

ETIKA DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL: MENEBAR KEBAIKAN TANPA DISKRIMASI

Ahmad Ridhai Azis¹, Fahmi²

Institut Agama Islam DDI Polewali Mandar

E-mail: ahmadridhai@ddipolman.ac.id, fahmi011@iai.ddipolman.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Secara mendasar dakwah meliputi isi (esensi) dan cara (metode). Isi (materi) memang harus disampaikan sesuai dengan sumber normativitas agama, namun juga dituntut adanya kontekstualisasi. Apalagi metode penyampaiannya, harus senantiasa seiring dan selaras dengan perkembangan zaman. Dari hasil kajian yang penulis lakukan sampai pada kesimpulan bahwa; dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim. Dakwah juga harus dilakukan dengan cara-cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, diskriminatif dan provokatif. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Namun, berdakwah melalui media sosial harus memerhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan. Artikel ini ditulis dengan metode penelitian kepustakaan (Library Research).

Kata Kunci: Etika; Dakwah; Media Sosial.

Latar Belakang

Sebagai agama paripurna, Islam telah mengandung seperangkat ajaran yang komprehensif dan universal. Islam telah menyediakan segala hal yang dibutuhkan manusia termasuk kebutuhan untuk membangun peradabannya, jika manusia mau berpikir dan merenungkan ayat-ayatNya; baik ayat qouliyah maupun ayat kauniyah. Maka benar adanya, jika Islam disebut sebagai agama yang senantiasa relevan disegala tempat dan waktu. Namun perlu dipahami juga, bahwa nilai-nilai ideal dalam ajaran Islam tidak akan bermakna apa-apa jika tidak sampai dan dipahami oleh umat manusia. Oleh karenanya, upaya menyampaikan dan memahami ajaran Islam kepada orang-orang yang belum mengerti dan memahami menjadi hal penting yang harus dilakukan.

Kegiatan dakwah menjadi hal yang sangat mendasar dalam Islam. Bagaimana tidak, tanpa dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Selain alasan tersebut, Islam juga senantiasa mendorong umatnya untuk berbuat kebaikan sekaligus mengajak orang lain agar menjadi insan yang baik, berakhlak dan berpengetahuan. Maka sangat

relevan jika Islam disebut sebagai agama dakwah. Dengan demikian, antara Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Islam butuh dakwah agar ajarannya tersampaikan, dan dakwah butuh Islam sebagai pijakannya.

Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu di antaranya adalah melalui media sosial. Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Seperti diketahui bersama, bahwa aplikasi-aplikasi media sosial sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari alat komunikasi yang “dibenamkan” di dalam smartphone, tablet, laptop, dan PC. Kini, dengan semakin luas, cepat dan lebarnya koneksi internet, konsumen semakin dimudahkan dalam mengakses aplikasi media sosial.

Sarwoto Atmosutarno dalam buku Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI, menyampaikan bahwa sampai tahun 2014 jumlah pemakai internet di Indonesia mencapai 70 juta atau 28% dari total populasi. Pemakai media sosial seperti Facebook berjumlah sekitar 50 juta atau 20% dari total populasi, sementara pengguna Twitter mencapai 40 juta atau 16% dari total populasi. Angka-angka di

atas dari tahun ke tahun akan terus bertambah, karena ditopang oleh basis pemakai mobile/telepon seluler dan internet yang besar. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa hampir atau bahkan lebih dari sepertiga jumlah populasi manusia Indonesia, kini telah melek internet (Mulyati, 2014: 2).

Telah menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Setiap saat dan setiap waktu orang bisa mengakses media sosial. Selain untuk berkomunikasi, segala hal mulai dari informasi positif hingga yang paling buruk sekalipun bisa diakses melalui media sosial. Dengan semakin masifnya pengguna media sosial, kiranya akan sangat disayangkan jika hal tersebut hanya digunakan untuk sebatas komunikasi dan mengakses informasi-informasi yang kadang kala tidak penting dan tidak bermanfaat. Lebih dari itu, media sosial bisa kita manfaatkan untuk sarana berdakwah; menebar kebaikan, dan mengajak orang lain berbuat baik. Hal inilah yang selanjutnya menjadi tantangan bagi para da'i dalam berdakwah di era globalisasi khususnya di Indonesia. Sebuah Negara yang multikultural dan multi-Agama. Maka, pesan-pesan dakwah sebaiknya disampaikan dengan tanpa adanya diskriminasi. Karena diskriminasi hanya akan berdampak pada persoalan kemanusiaan yang berkepanjangan. Untuk itu, tema Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan tanpa Diskriminasi menarik dibahas dalam artikel ini.

