, dan *ketiga*, kelompok optimistik-pasif.

Kelompok optimistik-progresif adalah kelompok akademisi ilmuwan dakwah yang memandang internet secara media mutakhir yang sangat strategis untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah dalam masyarakat era global.

Kelompok kedua, adalah para akademisi ilmuwan dakwah yang tergolong optimistik-suportif. Kelompok kedua ini memiliki pandangan yang positif dan jauh ke depan tentang pentingnya internet sebagai media dakwah. Kelompok ketiga, adalah akademisi ilmuwan dakwah yang memiliki cara pandang yang optimistik terhadap internet sebagai media dakwah, namun kelompok ini tetap

bersifat pasif, tidak banyak bergerak dan tergerak untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan internet sebagai media dakwah.

Penilaian dan Penghargaan

Dalam tataran realitas keumatan, akademisi ilmuwan dakwah menilai bahwa ketika umat berhadapan dengan internet terbagi menjadi tiga kelompok. *Pertama*, kelompok yang bersikap isolatif, yang menghindari dan menjauhkan diri dari dunia internet, karena internet dipandang jauh lebih besar madaratnya dibanding manfaatnya. *Kedua*, kelompok yang bersikap akomodatif konstruktif yang memandang internet sebagai media yang bersifat netral, sangat tergantung siapa yang menggunakan dan bagaimana digunakan. *Ketiga*, adalah kelompok yang bersikap selektif.

Dalam konteks penelitian ini, tindakan yang dilakukan akademisi ilmuwan dakwah terhadap internet sebagai media dakwah, secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: *Pertama*, bertindak progresif. Akademisi ilmuwan dakwah yang masuk dalam kategori ini, secara kuantitas tidaklah besar. Mereka umumnya memahami sekaligus menguasai fitur-fitur internet yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Tipikal akademisi ilmuwan dakwah progresif dalam penelitian ini terlihat dari tindakan dan perbuatannya yang tidak kenal lelah untuk menjadikan internet sebagai media dakwah.

Kedua, bertindak aktif. Para akademisi ilmuwan dakwah yang tergolong tipikal aktif dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan internet sebagai media dakwah, jumlahnya agak lumayan, lebih banyak dibanding tipikal progresif. *Ketiga*, bertindak pasif. Akademisi ilmuwan dakwah yang tergolong tipikal pasif adalah mereka yang berasal dari kategori yang sedikit memahami, tapi tidak menguasai dan tidak memahami, juga tidak menguasai. Dalam dirinya belum tumbuh semangat untuk lebih mendalami dan menggalinya.

Secara garis besar, kendala dakwah yang dialami akademisi ilmuwan dakwah di dalam mengoptimalkan internet sebagai media dakwah, dapat dikelompokkan ke dalam dua kendala, yakni personal dan kendala institusional.

Dalam menunjang keberhasilan dakwah di media maya, diperlukan lima langkah. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan sejumlah informan, maka dapat dijelaskan bahwa efektivitas akademisi ilmuwan dakwah terhadap internet sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

Pertama, pelatihan dan penugasan. Kedua, *reward and punishment*. Ketiga, akses jaringan dan ketersediaan infrastruktur. Keempat, Kelembagaan, lengkap dengan Sumber Daya Manusia yang ditugaskan untuk mengelola atmosfer berdakwah melalui internet layak untuk dibentuk dan diberdayakan. *Kelima*, keteladanan. Faktor terakhir ini dipandang cukup penting mengingat keteladanan adalah salah satu kunci keberhasilan dalam banyak hal.

PENUTUP

Internet sebagai media, tak ubahnya bagai pedang bermata dua. Bisa digunakan untuk kebaikan, bisa pula digunakan untuk kejahatan. Sangat tergantung oleh siapa dan untuk apa ia digunakan. Bila internet ada di tangan yang jahat, maka ia akan digunakan sebagai alat untuk memperdaya korban, dan menjeratnya ke dalam tipu daya kejahatannya. Sebaliknya, ketika internet ada di tangan yang baik, maka ia akan digunakan sebagai media untuk memberdayakan manusia lainnya.

Dalam perspektif dakwah, kehadiran internet di tengah masyarakat global dewasa ini, tentunya memiliki makna penting yang bernilai strategis. Internet bukan hanya mampu menjaring *mad'u* dalam jumlah yang tidak terbatas, menyebarkan pesan-pesan keislaman dalam lingkup wilayah yang jauh lebih luas, juga dapat diakses dengan waktu yang terbatas.

