

Inovasi Syiar Pendidikan Agama Islam di Indonesia Melalui Dakwah Virtual

Mohammad Akmal Haris

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Al-Amin Indramayu
akmalmharis@gmail.com

ABSTRACT

Preaching efforts, which serve as a representation of Islamic religious teachings, have recently made remarkable strides in Indonesia, moving away from manual labor to more contemporary methods. If previously preaching was done face to face, now preaching can be done remotely because of technological advances. This study aims to examine and describe the emergence of virtual preaching as a new method of promoting Islamic religious education in Indonesia. The rules for collecting qualitative descriptive data are applied in the research procedure. This research shows that digital media or information technology (social media) such as YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter with digital life trends are used to carry out preaching activities virtually. One of syiar's inventions, namely virtualization of preaching, makes it easier for Indonesian people to learn Islamic religious lessons wherever they are, even if not in places of worship (mosques). Because so many people in Indonesia are familiar with Islamic preachers, we can point out that listening to Islamic religious education materials digitally is simple. Between parents, youth, and children. When implemented in broadcasting as a form of innovation with a management plan that is more capable of reaching a more diverse group of mad'u (recipients of preaching), virtual preaching will have its own value.

Keywords: *Broadcast Innovation, Islamic Education, Virtual Preaching*

ABSTRAK

Upaya dakwah, yang berfungsi sebagai representasi ajaran agama Islam, baru-baru ini telah membuat langkah luar biasa di Indonesia, beralih dari kerja manual ke metode yang lebih kontemporer. Jika dulu dakwah dilakukan secara tatap muka, kini dakwah dapat dilakukan secara jarak jauh karena kemajuan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan kemunculan dakwah virtual sebagai metode baru dalam mempromosikan pendidikan agama Islam di Indonesia. Kaidah pengumpulan data deskriptif kualitatif diaplikasikan dalam prosedur riset. Riset ini menunjukkan bahwa media digital atau teknologi informasi (media sosial) seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter dengan tren kehidupan digital digunakan untuk melakukan kegiatan dakwah secara virtual. Salah satu penemuan syiar yaitu virtualisasi dakwah memudahkan masyarakat Indonesia untuk belajar pelajaran agama Islam di manapun berada, meski tidak di tempat ibadah (masjid). Karena begitu banyak orang di Indonesia yang akrab dengan para pendakwah Islam, kita dapat menunjukkan bahwa mendengarkan materi pendidikan agama Islam secara digital itu sederhana. baik antara orang tua, remaja, dan anak-anak. Ketika diterapkan dalam penyiaran sebagai bentuk inovasi dengan rencana pengelolaan yang lebih mampu menjangkau kelompok *mad'u* (penerima dakwah) yang lebih beragam, dakwah virtual akan memiliki nilai tersendiri.

Kata Kunci: *Inovasi Syiar, Pendidikan Agama Islam, Dakwah Virtual*

A. PENDAHULUAN

Islam dikenal sebagai “agama dakwah” karena pemeluknya diwajibkan untuk berdakwah dan menyebarkan keyakinan imannya, bukan hanya didorong untuk itu. Kata-kata yang mengarahkan manusia kepada Allah adalah bentuk ibadah tertinggi di mata umat Islam (Suisyanto, 2006: 63). Setiap Muslim yang taat memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan pesan Islam, yang dikenal sebagai dakwah. Amar makruf dan nahi mungkar, kewajiban untuk menyambut orang pada perilaku baik-bermanfaat dan menyuruh mereka meninggalkan dan menjauhi aktivitas negatif-destruktif, masing-masing menyatakan tugas ini. Ungkapan ini dapat dipahami dalam dua hal: pertama, sebagai konsep pedoman dalam memperjuangkan kebenaran Islam; dan kedua, sebagai aktualisasi kebenaran ini dalam kehidupan masyarakat untuk melindungi diri dan komunitasnya (Awaludin, 2006: 13).

Seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan dakwah sebagai bagian dari syiar pendidikan agama Islam tidak lagi hanya dilakukan dengan melakukan dakwah dari satu perkumpulan majelis ke perkumpulan majelis yang lain dengan menggunakan cara atau strategi *face to face* atau secara tradisional saja. Namun kini dakwah sebagai syiar pendidikan agama Islam sudah mengalami transformasi, dapat dilaksanakan di semua tempat bahkan dalam waktu kapan pun tanpa perlu dengan bertatap wajah (Purbajati, 2021: 205).

