



Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah di Era Digital

Muhammad Badrul Munir¹

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jawa Barat, Indonesia

*muhhammadbadrul52@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan menjelaskan tren dakwah di era digital melalui penggunaan media sosial. Media ini mendorong para pendakwah, khususnya generasi milenial, untuk membuat konten keislaman yang dikemas santai dalam cerita sehari-hari dan diselingi humor. Strategi ini terbukti efektif dengan jutaan penonton di YouTube. Dakwah adalah aktivitas mengajak dalam kebaikan, sedangkan media dakwah menjadi sarana penyampaian pesan tersebut. Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo merupakan contoh penerapan strategi dakwah modern menggunakan Instagram dan YouTube, menyasar kalangan milenial melalui gambar dan video kekinian. Langkah ini dilakukan sebagai respons terhadap maraknya akun media sosial bernuansa radikal yang mudah mengharamkan sesuatu tanpa dasar kaidah fikih yang sah.

Kata Kunci: KH. Hasyim Asy'ari; Kebangsaan; Kolonial

ABSTRACT

This paper aims to explain the trend of preaching in the digital era through the use of social media. This medium encourages preachers, particularly millennials, to create Islamic content presented casually through daily life stories and humor. This strategy has proven effective with millions of viewers on YouTube. Da'wah is an activity aimed at inviting others to goodness, while media serves as a tool for delivering the message. An-Nawawi Berjan Islamic Boarding School in Purworejo is an example of implementing modern da'wah strategies by utilizing Instagram and YouTube, targeting millennials with contemporary images and videos. This approach responds to the increasing prevalence of radical social media accounts that easily declare things forbidden without proper application of Islamic legal principles.

Keywords: KH. Hasyim Asy'ari; Nationalism; Colonialism

PENDAHULUAN

Era digital adalah era dimana semua akses dapat secara cepat terjangkau oleh para pengguna media sosial akses cepat tersebut disebut dengan *Viral*, faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, dimana penggunaan media ini lebih *up to date* dan lebih *efektif* dari media dakwah lain (Faisol, 2017). Mereka akan sangat cepat terkenal dikhalayak masyarakat contohnya seperti: gus miftah, gus baha dan sebagainya mereka mempunyai chanel-chanel media sosial yang pengikutnya ribuan bahkan jutaan. Pemanfaatan platfon-platfon media sosial seperti; facebook, twitter, Instagram dan youtube nyatanya memberikan dampak yang signifikan terhadap keterkenalan seorang tokoh pendakwah media sosial.

Kendati demikian media sosial mempunyai kelas-kelas tertentu berdasarkan; usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang seseorang. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (*Followers*) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam *Komentar* dengan cara tersebut Mereka selalu menunjukkan eksistensinya, karena begitu besarnya dampak dakwah di media sosial ini memicu beberapa faktor positif dan negatif, salah satu faktor positif dari dakwah menggunakan media sosial ini adalah mempermudah seorang followers dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun, sedangkan faktor negatifnya yaitu media dakwah ini sering dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan permusuhan, kekerasan dan pesan negatif lainnya (Eko Sumadi, 2016).

Catatan kominfo di tahun 2019 menyebutkan bahwa kominfo menerima aduan konten negatif di media sosial sebanyak 500.000, catatan kominfo di tahun 2018 menyebutkan secara rinci media sosial berupa facebook dan Instagram paling banyak berisi konten-konten negatif dengan jumlah 8.903 dan twitter sejumlah 4.985 laporan dan google serta youtube sejumlah 1.683. bahkan perkembangan Instagram disebut mengalahkan facebook dan snapchat diangka 1 miliar pengguna per juni 2018 (Romadlony, 2019). Hal tersebut menunjukkan betapa bahayanya media sosial bila secara terbuka diakses oleh anak-anak tanpa pendampingan orang tua, tentu faktor inilah yang memicu para pendakwah milenial pesantren membuat akun-akun media sosial guna menangkal perkembangan konten negatif yang jutaan tersebar dalam platfon platfon media sosial.