Dari latar belakang tersebut, maka dalam artikel ini akan menjawab beberapa persoalan sebagai berikut: Bagaimana konsep dakwah menurut Islam? dan Bagaimana peran media sosial dalam berdakwah?

Pembahasan

1. Konsep Dakwah Islamiyah

a. Pengertian Dakwah

Jika ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, berupa

isim mashdar yang berasal dari *fiil* (kata kerja) “*da’a-yad’u*”, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru kemudian menjadi da’watan yang berarti seruan, panggilan dan ajakan (Haryanto, 2015: 271). Sedangkan secara istilah para ahli ilmu dakwah memberikan pendapat yang beraneka ragam dalam mendefinisikannya.

Muhammad Nasir mengartikan dakwah sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, yang meliputi amar ma’ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media kepada perorangan manusia maupun kepada seluruh umat (Shaleh, 2017: 8). Sedangkan Thoha Yahya Umar, memberikan penekanan yang sedikit berbeda, baginya dakwah itu upaya mengajak bukan sekedar menyeru dan menyuruh. Secara lebih jelas, ia mendefinisikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Sanwar, 2016: 3). M. Arifin juga menyampaikan hal senada dengan Umar, namun ia memberikan penjelasan yang jauh lebih rinci. Menurutnya, dakwah memiliki arti sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan (Jumantoro, 2011: 18).

Dari berbagai definisi dakwah yang telah disebutkan, dapat ditarik benang merah bahwa secara mendasar dakwah mengandung dua pengertian. Pertama, dakwah yang ditujukan kepada seluruh umat manusia di dunia tanpa

terkecuali. Kedua, dakwah yang ditujukan khusus bagi umat Islam. Namun, pada hakekatnya dakwah merupakan segala usaha manusia yang dilakukan secara sadar dan terencana baik dalam bentuk lisan, tulisan, dan sebagainya dalam rangka mengajak untuk beramar ma'ruf nahi munkar dengan tanpa adanya unsur paksaan.

Dakwah merupakan sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seluruh umat muslim. Terkait kewajiban berdakwah, dapat disandarkan pada beberapa dalil berikut. Allah subhanahu wata'ala berfirman "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berbantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk". (QS. An-Nahl: 125).

Kata *ud'u* diawal ayat tersebut memiliki arti "serulah". Ia merupakan *fiil amar*, yang dalam kaidah ushul fiqh mengandung arti perintah. Kaidahnya *al-Ashlu Fil Amri Lil Wujub*, setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada sunnah atau hukum lain. Jadi, melaksanakan dakwah hukumnya wajib. Namun darinya muncul perbedaan dikalangan ulama, apakah ia fardlu ain yang berlaku untuk setiap individu atau fardlu kifayah yang cukup dilakukan sebagian orang saja.

Perbedaan pendapat para ulama tersebut disebabkan oleh perbedaan penafsiran terhadap ayat 104 dari surat Ali Imron yang berbunyi: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang yang beruntung". Para ulama yang berpendapat bahwa dakwah hukumnya wajib ain (*fardlu a'in*) menafsirkan kata "*minkum*" dengan pengertian "*littabyin*" atau "*lilbayaniyah*"

yang menunjukkan pada pengertian penjelasan. Sedangkan para ulama yang berpendapat bahwa hukum dakwah fardlu kifayah. Mereka menafsirkan kata "*minkum*" dengan pengertian "*littab'idh*" artinya menunjukkan sebagian dari orang-orang Islam. (Sanwar, t.t. : 34- 35).