Di sisi lain, sebagian umat Islam percaya bahwa penyebaran ajaran agama Islam akan menjangkau khalayak yang lebih luas ketika dakwah dilakukan secara kontemporer dengan memanfaatkan perangkat *online* seperti media sosial dan dunia maya. Menemukan instrumen dakwah terbaik yang lebih sesuai dengan kemajuan saat ini dan masa depan selanjutnya akan dimulai dengan penyampaian dakwah melalui metode virtual atau media sosial (Yahya dan Farhan, 2019: 251). Termasuk di dalamnya adalah mempelajari ajaran agama Islam baik di lembaga pendidikan ataupun di kalangan masyarakat.

Masyarakat kontemporer sebagai sasaran dakwah sekarang mempunyai kebiasaan lain dengan masyarakat tempo dahulu. Kondisi umat kekinian dan sarana komunikasi yang digunakan membutuhkan konsumsi pesan (informasi) yang memuat keabsahan serta kebijaksanaan. Di sinilah pentingnya pemahaman cara pandang dakwah kontemporer yang menghadapi situasi sasaran dakwah pemakai media virtual yang sering disebut “ruang *cyber*” (Yahya dan Farhan, 2019: 253).

Adapun cara yang lebih cocok untuk melakukan dakwah di lingkungan sekitar kita tentunya tidak terlepas dengan metode-metode yang sesuai dengan keinginan masing-masing dan menyesuaikan dengan lokus dakwah, asal tidak bertentangan dengan ketentuan dalam syariat yang dibawa oleh Rasulullah SAW. Jika melihat dari budaya umat Islam saat ini yang lebih dominan ketika menyampaikan dakwah mereka lakukan dengan cara kajian-kajian di Masjid maupun Musholah dengan cara tatap muka langsung tanpa bantuan teknologi.

Memasuki Era Society 5.0 yang di dalamnya ditandai dengan berkembangnya teknologi digital, syiar pendidikan agama Islam dituntut mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Bukan hanya monoton dilaksanakan tradisional dengan cara menyinggahi majelis-majelis keagamaan saja. Sehingga belakangan ini muncul istilah dakwah virtual sebagai bagian dari inovasi syiar pendidikan agama Islam. Selain diperlukan, dakwah juga berperan dalam mengubah akhlak masyarakat serta area sosial. Maka sekarang ini penting untuk melakukan aktivitas dakwah secara virtual. Untuk melakukan perubahan hidup dan memperbaiki lingkungan, ada kebutuhan untuk dakwah virtual (Yahya dan Farhan, 2019: 250).

Berpijak dari fenomena di atas, seorang dai, mubalig, kiai, ustaz, guru, pada era berkemajuan sekarang didesak untuk mengambil langkah-langkah strategis mengeksplorasi syiarnya dengan menggunakan alat bantu teknologi seperti media sosial yang belakangan ini sedang marak, terlebih telah jadi kebiasaan khalayak kontemporer tanpa meninggalkan nilai-nilai budayanya. Karenanya, mengharuskan adanya kreativitas baru serta lejiton dalam syiar pendidikan agama Islam untuk mengimbangi perkembangan zaman. Salah satunya dengan melakukan inovasi syiar melalui dakwah virtual. Sehingga nilai dan ajaran pendidikan agama Islam tetap digemari dan disenangi oleh seluruh elemen masyarakat tanpa terkecuali, dalam rangka mendampingi kehidupan masyarakat agar lebih dekat dengan agama dan sejalan menyesuaikan dengan jamahan nilai agama yang menerangkan serta humanisme.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Memahami Konsep Dakwah

Secara linguistik, istilah “dakwah” berasal dari bahasa Arab, yaitu bentuk Masdar dari *da'a*, *yad'u*, *du'ah/da'wata*, artinya menyeru, membujuk alias panggilan (Zaidallah, 2002: 1). Banyak profesional dakwah yang memberikan wawasan dari sudut pandang mereka telah memperjelas kosakata seputar pengertian dakwah, antara lain:

- a. Dakwah menurut Ibnu Taimiyah adalah seruan untuk mengakui Allah dan pelajaran yang diajarkan para Nabi-Nya, mendukung informasi yang mereka sebarkan, dan mengikuti petunjuk-Nya (Sukayat, 2009: 2).
- b. Dakwah dalam pandangan Syekh Ali Mahfudz, dakwah menggerakkan manusia untuk mengamalkan akhlakul karimah dan menahan diri dari perilaku maksiat agar berhasil di dunia dan akhirat (Ismail dan Hotman, 2011: 27).
- c. Dakwah menurut Prof. Toha Yahya Oemar adalah upaya membimbing manusia ke arah yang lurus secara bijaksana sesuai dengan petunjuk Allah untuk kebaikan di muka bumi dan alam kelanggengan (Ismail dan Hotman, 2011: 28).
- d. Menurut Hamza Ya'qub, dakwah menghimbau manusia untuk menaati Allah dan ajaran Rasul-Nya dengan bijaksana.
- e. Dakwah adalah seruan untuk mengambil sikap yang pada hakekatnya berkonotasi positif dan terdiri dari perilaku yang mengarahkan baik dan buruk, menurut Prof. Dr. Hamka (Saputra, 2011: 1-2).