Banyak cara yang digunakan oleh para pendakwah media sosial, mereka tidak hanya berdakwah *bil-kitabah* ataupun *bil-kalam* tapi juga

menggunakan metode audiovisual gambar, suara ataupun ceramah hal ini tergantung pada *Passion* atau *trend* masa kini. Konsep inilah yang menarik sehingga membuat jumlah followers dari hari kehari semakin bertambah dan tersebar luas dari seluruh penjuru baik kalangan anak-anak, remaja sampai kalangan dewasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif, *kualitatif* dengan pengumpulan data secara triangulasi, objek dari penelitian ini adalah akun media sosial pondok pesantren An-Nawawi berjan purworejo. Pendekatan penelitian ini dinamakan pendekatan *Deskriptif Kualitatif*. Alasan peneliti menggunakan pendekatan metode *kualitatif* diantaranya adalah peneliti sebelumnya sudah mengetahui kondisi yang ada di lokasi penelitian. Dan ini menambah kemantapan peneliti untuk mempermudah melakukan penelitian dengan jenis penelitian *kualitatif* atau penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk *pendeskripsian* secara analisis sesuatu peristiwa atau proses sebagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakekat proses tersebut. (Subaidi, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan realitas empiris sesuai fenomena secara rinci dan tuntas. Serta untuk mengungkapkan gejala secara utuh, *kontekstual*, melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti dalam penelitian ini. Adapun jenis penelitian dalam hal ini adalah penelitian lapangan (Field research). Maksud dari penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu (Usman, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Islam adalah agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajarkan agama melalui nilai-nilai pendidikan yang kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisaberkembang, besar, dan menjadi jaya (Arikunto, 2002).

Perjalanan panjang Islam bisa dilihat melalui rekaman peristiwa sejarah. Para tokoh Islam telah menunjukkan kegigihannya dalam menapaki perjalanan dakwah. Sebuah perjalanan panjang yang enak dikenang tapi berat dijalani.

Dakwah merupakan kata kunci kebesaran Islam (Suwardan, 2017), sebagaimana yang difirmankan Allah SWT dalam QS. Ali Imran yang artinya: “*dan bendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung*” Generasi muslim pada periode pertama di zaman Rasulullah saw, pada saat itu mereka mengetahui agama, dididik, dibentuk serta dikader di madrasah Rasulullah saw. mereka pun bangun dan bangkit untuk mendukung dakwah dengan baik dan cemerlang.

Oleh karena itu, setiap orang yang tampil kemuka untuk melancarkan dan mewujudkan cita-cita dakwah harus mengerti dan memahami dasar-dasar dakwah dengan pemahaman yang benar dan baik (Masyhur, 2012). Praktik dakwah dilakukan atas landasan-landasan tertentu, seperti adanya kegelisahan melihat fenomena kontradiktif dalam masyarakat antara nilai agama dengan praktik keseharian, keyakinan pada nilai agama serta adanya semangat religius untuk disebarkan kepada orang lain, publikasi Islam dengan spirit idealisme membumikan Islam (Sumadi, 2016). Dalam kaitan tersebut maka dakwah dapat dilaksanakan dimanapun, kapanpun sesuai dengan proporsinya masing masing sebagaimana dakwah yang dilakukan melalui media sosial.

Media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan, Seiring dengan perkembangan zaman media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang bisa diakses secara mudah melalui smartphome, dari maraknya penggunaan telepon pintar atau smartphome sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon genggam tidak hanya sebatas sms dan berbicara melalui telepon tetapi juga fasilitas-fasilitas lainnya.

Contoh lain penggunaan media online adalah penggunaan media sosial seperti facebook. Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tidak hanya tulisan, facebook juga menawarkan fitur-fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fitur friend requests (ajakan pertemanan), notification (pemberitahuan), messages (pesan tertulis langsung kepada pemilik akun),

recommended pages (merekomendasikan halaman), notes (catatan), photo album (album foto), status, comment (komentar) dan sebagainya. Semuanya merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, khususnya mengaplikasikan sebagai sarana syiar dakwah Islam (Usman, 2016).

Pendidikan Islam dalam penyampaianya perlu dikemas dengan trend yang sedang berkembang, alhasil diperlukan metode-metode khusus agar dakwah tersebut bisa diakses oleh semua kalangan, dimanapun dan kapanpun, internet bisa dikatakan akses yang cukup praktis dimana hampir semua kalangan masyarakat menggunakannya, maka internet bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang lebih luas agar misi pendidikan yang dikemas melalui dakwah tersampaikan kepada khalayak umum. Merujuk hasil penelitian dari McKinsey pada 2016 bahwa dampak dari digital technology menuju revolusi industri 4.0 dalam lima (5) tahun kedepan akan ada 52,6 juta jenis pekerjaan akan mengalami pergeseran atau hilang dari muka bumi.

