

**DAKWAH DAN INTERNET
(INOVASI, PERKEMBANGAN DAN RESPON DAKWAH DI ERA VIRTUAL)**
Oleh:

Lalu muh. Reza pratama (Mahasiswa UIN Mataram)

(reza3v7weiboo@gmail.com)

St Nurmakdan Jahabi(Mahasiswa UIN Mataram)

(stnurmakdanjahabibima25mei@gmail.com)

Abstract

Utilization of the development of the internet world does not only touch economic, tourism or political aspects but also religious aspects such as preaching activities. The difference in methods, strategies and management of *da'wah* during the prophetic period looks very significant with the current era which is very similar with the digital world, such as how many applications are used as a media for *da'wah* on YouTube, Instagram, blogger and other social media. The creativity and innovation of *da'i* are very important in utilizing the internet to be used as a means of *da'wah*, so that *da'wah* is not dragged towards propaganda of *mad'u* who access these *da'wah* materials. Digital *da'wah* is similar with millennial *mad'u* or teenagers who thirst for Islamic motivation. Therefore preachers have an obligation for social media skills so that the message of *da'wah* can be accepted by the public. This article discusses how the internet has entered into *da'wah* activities as a medium in *da'wah*. This article also discusses how the innovations and interests of *da'wah* practitioners in utilizing the internet as a media of preaching.

Keywords: *Da'wah, Internet, Innovationinda 'wah.*

Abstark

Pemanfaatan atas perkembangan dunia internet tidak hanya menyentuh aspek-aspek ekonomi, pariwisata ataupun politik melainkan juga menyentuh aspek-aspek religius seperti aktifitas dakwah. Perbedaan metode, strategi dan manjemen dakwah pada masa kenabian terlihat sangat signifikan dengan era kekinian yang sangat identik dengan dunia digital seperti berapa aplikasi yang dimanfaatkan sebagai media dakwah youtube, instagram, blogger dan media sosial lainnya. Kreatifitas dan inovasi *da'i* menjadi sesuatu yang sangat penting dalam memanfaatkan internet untuk dijadikan sarana dakwah, sehingga dakwah tidak terseret kearah yang bersifat propaganda terhadap *mad'u* yang mengakses materi-materi dakwah tersebut. Dakwah digital identik dengan *mad'u* yang milenial atau remaja-remaja yang haus akan motifasi Islami. Oleh karena itu *da'i* memiliki keharusan atas kecakapan bermedia social

sehingga pesan-pesan dakwah dapat diterima oleh khalayak ramai. Artikel ini membahas tentang bagaimana dunia internet masuk ke aktifitas-aktifitas dakwah sebagai media dakwah, artikel ini juga membahas tentang bagaimana inovasi dan ketertarikan pelaku dakwah didalam memanfaatkan internet sebagai media dakwah.

Kata Kunci: *Dakwah, Internet, Inovasi Dakwah*

A. Pendahuluan

Saat ini merupakan zaman dimana manusia memasuki era milenium khususnya pada bidang informasi. Era ini ditandai dengan informasi yang disebarluaskan melalui berbagai media yang secara signifikan menentukan arah perkembangan masyarakat. Tiupan badai revolusi informasi dan ketergantungan manusia terhadap teknologi komunikasi dan informasi semakin terasa. Teknologi informasi juga telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, dan sebuah jaringan tanpa batas. Disadari betul bahwa hadirnya teknologi dengan berbagai pemanfaatan media telak merubah pola interaksi masyarakat. Hadirnya berbagai media telah menunjang efektifitas dan efisiensi sebagai sarana komunikasi, publikasi dan sarana mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹

Antara media dan masyarakat saat ini begitu sulit untuk dipisahkan, karena media menjadi salah satu akses masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, baik itu kebutuhan yang sifatnya mencari suatu informasi atau kebutuhan yang sifatnya hiburan semata. Hal itu dikarenakan pergulatan media dalam menguasai ruang publik berasal dari perkembangan pemanfaatan media oleh masyarakat itu sendiri. Masalah kebutuhan masyarakat akan media itu sendiri yang akan mendorong tumbuhnya jenis dan jumlah media yang masuk keruang publik, sehingga pada akhirnya masyarakat akan lebih kecenderungan sebagai pengguna media tertentu.² dengan memanfaatkan kecendrungan tersebut bisa menempatkan dakwah

¹Pardianto, 2013. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, dalam Jurnal Komunikasi Islam, Vol 3 No 1, hal. 3

²Juwana Tri Atmodjo, 2015. *Media dan Ruang Publik*, dalam Jurnal Visi Komunikasi, Vol 2 No 14, hal. 224

atau mengambil peran di media dan menyebarkan hal positif sehingga mampu menyelesaikan permasalahan umat.

Dakwah sebagai kegiatan yang visioner diharapkan mampu menyusaikan diri sesuai dengan perkembangan zaman baik konteks, konten dan pemilihan bahasa yang dapat diterima oleh sasaran dakwah. Aktivitas dakwah didunia nyata dan dunia virtual tentu memiliki perbedaan yang sangat padat baik itu sasaran dakwah, pesan atau konten dakwah. Dakwah didunia virtual, kekinian menjadi pilihan media dakwah yang sangat popular baik da'I maupun mad'u karena dapat diakses kapan saja. Perubahan social dan tatanan masyarakat sangat signifikan oleh karena masifnya informasi di dunia social dengan berbagaimacam strategi media sehingga refrensi masyarakat baik di dalam beragama maupun menentukan gaya hidup ditentukan oleh media apa yang diakses oleh masyarakat tersebut.