Beberapa definisi yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa ada dua makna dasar dakwah. Yang pertama adalah pemahaman dasar (*lughawy*), yang terpaku pada bujukan dan seruan kebaikan (*khair*); ini sering disajikan dalam bentuk *bi al-lisan*, seperti khotbah atau pidato, tetapi bisa juga berbentuk *bil kitabah* (tulisan). Kedua, yang mempunyai arti lebih universal dan mencakup upaya dakwah yang murni, yang mungkin melibatkan ajakan atau rekomendasi lisan serta perhatian ekonomi, sosial, pendidikan, dan politik (Purbajati, 2021: 205).

2. Dasar Hukum dan Tujuan Dakwah

Berdakwah merupakan bagian kewajiban terbesar yang mutlak dikerjakan oleh umat Islam. Seperti Allah SWT. katakan dalam Al-Qur'an:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

“Dan biarlah ada di antara kamu sekelompok orang yang menyeru kepada kebajikan, menasihati yang baik, dan melarang yang buruk; mereka beruntung.” (QS. Ali-Imron [3]: 104). (Departemen Agama RI, 2005: 63).

Rasulullah SAW. bersabda:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزَّهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ.

“Barangsiapa di antara kamu menyaksikan kemungkarannya, hendaklah dia mengubahnya dengan tangannya, jika dia lemah, dengan lidahnya, jika dia lemah,

dengan kalbunya, dan ini adalah kelemahan iman.” (HR. Muslim). (Muslim bin al-Hajjaj, [t.t]: 69).

Menurut ciri atau ranahnya masing-masing, tujuan dakwah adalah membantu manusia menggapai kesenangan dan kemakmuran hidup di bumi dan di akhirat, yang diperkenankan Allah SWT (Majelis Redaksi Ensiklopedia Islam, 2004: 281). Menurut salah satu aliran pemikiran, tujuan dakwah Islam adalah untuk membuat jalan Allah dikenal orang sehingga mereka dapat mengikutinya (Suhandang, 2013: 23). Fungsi tujuan ini adalah memberikan pedoman atau aturan bagi berbagai tindakan dakwah. Semua upaya untuk menyebarkan berita tidak akan efektif tanpa tujuan yang jelas (Syukir, 1983: 49). Menurut Fathul Wahid (2004: 10), tujuan dakwah secara umum dapat dirumuskan:

- a. Menuntun insan kepada agama Allah SWT.
- b. Menampakkan fakta kepada mereka yang menghindari ataupun membantah agama.
- c. Menunaikan perintah yang Allah SWT. amanatkan kepada kita, kaum Muslim.
- d. Mengagungkan firman Allah SWT. di dunia.

3. Metode Dakwah Perspektif Al-Qur'an

Pendakwah mesti mempunyai pendekatan dakwah agar dapat menjalankan operasi dakwahnya secara efektif (Munir, 2013: 7). Telah ditegaskan dalam al-Qur'an Surah An-Nahl [16] Ayat 125 sebagai berikut:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ.

“Ajaklah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan ajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan akal sehat. Sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui orang-orang yang menyimpang dari jalan-Nya, dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl [16]: 125). (Departemen Agama RI, 2005: 281).

Dari ayat tersebut di atas, tergambar bahwa ada tiga cara yang menjadi landasan dakwah (Amin, 2008: 176-178), yaitu:

- a. *Hikmah*, Secara khusus berdakwah dengan memusatkan perhatian pada sasaran keadaan dan kondisi dakwah dengan tetap memperhatikan bakat-bakatnya, sehingga berpegang pada prinsip-prinsip Islam tidak lagi terkesan dipaksakan atau tidak dapat diterima.

- b. *Mauidhah Hasanah*, melibatkan dakwah dengan menawarkan bimbingan atau mengkomunikasikan ajaran Islam dengan cara yang penuh kasih, membiarkan bimbingan dan ajaran menjamah kalbu mereka.
- c. *Mujadalah*, khususnya, berdakwah dengan terlibat dalam diskusi dan debat sebaik mungkin sambil menghindari paksaan atau menjelekkan mereka yang menjadi kolaborator dalam perbuatan dakwah.