Kehadiran internet telah membuka wilayah dakwah menjadi sangat terbuka. Dakwah bukan hanya dapat disampaikan melalui ceramah di atas mimbar, dikemukakan kepada *mustami* di dalam kegiatan pengajian dan *majelis taklim*, tetapi juga dapat disebarkan melalui *email*, *website*, *blog*, *millis*, dan perangkat situs jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *plurk*. Pola dakwah di internet juga dapat dilakukan dengan berbagai cara yang kian beragam. Bukan hanya dengan tulisan, gambar, dan suara semata, tetapi juga telah berkembang jauh lebih dari itu. Dakwah multimedia dengan berbagai kemajuan teknologinya juga terus mengalami perkembangan sangat pesat. Beragam piranti lunak berisi nilai-nilai penting ajaran Islam juga dapat diunduh dengan mudah. Alqur'an, alhadits, dan buku-buku keislaman yang diformat digital juga dapat diperoleh dengan tidak begitu sulit. Walhasil, memanfaatkan internet sebagai media, bukan hanya penting, tetapi juga sudah sangat mendesak dioptimalkan. Terlebih oleh para akademisi ilmuwan dakwah, yang notabene memiliki ilmu keislaman yang mendalam, wawasan kedakwahan yang luas, dan pemahaman terhadap dunia internet yang memadai.

Berdasarkan hasil dari penelitian, sekiranya perlu adanya kajian lebih dalam misalnya mengenai seberapa aktif respon anggota terhadap status yang di *update* masing-masing akun. Respon anggota terhadap setiap status yang dimunculkan menunjukkan seberapa intim pengelola akun dengan anggotanya, demikian juga dengan sesama anggota. Perlu pula dilakukan kajian lebih dalam mengenai intensitas akun-akun tersebut dalam memperbarui status-statusnya. Dalam hal dan waktu kapan status-status dan respon ini memiliki traffic yang tinggi. Apakah perbaruan status itu berkala atau tidak. Serta apa saja yang disampaikan dalam status-status tersebut. Perlu dilakukan pula kajian dari sisi anggota akun tersebut, terutama dari sisi usia. Saat ini, kelahiran banyak media social baru melahirkan generasi media social baru. Facebook sebagai media social di era decade 21-an memiliki pengguna di eranya. Sementara ini generasi yang menginjak masa remaja di satu decade berikutnya memiliki kebiasaan baru dalam menggunakan media sosial. Di sini perlu dilakukan kajian lebih dalam sebagai upaya dakwah agar tepat

sasaran serta melahirkan ladang garapan dakwah baru di media sosial baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bunt, G. R., dan Lampeter. (2005). *Virtually Islamic*, terj. Suharsono, *Islam Virtual: Menjelajah Islam di Jagad Maya*. Yogyakarta: Suluh Press.
- Diana, A. (2001). *Mengenal E-Business*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fakhruroji, M. dan Muhaemin, E. (2017). *Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah* *Jurnal Sosioteknologi Institut Teknologi Bandung*. Vol 16, No 1 (2017), 82-93.
- Fakhruroji, M. (2011). *Islam Digital: Ekspresi Islam di Internet*. Bandung: Penerbit Sajjad Publishing.
- Hidayatullah, S. (2003). *Islam Virtual*. Jakarta: Penerbit Mifta.
- Ibrahim, M. D. (1994). *Teknologi, Emansipasi, dan Transendensi: Wacana Peradaban dengan Visi Islam*. Bandung: Mizan.
- Internet World Stats. *World Internet Users and Population Stats*, diakses 30 September 2017, dari <http://www.-internetworldstats.com/-asia/id.html>.
- Iqbal, A. M. (2010). *Spiritualizing The Internet; Internet dan Gerakan Salafî di Indonesia*. Bandung: Global House Publications.
- Kahmad, D. (2002). *Tarekat dalam Islam, Spiritualitas Masyarakat Modern*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kuswarno, E. (2007). "Manajemen Komunikasi Pengemis" dalam *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Kualitatif dengan Pendetan Praktis*. Bandung: Rosda Karya.
- Muhtadi, A. S. (2005). *Pribumisasi Islam; Iktiar Menggagas Fiqh Kontektual*. Bandung: Pustaka Setia.
- Natsir, M. (1987). *Fiqhud Da'wab*. Kerjasama Yayasan Kesejahteraan Pemuda Islam dan Ramadhani. Surakarta.
- Pardianto. (2013). "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media". *Jurnal Komunikasi Islam*. ISBN 2088-6314. Volume 03. Nomor 01, Juni 2013.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1995) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Perum Balai Pustaka.
- Rakhmat, J. (1991). *Islam Aktual*. Mizan. Bandung.
- Ridwan, K. (1987). *Metode Dakwah dalam Menghadapi Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Golden Terayon Press.
- Rubawati, E. (2018). "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah". *Jurnal Studi Komunikasi*. ISSN: 2549-7294, 2549-7626. Volume 2 Ed 1, March 2018. Hlm. 126 – 142.
- Salman, Y. S. (2015). "Dakwah Di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif Dan Prosfeknya". *Jurnal Al Bayan*. Vol 21, No 31. Januari - Juni 2015.

- Tofa, U. (2009). *Internet Sarana Dakwah Efektif di Brazil*. diakses tanggal 26 Mei 2017 dari www.dakwatuna.com,.
- Zaleski, J. (1999). *The Soul of Cyberspace: How New Technology is Changing Our Spiritual Live*, terj. Zulfahmi Andri, *Spiritualitas Cyber Space; Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*. Bandung: Mizan.