Berdasarkan ayat-ayat tersebut, dapat dipahami bahwa hukum melaksanakan dakwah adalah wajib baik bagi muslim maupun muslimat. Hanya saja dalam berdakwah harus disesuaikan dengan ukuran kemampuan masing-masing. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW. yang diriwayatkan oleh Imam Muslim: "Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, apabila ia tidak mampu, maka rubahlah dengan lisannya, bila ia tidak mapu rubahlah dengan hatinya dan itu adalah paling lemahnya iman." (HR. Muslim). Dakwah (amar ma'ruf nahi munkar) merupakan kewajiban bagi setiap muslim dan muslimat, namun kiranya juga perlu diperhatikan cara dan metodenya. Tidak diperkenankan berdakwah dengan cara-cara kekerasan atau yang bertentangan dengan agama. Melainkan, amar ma'ruf harus dengan cara yang ma'ruf dan nahi munkar pun juga harus dengan cara yang ma'ruf. Sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dengan tidak menimbulkan persoalan yang lain seperti kegaduhan dalam hubungan sosial kemasyarakatan.

b. Dakwah tanpa Diskriminasi

Semestinya dakwah disampaikan dengan tanpa adanya diskriminasi antar sesama manusia atau bahkan sesama umat Islam sendiri. Allah ta'ala berfirman dalam Qur'an Surat al-Hujurat ayat 13: *Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara*

kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

Ayat tersebut lebih mengarah pada pola bernalar manusia ketika menghadapi keragaman dalam kehidupan. Bahwa segala aspek kehidupan manusia senantiasa dihadapkan dengan pluralitas (keragaman). Sesuai dengan ayat di atas, nalar *ta'aruf* adalah nalar "saling memahami". Maka, keniscayaan adanya keragaman dalam menjalani hidup tidak selakinya dihadapi dengan sikap konfrontatif terhadap yang berbeda, apalagi jika sampai memunculkan konflik yang tidak pada tempatnya. Untuk itu, paradigma berpikir *ta'aruf* berarti mengupayakan untuk senantiasa berpikir objektif dan tidak *tendensius*, apalagi *ta'asub*, terhadap orang, kelompok, atau kalangan yang berbeda. Sebaliknya, harus berusaha memahami jalan hidup dan jalan pikiran mereka yang berbeda untuk meminimalisir terjadinya salah paham yang bisa memicu konflik. (Faiz, 2015: 168).

Bahaya dari sikap eksklusif dan *ta'asub* nampak nyata dalam sejarah kehidupan umat Islam. Salah satu contohnya adalah terbunuhnya khalifah Ali bin Abi Thalib oleh tebasan pedang Abdurrahman bin Muljam pemimpin sekte Khawarij. Sangat mengherankan karena Abdurrahman bin Muljam dikenal sebagai seorang Muslim yang taat beribadah, ia pun juga seorang hafidz Qur'an sekaligus seorang pengajar Al-Qur'an. Bahkan Khalifah Umar bin al-Khattab pun mengakui kemampuannya. Dia pun pernah dikirim Khalifah Umar ke Mesir untuk memberi pengajaran Al-Qur'an di sana.

Menurut Dr. Said Ramadhan al-Buthy, Abdurrahman bin Muljam membunuh Ali atas permintaan seorang wanita cantik yang dipinangnya. Wanita itu mensyaratkan demikian karena merasa dendam kedua orang tuanya terbunuh pada saat perang Nahrawan. (al-Buthy, 2010: 669). Namun sebelumnya Ibnu Muljam telah

bersumpah di depan ka'bah, bahwa ia dan 2 orang sahabatnya akan membersihkan komunitas Islam dari 3 tokoh pengacau, yang ia maksud adalah Ali bin Abi Tholib, Muawiyah bin Abu Sufyan dan Amr bin Ash. (K Hitti, 2014: 227). Menurut analisa penulis, bahwa sikap *ta'asub* (fanatik) berlebihan layaknya sikap dan doktrin kaum Khawarij lebih dominan sebagai pemicu tindakan keji tersebut. Berawal dari sikap fanatik itulah akhirnya berdampak pada sikap eksklusif dalam pemahaman. Merasa pemahaman ke-Islamannya yang paling benar, sehingga dengan tegas dan lantang membunuh saudara muslim sekaligus seorang khalifah yang sah, keponakan dan sekaligus menantu Rasulullah, Ali bin Abi Thalib. Dengan demikian, sikap *ta'aruf* (saling memahami) menjadi hal yang paling mendasar dan penting dalam menjaga harmonisasi kehidupan sesama manusia apalagi sesama muslim.