Ajaran dakwah yang dipaparkan oleh seorang da'i kepada *mad'u* sebagai objek atau sasaran dakwah akan gampang diserap dan disambut dengan senang hati jika menguasai teknik dakwah.

4. Syiar Pendidikan Agama Islam melalui Dakwah Virtual

Syiar dan dakwah adalah dua perangkat fundamental yang tidak boleh tidak dimiliki oleh seorang da'i. Dalam konsep Islam, syiar yang berasal dari kata "*syu'ur*" dan berarti emosi, merupakan bagian dari berbagai bentuk pengabdian. Dari segi perbendaharaan kata, syiar bisa juga dipahami sebagai membawa berita kepada mereka yang sebelumnya tidak mengetahuinya. Menurut Mubarak (2013: 1), syiar adalah kegiatan yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan menampilkan banyak aspek Islam.

Dakwah dan pendidikan merupakan dua topik yang saling berkaitan. Dakwah Islam didorong untuk maju seiring dengan naiknya jenjang pendidikan. Untuk pemajuan dakwah Islam diperlukan adanya tindakan-tindakan dakwah seperti mengajak dan mengarahkan manusia kepada yang baik dan menjauhi yang batil. Pendidikan dan dakwah merupakan dua pilar yang sangat penting dalam penyebarluasan ajaran Islam karena melalui proses inilah semua nilai, standar, dan informasi diubah atau diwasiatkan dari satu penerus ke penerus selanjutnya. Betapa pentingnya dakwah dan pendidikan bagi pertumbuhan pendidikan agama Islam. Pencantuman Islam dalam tipologi agama dakwah, atau agama yang lahir dari dakwah, tidak dilebih-lebihkan (Mukhlis, 2019: 220).

Media sosial adalah sarana yang terbukti untuk menyebarkan berita tentang agama kepada mereka yang menerima dakwah (*mad'u*). YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan platform media sosial lainnya adalah beberapa contohnya. Di era digital saat ini, platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan lainnya sangat efektif untuk menjangkau masyarakat umum. Dakwah juga dapat dibagikan di media sosial untuk menyebarkan pesannya dan memastikan keberhasilannya.

Dalam Wahyu Ilaihi (2010: 21), Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa dakwah efektif jika terjadi suatu akibat (*atsar*) atau disebut juga umpan balik. Hasil ini dapat terjadi pada tingkat:

- a. Efek kognitif, Artinya, hal itu terjadi ketika pengetahuan, pemahaman, dan persepsi publik bergeser. Dampak ini terkait dengan penyebaran informasi, pengetahuan, keterampilan, atau kepercayaan.
- b. Efek afektif, yaitu ketika sentimen, preferensi, atau ketidaksukaan penonton berubah. Ini mencakup semua aspek perasaan, sikap, dan nilai.
- c. Efek *behavioral*, dengan kata lain, ini mengacu pada perilaku aktual yang dapat diamati, seperti pola perilaku, aktivitas, atau kebiasaan.

Jika ketiga modifikasi pada elemen-elemen tersebut di atas tidak disikapi oleh dakwah, maka penilaian dakwah difokuskan pada elemen-elemen dakwah, antara lain da'i, bahan dakwah, alat bantu dakwah, metodologi, dan unsur lainnya. Masing-masing komponen ini akan memiliki kekurangan dan kerentanan tertentu yang ditemukan selama pemeriksaan ini. Alhasil, akan jelas faktor-faktor apa saja yang mendukung berhasil atau tidaknya dakwah tersebut (Aziz, 2004: 143).

5. Inovasi Dakwah di Era Digital melalui Media Sosial

Dengan terciptanya struktur sosial yang semakin kompleks dan percepatan pertumbuhan manusia yang ditimbulkan oleh peningkatan sains dan teknologi, khususnya media sosial, maka diperlukan keseimbangan dalam perkembangan agama sebagai landasan kehidupan. Salah satunya adalah inovasi dakwah melalui media sosial berupa tayangan-tayangan keagamaan yang lebih profesional dan berkualitas untuk menjawab kebutuhan masyarakat di era digital (Rakhmawati, 2016: 51).

Perubahan dakwah disebut sebagai inovasi dakwah. Semua aspek dakwah, termasuk alat, teknik, da'i, media, dan komponen lainnya, boleh digunakan untuk berinovasi. Inovasi dalam dakwah sangat penting. Perkembangan jagat raya dan segala transformasinya memicu persoalan yang sangat rumit. Inovasi dakwah dengan demikian penting untuk memperoleh hasil terbaik baik dengan metode dakwah virtual maupun strategi dakwah berbasis pemberdayaan masyarakat (Yazid dan Alhidayatillah, 2017: 97).