Hasil penelitian ini memberikan pesan bahwa setiap diri yang masih ingin mempunyai eksistensi diri dalam kompetisi global harus mempersiapkan mental dan skillyang mempunyai keunggulan persaingan (*competitive advantage*) dari lainnya. Jalan utama mempersiapkan skillyang paling mudah

ditempuh adalah mempunyai perilaku yang baik (*behavioral attitude*), menaikan kompetensi diri dan memiliki semangat literasi. Bekal persiapan diri tersebut dapat dilalui dengan jalur pendidikan (*long life education*) dan konsep diri melalui pengalaman bekerjasama lintas generasi/lintas disiplin ilmu (*experience is the best teacher*) (Syaleh, 1997).

Berdasarkan pernyataan tersebut maka diperlukan arah baru model dakwah atau reformasi dakwah yang berdasar pada era revolusi 4.0 (Arif & Pratama, 2019), sehingga nilai-nilai pendidikan Islam akan mudah diterima dan diserap oleh seluruh aspek masyarakat yang tak terbatas (Rozana, Wahid, & Muali, 2017), seperti halnya filosofi teknologi yaitu memangkas ruang dan waktu hal serupa perlu juga diadopsi oleh para pendakwah untuk mengaktualisasikan dakwahnya menggunakan teknologi yang tertuang dalam media sosial terkini.

Penggunaan media sosial seperti Instagram dan facebook mampu menampilkan video maupun foto secara jelas ditambah mampu menyimpan sampai kapanpun, maka penggunaan media facebook maupun Instagram sebagai media dakwah dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam dipandang sangat efektif. Video pendek dengan durasi tidak lebih dari 1 menit tanpa melepas nilai-nilai dakwah menjadikan media sosial Instagram paling diminati karena tidak menimbulkan kebosanan para penggunanya.

Media sosial aplikasi Instagram yang masih berumur sekitar lima tahun, sudah memiliki pengguna sudah mencapai 400 juta pengguna aktif. Pencapaian angka ini adalah sebuah prestasi bagi Instagram. Karena sebelumnya

pada tahun 2014 pencapaiannya hanya berkisar 300 juta orang (Masyhur, 2012).

Melihat begitu padatnya pemanfaatan internet dan jejaring sosial, maka, penyebaran kebaikan (berdakwah) sangatlah efektif jika menjadikan internet sebagai sarana atau medianya dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak. Karena dengan jejaring sosial, khalayak bisa dengan mudah mendapatkan nasihat-nasihat harian selain pendakwah atau para ustadz tanpa jejaring (Acep Aripudin, 2013). Maka, dengan begitu para pendakwah dan ustadz akan sangat mudah untuk menyalurkan dakwah atau pemikirannya. Melihat jejaring sosial sudah menjadi aplikasi yang sangat di minati oleh khalayak.

PENUTUP

Dapat penulis simpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam media dakwah terhadap masyarakat mempunyai respon positif, serta menyampaikan pesan yang bisa diterima oleh semua khalayak umum baik anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua karena konten yang disajikan mengandung nilai-nilai pendidikan Islam yang berhaluan *ablusunnah wal Jama'ah* sehingga dapat dijadikan pedoman, motivasi serta informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Acep Aripudin. (2013). Sosiologi Dakwah, Cet. I. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alam, L. (2016). Internalisasi nilai-nilai pendidikan islam dalam perguruan tinggi umum melalui lembaga dakwah kampus. Istawa: Jurnal Pendidikan Islam, Vol.1.
- Arikunto, S. (2002). Prosedur Penelitian dan Pendekatan Praktek: Edisi Revisi V. jakarta: Rineka Cipta.
- Eko Sumadi. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 01.
- Subaidi. (2019). Manajemen Biaya dan Sarana Prasarana di SMA N 3 Pati dan Silahul Ulum Asempapan Trangkil Pati. Jurnal At-Tarbiyat: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 02.
- Syaleh, A. R. (1997). Management Da`wah Islam. jakarta: Bulan Bintang.