Nalar *ta'aruf* (sikap saling memahami) akan menjadi lebih sempurna jika ditambahkan berperannya nalar *tasabuw*. Nalar *tasabuw* adalah nalar "saling berlomba", berlomba dalam kebaikan. Nalar saling berlomba ini sesuai dengan firman Allah surat al-Baqarah ayat 148 "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat)". Nalar *tasabuw* berarti berusaha sebanyak mungkin melakukan kebaikan dan mengoptimalkan segala daya yang dimiliki untuk memproduksi hal-hal yang baik dan baik, jangan sampai mereka yang berbeda itu yang justru melakukannya lebih baik. Tentunya kompetisi ini harus dilakukan dengan cara yang sportif dan tidak saling curiga dan curang. (Faiz, 2015: 169).

Lantas di manakah posisi dakwah? Jika semua perbedaan harus dipahami dan dihargai, bagaimana dengan proses berdakwah? Siapa yang

harus didakwahi jika semua perbedaan memiliki nilai kebenarannya masing-masing? Untuk menjawab pertanyaan demikian, tentu harus dengan pikiran yang jernih dan bijaksana. Bukan meniadakan dakwah, melainkan dakwah harus senantiasa dilakukan dengan cara-cara yang arif dan bijaksana. Misalnya kita sebagai umat muslim tentu boleh mendakwahkan kebenaran yang kita yakini kepada orang lain yang berbeda. Namun tentunya harus dengan cara-cara yang santun dan bijaksana. Tidak secara diskriminatif, konfrontatif apalagi provokatif.

Pada faktanya memang sering dijumpai baik secara langsung ataupun melalui media sosial, ajakan yang mengandung unsur diskriminatif dan konfrontatif seperti memvonis orang atau kelompok lain yang berbeda dengan istilah “kafir”, “sesat”, “dosamu tidak akan diampuni Allah”, “Allah tidak akan memasukkanmu ke Surga” dan lain sebagainya. Padahal hanya karena perbedaan pemahaman dan penafsiran.

Perlu dipahami bahwa nasib manusia diakhirat sepenuhnya menjadi hak prokratif Allah, apakah ia akan masuk neraka atau masuk surga dengan rahmat-Nya. Manusia tidak memiliki kewenangan sama sekali untuk memvonis. Manusia (da’i) hanya berperan sebagai “tukang ajak” bukan sebagai “hakim” yang bertugas memvonis. Dalam hal ini Allah ta’ala telah berfirman: “Serulah ke jalan Tuhanmu dengan bijaksana, peringatan yang baik, dan bantulah mereka dengan yang lebih baik. Sungguh Tuhanmulah yang mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya. Dan Dia Maha mengetahui orang-orang yang mendapat hidayah.” (an-Nahl: 125). Selain dalam surat an-Nahl Allah juga berfirman: “Dan katakanlah: “Kebenaran itu datang dari Tuhanmu; maka barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan barang siapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir”. (Al-Kahfi: 29).

Ayat tersebut sangatlah jelas

bahwa Allah tak hanya berpesan tentang keharusan seseorang untuk berdakwah secara arif dan bijaksana melainkan menegaskan pula bahwa tugas seorang manusia kepada manusia lainnya hanyalah sebatas mengajak atau menyampaikan. Mengajak tentu tidak sama dengan mendesak. Mengajak adalah meminta orang lain mengikuti kebaikan atau kebenaran yang kita yakini, dengan cara memberi motivasi, persuasi, dan memberikan alasan-alasan yang meyakinkan. Apakah ajakan itu diikuti atau tidak, bukan urusan manusia. Selebihnya kita serahkan kepada Allah ta’ala, zat yang bisa membolak-balikkan hati melalui konsep tawakal. (Khoiron, 2016).

Setiap orang, termasuk da’i harus selalu waspada, karena bisa jadi dengan kebaikan dan kesalehan yang telah dicapai dapat membuatnya terlena. Akhirnya menjadi sibuk dengan senantiasa mengawasi dan menilai perilaku orang lain ketimbang dirinya sendiri. Ketika tidak segera disadari tindakan demikian bisa membawanya pada salah satu akhlak tercela, yaitu gemar mencari-cari keburukan orang lain (*tajassus*). Padahal belum tentu pihak yang dianggap salah itu benar-benar salah. Bisa jadi hanya karena perbedaan sudut pandang dalam merespon suatu persoalan.