Seorang pengkhotbah harus melek media dalam konteks ini. Seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, para pengkhotbah harus mengikuti perkembangan ini agar pesan mereka tetap relevan dengan populasi umum. Pengkhotbah perlu mengatur empat

hal krusial untuk menyingkirkan aspek-aspek berbahaya dari budaya digital (Majid, 2012: 79), yaitu:

- a. Landasan keagamaan yang kokoh dapat dijadikan sebagai penyaring awal dan terpenting untuk melawan kecenderungan adat-istiadat yang muncul yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, sehingga mengembangkan ketahanan diri sendiri maupun ketahanan keluarga melalui aktivasi kegiatan nilai keagamaan memerlukan penggunaan rancangan dan trik dakwah yang jitu.
- b. Melestarikan tradisi yang sangat baik dengan tetap menjunjung tinggi norma-norma budaya luhur yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang baik dan suci yang diajarkan dalam ajaran Islam.
- c. Perlunya partisipasi dan dukungan di semua lapisan masyarakat untuk menciptakan kebiasaan dan praktik budaya baru yang menganut keyakinan agama.
- d. Kesiapan, kapasitas intelektual, dan kematangan emosi penerima sinyal baru, serta apakah mereka benar-benar bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Dengan demikian, agar dapat mengkomunikasikan ajaran dakwahnya secara efektif kepada mitra dakwah, seorang da'i harus tumbuh kompetensinya, khususnya dalam penguasaan media atau multimedia. Para da'i perlu mewaspadaikan berbagai media sosial, termasuk Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, saluran YouTube, dan platform lainnya. Namun, Facebook adalah bentuk media yang populer di kalangan mitra dakwah, khususnya di Indonesia. Facebook adalah platform media sosial yang kuat bagi para pengkhotbah untuk menyebarkan pesan mereka. Karena semua lapisan masyarakat dari strata paling bawah sampai yang paling atas menyukai media sosial ini, media sosial yang populer.

Meskipun fakta ini kadang-kadang diperdebatkan di masyarakat, munculnya dakwah melalui Facebook terkait erat dengan fenomena dunia bahwa semua jenis komunikasi dapat mengarah pada karir di bidang perdagangan. Media sosial ini memfasilitasi kontak sosial keagamaan, yang membantu individu dipengaruhi dan menerima dakwah secara efektif (Saputra, 2011: 235).

Internet Facebook adalah platform yang menyebarkan informasi dari berbagai mata pelajaran, termasuk politik, budaya, peradilan pidana, hukum, pendidikan, budaya, ilmu Islam, dan banyak lagi. Para da'i dapat mengeksplorasi berbagai materi setiap saat dengan menggunakan media sosial Facebook. Namun, para pengkhotbah harus sangat

berhati-hati. Ini karena media sosial sarat dengan materi yang tidak bisa dibuktikan kebenarannya. Seorang pengkhotbah harus menyaring dan memilih sumber berita untuk menganalisis materi. Jika laporan berita itu akurat atau dapat diandalkan, seorang pengkhotbah dapat mempostingnya di media sosial untuk memberi tahu komunitas yang lebih luas. Jika diperlukan, da'i berkomunikasi dengan masyarakat global dalam bahasa lain (Arabi, 2017: 163). Para mubaligh dan *mad'u* (penerima dakwah) sangat diuntungkan dengan media dakwah virtual ini.

6. Peluang dan Tantangan Dakwah Virtual

Sampai sekarang, yang kita tahu tentang konsekuensi teknologi adalah bahwa mereka dapat menguntungkan dan merugikan. Sementara memahami manfaat pertumbuhan teknologi dapat menginspirasi para da'i untuk membawakan khotbah dengan lebih bersemangat dan belajar bagaimana menggunakan berbagai aplikasi media sosial untuk memenuhi tuntutan informasi masyarakat yang semakin beragam. Pada saat yang sama, pengetahuan tentang efek negatifnya dapat membantu mubaligh untuk nyaman dengan perkembangan teknologi ini (Yahya dan Farhan, 2019: 256).

Kemampuan untuk secara instan melintasi batas geografi dan waktu dengan sedikit biaya dan konsumsi energi adalah salah satu manfaat dakwah virtual. Kedua, pertumbuhan jumlah masyarakat pengguna layanan teknologi, khususnya internet yang signifikan setiap tahunnya, yang tak pelak menyebabkan terserapnya banyak misi dakwah. Ketiga, penanggung jawab media dakwah virtual dapat lebih berkonsentrasi mengelola wacana atau peristiwa apapun yang harus memiliki *legal standing* syariah (Sirajuddin, 2014: 15).

Dakwah virtual dengan demikian dipandang sangat efektif dan berpotensi untuk digunakan baik saat ini maupun di masa depan. Namun, itu juga memiliki kelemahan. Salah satunya adalah bagaimana budaya lokal beradaptasi dengan masyarakat kontemporer di Era Society 5.0. Fleksibilitas dan kenyamanan disediakan oleh kemajuan teknologi, tetapi karena semuanya dapat dikendalikan oleh teknologi canggih, ruang gerak yang tersedia bahkan lebih sedikit. Dengan bantuan kemajuan teknologi ini, individu dapat tetap mengikuti perkembangan global tanpa menghabiskan banyak uang. Komunikasi global sekarang cukup sederhana. Siapapun dapat menggunakan Yahoo Messenger untuk membuat Email dan bergabung untuk layanan komunikasi. Idenya adalah bahwa peradaban modern diuji oleh fasilitas dasar, dan bagi mereka yang memanfaatkannya dengan baik, banyak hal baik dapat membawa kehormatan. Namun,

seringkali individu berada di ambang kehancuran dengan teknologi yang tidak efektif (Sirajuddin, 2014: 19).

Orang tidak selalu puas meskipun kecanggihan masyarakat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebenarnya ada beberapa bagian dakwah virtual yang kurang efektif akibat perubahan kultur ilmiah dan teknis serta sentimen keagamaan, seperti: Deritualisasi akibat dominasi materialisme kultural adalah yang pertama. Kedua, standar moral baru yang dikembangkan masyarakat menggantikan prinsip moral agama. Ketiga, meluasnya penggunaan narkoba dan mabuk-mabukan telah merusak prospek generasi mendatang. Keempat, aktivitas kejam dan kriminal telah merambah ke Kota-kota kecil maupun Kota-kota besar. Faktor kelima adalah kesenjangan sosial ekonomi dan ketidakadilan dalam masyarakat. Keenam adalah terjadinya kebobrokan moral, khususnya di kalangan anak muda (Sirajuddin, 2014: 19-20).

Ancaman dakwah virtual ialah dampak kemasyarakatan dan kultur informasi pada masyarakat industri dan kepadatan teknologi. Masyarakat cenderung tetap terjebak dalam berbagai sistem budaya dan teknologi di mana mereka sendiri seringkali menjadi komponen ketergantungan dari sistem tersebut (Sirajuddin, 2014: 20). Akibat pesatnya arus teknologi informasi, khususnya di Era Society 5.0 saat ini yang serba material, pemikiran cenderung ke konsep materialistik, rasionalistik, dan sekuler. Bahkan ‘cenderung’ melupakan Tuhan Sang Pencipta Alam Semesta (ateis) (Al-Qardhawy, 1996: 23). Oleh karena itu, dakwah virtual menjadi sebuah keniscayaan dalam masyarakat yang sepenuhnya digital yang dimiliki oleh seluruh umat Islam saat ini.

C. METODE PENELITIAN

Studi yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, di mana peneliti hanya bertujuan untuk menceritakan atau mendeskripsikan inovasi syiar pendidikan agama Islam di Indonesia melalui dakwah virtual. Cara deskriptif dikenakan guna menggabungkan bukti yang sebenarnya, cara ini memakai pendekatan kualitatif. Pengamat tidak menggunakan instrumen pengumpulan data, melainkan melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap bukti-bukti saat mengumpulkan dan menganalisis data (Bachtiar, 2007: 61).

Kaidah penghimpunan data yang diaplikasikan dalam observasi ini adalah kajian pustaka (*literature review*); yaitu cara pengumpulan data melalui pembacaan dan penelitian lebih lanjut terhadap referensi teori dan catatan yang berkaitan dengan pokok permasalahan penelitian (Danial dan Warsiah, 2009: 80). Dalam metode ini, artinya setiap buku, artikel, jurnal ilmiah atau sumber pustaka yang berkaitan dengan pelaku dan

objek persoalan didalami semaksimal mungkin sampai mampu mendeskripsikan inovasi-inovasi dalam syiar pendidikan agama Islam melalui dakwah virtual.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hakikat dakwah ialah mempengaruhi dan membujuk manusia untuk ikut (melaksanakan) petunjuk (pembujuk)-nya. Sementara pendakwah tentu memiliki hajat yang ingin digapai. Untuk mengapai hajat proses dakwah yang berhasil dan tepat, maka dai hendaklah mengurutkan secara tepat dan akurat komponen-komponen (elemen) dakwah. Salah satu komponennya ialah perantara dakwah (Syukir, 1983: 165).