Memperkuat keyakinan, memperbanyak ibadah, dan berakhlak mulia merupakan hal yang utama dalam agama. Tetapi jika kemudian darinya timbul sikap *ujub* (bangga diri), maka semuanya akan menjadi tidak bermakna. Bangga diri merupakan penyakit hati yang sangat berbahaya. Ia bersembunyi dibalik kelebihan-kelebihan diri kemudian pelan-pelan mengotorinya. Bisa saja seseorang selamat dari perbuatan dosa tapi ia kemudian terjerumus ke dalam jurang yang lebih dalam, yakni *ujub*. Untuk itu perlu diingat, bahwa menghindari perbuatan dosa memang hal yang sangat mendasar, tapi yang lebih penting lagi bagi seseorang yang

terbebas dari dosa adalah menghindari sifat bangga diri. (Khoiron, 2016).

Dampak dari sikap ujub biasanya akan mudah meremehkan orang lain. Bagaimana tidak, dengan amal yang melimpah, disertai pengakuan dan penghormatan dari orang lain, sering membuat orang lupa lalu dengan mudah menganggap remeh orang lain. Orang yang demikian umumnya terjebak dengan penampilan luar. Mereka menilai sesuatu hanya dari yang tampak secara kasat mata. Padahal, bisa saja orang yang disangkanya buruk, di mata Allah justru lebih mulia karena lebih banyak memiliki kebaikan namun lantaran bukan tipe orang yang suka pamer amal itu pun luput dari pandangan mata kita.

Dakwah sangat dianjurkan dalam Islam sebagai pelaksanaan prinsip amar ma'ruf nahi munkar. Umat Islam diperintah untuk menyebarkan pesan kebaikan (ma'ruf) dan tak boleh berdiam diri ketika melihat kemunkaran. Hanya saja, dalam praktiknya semua dijalankan dalam koridor yang bijaksana, sehingga usaha amar ma'ruf terealisasi dengan baik dan pencegahan kemunkaran pun tak menimbulkan kemunkaran baru lantaran tidak dijalankan dengan cara-cara yang mungkar. Sederhananya, amar ma'ruf harus dilakukan dengan cara yang ma'ruf dan nahi munkar pun juga harus dilakukan dengan cara yang ma'ruf. (Khoiron, 2016).

c. Esensi dan Metode berdakwah

Pada hakikatnya dakwah merupakan ajaran agama yang membawa nilai-nilai positif, seperti aman (rasa aman, tentram, dan sejuk) sehingga ia dapat berfungsi sebagai rahmat untuk semua. Isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan cara penyampaian, esensi dan metode merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan, tetapi dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus dan tidak terpisahkan. Hanya saja, bahwa isi, substansi, pesan, dan esensi senantiasa mempunyai dimensi

universal, yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Sehingga isi, substansi, pesan, dan esensi merupakan sisi primer sekaligus sisi yang pertama. Sebagai sisi kedua dalam dakwah; bentuk, forma, cara penyampaian dan metode juga menempati posisi yang tak kalah penting. Sisi kedua ini, dalam al-Qur'an disebut sebagai syi'ar dan manhaj yang dapat berbeda-beda menurut ruang dan waktu (Muhyidin, 2012: 25- 26).

Sebagai kitab dakwah, al-Qur'an telah mengatur dan menjelaskan segala sesuatu yang berkenaan dengan dakwah, baik pada aspek substansi maupun metodologi. Dengan demikian, al-Qur'an harus menjadi rujukan utama dalam setiap kegiatan dakwah. Karena itu pula, upaya-upaya sistematis dan metodologis untuk menggali nilai-nilai Al-Qur'an tentang dakwah menjadi suatu keharusan yang tidak dapat dihindarkan. Berdasar paparan singkat di atas, dakwah dapat dirumuskan sebagai apa yang diserukan atau disampaikan oleh "siapa", kepada "siapa", dengan cara bagaimana, melalui media apa, dan untuk apa. Dari rumusan ini cakupan dakwah secara ringkas adalah sebagai berikut:

- 1) Apa, merupakan ajaran Islam dengan berbagai dimensi dan substansinya. Ia dapat dikutip dan ditafsirkan dari sumber pokoknya, yaitu dari kitab suci al-Qur'an dan Hadits. Namun bisa juga diambil dari penjelasan-penjelasan para ulama yang sohih. Dalam bahasa populer, "apa" dikenal sebagai materi atau pesan dakwah. Tentunya hal ini harus benar-benar dikuasai oleh para da'i. Karena dakwah membutuhkan pemahaman yang komprehensif bukan pemahaman yang parsial. Sehingga *mad'unya* akan mendapatkan pemahaman yang utuh dan mencerahkan.
- 2) Siapa pertama, merupakan yang menyeru atau yang menyampaikan pesan dakwah. Ia

adalah seorang da'i. Dalam kasus sehari-hari, terutama dalam masyarakat Indonesia, siapa dikenal dengan sebutan muballigh, kyai, ustadz atau juru dakwah, bahkan penyelenggara atau pengelola dakwah. Da'i harus memiliki sikap yang arif dan bijaksana. Selain mengajak dan memberikan informasi yang bermanfaat pada *mad'unya*, ia juga harus mampu memberikan teladan bagi *mad'unya*. Karena salah satu kunci kesuksesan dakwahnya Rasulullah juga karena keteladanan akhlaknya. Selain itu seorang da'i juga harus mampu membaca kecenderungan maupun psikologi *mad'unya*. Dengan begitu proses dakwah bisa berjalan dengan efektif.

- 3) Siapa yang kedua adalah sasaran dakwah atau *mad'u* dalam bahasa yang lain. Ia merupakan peserta dakwah, baik perseorangan atau kolektif, laki-laki atau perempuan, anka-anak atau orang dewasa demikian seterusnya.
- 4) Cara, menunjukkan metode yang digunakan dalam kegiatan dakwah. Juga dapat disamakan sebagai alat dakwah yang menjadi kelengkapan dari metode. Ada banyak cara yang dapat digunakan dalam berdakwah. Seperti: ceramah, dialog, keteladanan, melalui tulisan, karya sastra dan lain sebagainya. Cara atau metode menempati posisi yang tidak kalah penting dengan isi atau materi. Tidak sedikit persoalan-persoalan yang baik, disampaikan dengan cara yang kurang baik atau tidak efektif berdampak pada hasil yang tidak baik juga. Untuk itu cara dan metode harus benar-benar diperhatikan oleh seorang da'i.
- 5) Saluran, merupakan media yang digunakan dalam berdakwah. Ia dapat berupa saluran langsung

tatap muka. Juga dapat berupa saluran media manakala dakwah dilakukan dalam jarak jauh, seperti telepon, radio, surat kabar, jurnal, majalah, televisi, internet (media sosial) dll.

- 6) Untuk, menunjukkan tujuan dakwah. Ia dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan yang sangat spesifik sampai tujuan yang sangat umum (Muhyidin, 2012: 27).

2. Peranan Media Sosial dalam Dakwah

a. Media Sosial

Media sosial (medsos) telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, media sosial merupakan hasil dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Media sosial merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Pada saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya (Mulyati, 2014: 25).

Pada satu sisi, kemunculan media sosial telah menguntungkan banyak orang. Orang di belahan dunia manapun bisa dengan mudah berinteraksi dan ongkos yang jauh lebih murah dibandingkan melalui telepon. Selain itu, dengan adanya media sosial penyebaran informasi juga semakin cepat. Beberapa kelebihan media sosial lainnya jika dibandingkan media konvensional antara lain: Pertama, Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus,

standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media sosial begitu mudah digunakan (*user friendly*), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet. Kedua, Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara *live* melalui telepon, sms atau twitter. Sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka. Ketiga, jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, Tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui media sosial, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna. Keempat, terkendali dan terukur. Dalam media sosial dengan sistem *tracking* yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama (Mulyati, 2014: 31-32).