Media sosial, termasuk saluran YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan platform lainnya, merupakan sarana dakwah yang efektif karena ruang lingkup dan ragam berita bergerak begitu cepat sehingga melampaui batasan ruang dan waktu (Ilaihi, 2010: 110). Jangkauan geografis dakwah melalui media sosial tidak terhingga. Seluruh pemakai media sosial bisa terjamah oleh dakwah kategori ini (Wahid, 2004: 27).

Setidaknya ada tiga alasan mengapa inovasi syiar pendidikan agama Islam melalui dakwah virtual penting untuk dilakukan (Wahid, 2004: 29-30), yaitu:

1. Ada Muslim di seluruh dunia. Pendekatan sederhana dan terjangkau untuk menjaga kontak dengan komunitas Muslim di seluruh dunia adalah melalui media sosial di internet.
2. Perlu untuk memperbaiki persepsi negatif tentang Islam yang dipupuk oleh pemberitaan media Barat yang bias. Media sosial memberi orang kesempatan untuk berbagi pendapat jujur dan pesan ilahi dengan seluruh dunia.
3. Penggunaan media virtual (media sosial) dalam berdakwah juga menunjukkan bahwa umat Islam mampu menempatkan diri dengan kemajuan zaman sepanjang tidak berbenturan dengan keyakinannya.

Ada beberapa cara untuk menyebarkan ajaran Islam (pesan dakwah) melalui media sosial, antara lain melalui kanal YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan platform lainnya. Beragam sarana tersebut bisa didayagunakan guna keperluan dakwah, tergantung pada daya cipta dan kompetensi nalar *provider* dakwah (da'i/komunikator/pencipta/penyiar/pengirim), baik secara individu maupun bersama-sama (Ilaihi, 2010: 110). Andaikata pemeluk Islam tidak menggunakan media ini di zaman kemajuan teknologi dan komunikasi ini, maka dakwah Islam akan semakin asing bagi umat manusia, dan kompetisi ideologis dan agama besar lainnya akan

menjungkirbalikkannya (Aziz, 2004: 157). Dalam konteks ini, para da'i harus memahami beberapa langkah ketika berdakwah secara virtual, antara lain:

Pertama; Mempunyai kecakapan berbahasa. Kecakapan berbahasa tidak hanya berkaitan dengan kecakapan mengemukakan bahan dakwah secara lisan, tetapi juga berkaitan corak atau ciri khas seorang da'i dalam menyampaikan materi dakwah. Agar da'i merasa nyaman menggunakan pola atau sifat ini, maka harus dikonstruksikan dengan cara yang sesuai dan konsisten dengan kepribadian da'i.

Kedua, Mempunyai pemahaman mendasar tentang ilmu jiwa pribadi dan kemasyarakatan. Ilmu jiwa adalah pengetahuan pengantar yang menunjang pengkhotbah dalam memahami sifat, kecenderungan, dan keadaan audiens pesan mereka sehingga mereka dapat memilih substansi pesan dan gaya penyampaian yang efektif.

Ketiga; Mempunyai keahlian dalam mendayagunakan berbagai alat bantu untuk aktivitas dakwah. Sekarang bukan saatnya lagi pendakwah buta teknologi. Dewasa ini, informasi sampai ke masyarakat begitu cepat dan tanpa henti karena kemajuan teknologi dan media informasi. Wajar jika *mad'u* kehilangan minat berdakwah tanpa inovasi setelah mengalami banyak hal baru. Untuk membangkitkan minat pada subjek dakwah, seseorang harus berpakaian dengan cara yang khas dan tidak biasa. Dakwah dapat membuat materi dakwah lebih menarik dengan menggunakan media teknis, seperti menampilkan rekaman video, gambar, atau visual yang dapat membantu audiens sasaran dalam memahami konten dakwah dan membagikannya di media sosial (Risidiana, 2014: 443).

Hal ini membahayakan bagi pendakwah yang harus membuat pelajaran pendidikan agama Islam semenarik dan sevariatif mungkin untuk menjaga simpati dan perhatian *mad'u*. Bahkan sekarang, *mad'u* menghadapi lebih banyak kesulitan daripada sebelumnya. Bakti dan Meidasari (2014: 21) menegaskan bahwa untuk menyeimbangkan arus ilmu pengetahuan dan teknologi, inovasi dakwah yang menarik dan hadir secara aktual, nyata, dan kontekstual harus digunakan untuk menyiarkan ajaran agama Islam. Aktual mengacu pada kapasitas untuk mengatasi masalah mendesak yang dihadapi masyarakat sekarang. Nyata mengandung arti faktual, sedangkan yang dapat diterima dan termasuk hal-hal yang ditemukan oleh masyarakat umum berarti kontekstual.

E. KESIMPULAN

Secara umum dakwah ialah segala aktivitas yang bertujuan memanggil manusia kepada kebenaran dan mencegah kemungkaran, baik dilakukan secara verbal, catatan, gambar, dan tindakan dengan cara dan alat bantu menurut ajaran Islam dengan arah menggapai keselamatan insan di bumi dan akhirat. Masyarakat kontemporer sebagai sasaran dakwah era sekarang mempunyai tradisi lain dengan masyarakat masa lampau. Pendakwah atau da'i saat ini tidak hanya cukup tahu materi atau ajaran Islam, tetapi juga perlu dibekali keterampilan ilmu dan teknologi agar dapat menunjang kualitasnya dalam berdakwah di masyarakat.

Oleh sebab itu, perlu adanya gagasan-gagasan baru yang bersifat inovatif dan lonjakan untuk menselaraskan dengan arus perkembangan zaman. Sehingga syiar pendidikan agama Islam senantiasa digemari serta diminati Muslim Indonesia dalam rangka menjaga kehidupan mereka agar lebih dekat dengan agama serta sejalan menyesuaikan dengan semaian ajaran nilai Islami yang menerangkan serta humanisme. Dakwah virtual saat ini menjadi salah satu solusi strategis dalam menjawab tantangan zaman, di mana penyebarannya dapat kita jumpai melalui kanal Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan media sosial lainnya dengan tren *digital life*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qardhawy, Yusuf. (1996). *Islam Peradaban Masa Depan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Amin, Samsul Munir. (2008). *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: AMZAH.
- Arabi, Khairi Syekh Maulana. (2017). *Dakwah dengan Cerdas: Bekal-bekal untuk Aktifis Dakwah*. Yogyakarta: Laksana.
- Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Bachtiar, Wardi. (2007). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos.
- Bakti, Andi Faisal dan Venny Eka Meidasari. (2014). *Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4 (1): 21.
- Danial dan Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Departemen Agama RI. (2005). *Syaamil Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. Bandung: Sygma Publishing.
- Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam. (2004). *Ensiklopedi Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Fathurrohman, Mukhlis. (2019). *Dakwah dalam Konteks Pendidikan*. *Jurnal Mamba'ul 'Ulum*, 15 (2): 219-220.

- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ismail, A. Ilyas dan Prio Hotman. (2011). *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana.
- Majid, Nurcholis. (2012). *Dakwah Lewat Internet, Wajah Dakwah Masa Depan*. Jakarta: Republika.
- Mubarak, Ramadhan. (2013). *Syiar dan Dakwah*. Dalam Website <https://aceh.tribunnews.com/2013/07/19/syiar-dan-dakwah>.
- Munir, M. (2015). *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Muslim bin al-Hajjaj. (t.t). *Sahih Muslim*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi.
- Purbajati, Hafidz Idri. (2021). *Telaah Dakwah Virtual sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam di Era Modern*. MODELING: Jurnal Program Studi PGMI, 8 (2): 205.
- Rakhmawati, Istina. (2016). *Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4 (1): 51.
- Risdiana, Aris. (2014). *Transformasi Peran Da'i dalam Menjawab Peluang dan Tantangan; Studi terhadap Manajemen SDM*. Jurnal Dakwah, 15 (2): 443.
- Sanusi, Salahuddin. (1964). *Pembahasan Sekitar Prinsip-prinsip Dakwah Islam*. Semarang: Ramadhani.
- Saputra, Wahidin. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sirajuddin, Murniaty. (2014). *Pengembangan Strategi Dakwah melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)*. Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, UIN Alauddin Makassar, 1 (1): 15-20.
- Suhandang, Kustadi. (2013). *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suisyanto. (2006). *Pengantar Filsafat Dakwah*. Yogyakarta: Teras.
- Sukayat, Tata. (2009). *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syukir, Asmuni. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Wahid, Fathul. (2004). *E-Dakwah melalui Internet*. Yogyakarta: Gava Media.
- Yahya, Muhammad dan Farhan. (2019). *Dakwah 'Virtual' Masyarakat Bermedia Online*. BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual, 4 (2): 250-256.
- Yazid, Yasril dan Nur Alhidayatillah. (2017). *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Depok: Rajawali Pers.
- Zaidallah, Alwisral Imam. (2002). *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i dan Khatib Profesional*. Jakarta: Kalam Mulia.