Akan tetapi ada pula dampak negatifnya, di antaranya; berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung, menyebabkan kecanduan, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Sehingga, pada akhirnya melahirkan budaya baru di masyarakat tentang pemanfaatan waktu

yang dipengaruhi oleh media sosial. Pengguna media sosial sekarang tidak hanya di waktu luang saja, namun juga pada waktu-waktu sibuk, karena dimanfaatkan sebagai sarana untuk bekerja. Batasan waktu, ruang dan jangkauan menjadi hilang, sehingga gaungnya pun menjadi luas tanpa sekat-sekat seperti pada efek dari media konvensional. Oleh karenanya, kearifan dalam pemakaian media sosial harus dipertimbangkan karena dampaknya sulit diprediksi, apalagi kalau kontennya melanggar kepatutan, etika, norma-norma masyarakat, budaya dan yang lainnya.

3. Macam-Macam Media Sosial

Ada banyak macam media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana berdakwah, antara lain (Mulyati, 2014: 62-75): Media sosial dalam bentuk video. Diantara yang masuk dalam kategori ini adalah *YouTube* (www.youtube.com). *YouTube* merupakan situs berbagi video yang berkantor pusat di San Bruno California Amerika Serikat. Selain *YouTube* ada *Vimeo* (www.vimeo.com) dan *DailyMotion* (www.dailymotion.com). Meskipun dua yang terakhir ini kurang begitu familiar di Indonesia namun fungsinya hampir sama dengan *YouTube*. Maka, dengan adanya media sosial berbasis video seperti ini, siapapun dan kapan pun orang dapat mengakses untuk memanfaatkan video yang ada di dalam situs tersebut sekaligus juga dapat mengunggah video ke dalamnya yang nantinya akan dapat disaksikan oleh banyak orang. Untuk itu media ini sangat layak untuk dijadikan sebagai sarana untuk berdakwah bagi para da'i.

Aplikasi Medsos dalam bentuk *Mikroblog*. Diantara yang termasuk dalam kategori ini adalah *Twitter* (www.twitter.com), dan *Tumblr* (www.tumblr.com). *Twitter* merupakan aplikasi yang paling populer di Indonesia selain *facebook*. Sedangkan *Tumblr* merupakan aplikasi medsos yang

didirikan oleh David Karp dari New York Amerika Serikat. Aplikasi ini dinilai cukup efektif untuk berdakwah karena para da'i dapat memposting pesan-pesan moral yang bersumber dari nilai-nilai Islam ke dalam aplikasi tersebut sehingga bisa diakses dan dibaca oleh banyak orang.

Aplikasi Medsos Berbagi Jaringan Sosial. Diantara yang masuk dalam kategori ini adalah *Facebook*, *Google Plus* ([https:// plus.google.com/](https://plus.google.com/)) dan *Path* (www.path.com). Sama seperti aplikasi yang lainnya, dengan aplikasi dalam kategori ini para da'i juga dapat memposting atau menshare pesan-pesan dakwah sehingga bisa diakses dan bermanfaat bagi banyak orang.

Dan masih banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana dalam berdakwah, seperti: *blog*, *milis*, grup diskusi, *LinkedIn* (www.linkedin.com), *Scribd* (www.scribd.com), *Slideshare* (www.slideshare.com), dan sebagainya. (Mulyati, 2014: 62-75).

4. Dakwah melalui Media Sosial

Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 15% atau 38,2 juta dari total jumlah penduduk sekitar 251,2 juta jiwa. Sedangkan pengguna medsos di Indonesia juga mencapai sekitar 15% dari total jumlah penduduk Indonesia. Artinya, hampir seluruh pengguna internet memiliki akun medsos. Para pengguna medsos ini mengakses akun medsosnya rata-rata sekitar 2 jam 54 dan sebanyak 74% mengakses akunnya melalui *smartphone*. (Mulyati, 2014: 42).

Secara global, penggunaan medsos menunjukkan fenomena pertumbuhan yang sulit dihentikan. *Digital Insights*, pada September 2013 menyebutkan jumlah pengguna medsos seperti *Facebook* telah mencapai 1,15 miliar. Tidak sampai empat bulan, tepatnya pada akhir Januari 2014, *The Next Web* melansir pengguna aktif *guru* jejaring sosial ini telah mencapai 1,23 miliar. Pengguna *Facebook* di Indonesia

pada tahun 2014 ini diperkirakan mencapai 80 juta lebih atau nomor empat terbesar di dunia. (Mulyati, 2014: 43). Data tersebut merupakan data tahun 2014. Dengan pertumbuhan yang sangat signifikan tersebut, maka sudah bisa dipastikan tahun 2019 ini mengalami peningkatan yang jauh lebih signifikan dalam penggunaan jejaring sosial oleh penduduk dunia.

Begitu massifnya manusia dalam memanfaatkan internet dan jejaring sosial. Maka, tentu akan sangat efektif jika jejaring sosial digunakan sebagai sarana untuk menebar kebaikan (berdakwah). Tentu segala informasi yang telah dishare di media sosial akan secara langsung dan mudah diakses oleh siapa pun dan dimanapun. Karena media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam.

McLuhan mengatakan bahwa "*The medium is the message*", merupakan terbukanya gerbang dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya media sosial. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia, telepon merupakan perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. (Rakhmat, 2018: 220). Maka dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung. Hanya saja penggunaan dan kontrol terhadap media sosial saat ini masih belum tegas. Sehingga masih sering terjadi tindak kriminal dalam media.

Sebaliknya jika menggunakan media sosial dengan tidak hati-hati maka bisa juga berdampak pada hal-hal yang buruk. Karena telah ada UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang secara jelas mengatur soal perbuatan yang dilarang dalam memanfaatkan media sosial. Seperti; pencemaran nama baik diatur pada pasal 27 ayat 3 yang berbunyi: "setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau

mentransmisikan dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik". Membuat pernyataan yang provokatif dan mengandung unsur SARA dijelaskan pada pasal 28 ayat 2; "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)".

Untuk itu, dalam pemanfaatan media sosial secara umum maupun sebagai sarana berdakwah harus memerhatikan etika-etika dan norma-norma dalam ber-medsos. Tidak boleh melontarkan kalimat-kalimat yang berpotensi pada pencemaran nama baik, juga dilarang membuat pernyataan-pernyataan yang provokatif dan mengarah pada persoalan isu SARA. Meskipun mungkin niatnya baik, namun perlu diperhatikan juga bahwa niatan baik harus dilakukan dengan cara-cara yang baik. Sehingga tidak menimbulkan kegaduhan dan tindakan diskriminatif.

Simpulan

Dari uraian pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa; pertama, dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim. Dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang arif dan bijaksana, tidak konfrontatif, tidak diskriminatif dan tidak provokatif. Kedua, media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Berdakwah dengan media sosial harus memerhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan.

Daftar Pustaka

Al-Buthy, Said Ramadhan. 2010. Fiqih sirat: Hikmah Tersirat dalam Lintas Sejarah Hidup Rasulullah

Saw. (terj) Fuad Syaifudin Nur, Jakarta: PT Mizan Publika.

Kementerian Agama, 2015. Al-Quran dan Terjemahannya, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah al-Quran.

Faiz, Fahrudin. 2015. Hermenutika Al-Quran: Tema-Tema Kontroversial, Yogyakarta: Kalimedia.

Hitti, Philip K. 2014. History of the Arabs, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Jumantoro, Totok. 2011. Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani, Wonosobo: Amzah.

Khoiron, Mahbib. Menjadi Pengajak yang Bijak, 2016. Dalam <http://www.nu.or.id/post/read/70889/menjadi-pengajak-yang-bijak> diakses pada tanggal 24 Desember 2016.

Muhyidin, Asep dan Agus Ahmad Safei, 2002. Metode Pengembangan Dakwah, Bandung: Pustaka Setia.

Mulyati, Ani. Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014.

Rakhmat, Jalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi, Bandung: Rosda.

Sanwar, M. Aminuddin. 2016. Pengantar Ilmu Dakwah, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.

Shaleh, Abd. Rosyad. 2017. Manajemen Dakwah Islam, Jakarta: Bulan Bintang.

Syukir, Asmuni. 2013. Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya: Al Ikhlas.

UU Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam <https://ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2012/11/uu-no-11-tahun-2008-tentang-ite.pdf> diakses pada tanggal 24 Desember 2016.