B. Perkembangan Teknologi

Aktivitas dakwah berkembang seiring berkembangnya manusia yang dipengaruhi kemajuan teknologi hingga masa 4.0. Seperti yang kita ketahui bahwa kemajuan teknologi telah menyentuh lapisan masyarakat dan sendi-sendi kehidupan. Penerimaan dan pemanfaatan terlihat sangat baik oleh perorangan maupun organisasi. Kemajuan teknologi ini melahirkan arus globalisasi. Arus ini menjadikan arus informasi dan komunikasi manusia itu tanpa batasan. Manusia di suatu tempat dapat dengan cepat dan mudah melihat dan mencermati manusia ditempat lain. arus ini sangat berpengaruh terhadap cara berfikir dan berprilaku masyarakat. Kemajuan teknologi mempengaruhi perkembangan masyarakat, perkembangan masyarakat mempengaruhi dinamika dakwah, dinamika dakwah melahirkan tantangan dakwah. Pengelolaan dakwah dituntut berkembang seiring perkembangan masyarakat dan perkembangan teknologi. Teknologi informasi adalah studi atau peralatan elektronika terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis dan mendistribusikan informasi termasuk kata, bilangan dan gambar. Menurut Haag dan Keen Teknologi informasi adalah seperangkat alat untuk bekerja dengan informasi dan melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Pendapat William dan Sawyer bahwa teknologi

informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputer, dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.³

Dalam kehidupan sehari-hari dapat dirasakan bagaimana manfaat teknologi.Teknologi telah mempengaruhi setiap bidang kehidupan manusia.Dalam dunia keuangan dukungan teknologi menghadirkan ATM yang memudahkan masyarakat dalam hal tarik tunai atau transaksi non tunai.Dalam bidang perdagangan, dukungan teknologi telah melahirkan jual beli dan transaksi online seperti shope, tokopedia, bukalapak dll, atau yang kita kenal dengan e-commerce.Kehadiran toko-toko online seperti bukalapak, tokopedia, shope dan yang lainnya telah tumbuh menjadi bisnis-bisnis raksasa dan mampu menggeser perdagangan yang sifatnya konvensional.Dalam hal layanan publik, dukungan teknologi menghadirkan aplikasi yang dapat membantu kebutuhan masyarakat seperti layanan transportasi, pengiriman, belanja.Aplikasi dan layanan online memberi kemudahan dan memanjakan masyarakat.Bagi perusahaan atau organisasi, teknologi mendukung peran dan kinerja manusia seperti dalam hal administrasi, pada perkembangannya teknologi tidak hanya mendukung namun mampu mengganti peran manusia.Salah satu dukungan teknologi bagi perusahaan adalah penerapan sistem informasi manajemen yang bermanfaat dalam membuat strategi atau menentukan keputusan perusahaan.

Dalam pengelolaan dakwah, teknologi mendukung supaya dakwah dapat dilaksanakan lebih efektif, dakwah tidak terbatasi oleh ruang dan waktu dan dapat diakses oleh semua orang dengan mudah.Pemanfaatan teknologi dapat di kelompokan menjadi teknologi informasi dan komunikasi.Pemanfaatan Teknologi dalam hal komunikasi, dulu komunikasi antar manusia dilakukan secara langsung bertatap muka.Dengan dukungan teknologi, komunikasi bisa dilakukan secara tidak langsung dan tanpa bertatap muka. Lebihjauh dengan dukungan teknologi komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut Publik Dunia.⁴Saat ini sudah banyak dari berbagai bidang menggunakan aplikasi atau jejaring sosial dalam melakukan dakwah sepertihalanya web, sosmed dan terlebih dari youtube.Youtube dulu dilihat hanya sekedar hiburan semata, namun saat ini banyak dari

³Ahmad, Munawaruzaman, “*Pengaruh Teknologi Dalam Manajemen Dakwah*”, Vol. 4 No. 1 Juni 2018, hal. 102

⁴ Yedi, Purewanto, dkk, “*Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*”, Vol. 16 No. 1 April 2017, hal. 97

masyarakat dan memang youtube sudah beralih dari aplikasi hiburan menjadi sebuah profesi. Untuk itu dalam melakukan dakwah di dalam youtube itu sendiri akan lebih mudah menarik minat dan perhatian dari masyarakat karena faktanya memang masyarakat lebih aktif di media.

Banyak dari ustadz atau da'i saat ini mengupload bahan ceramah atau tausiah di youtube, karena memang respon atau feedback dari youtube beserta tanggapan dari masyarakat itu banyak dan mempermudah dalam membagi ilmu dan menyerap informasi. Sehingga internet memiliki pesan atau nilai positif dalam bidang dakwah itu sendiri. Dakwah harus bisa memanfaatkan media sebaik mungkin untuk menyebarkan informasi keislaman lebih luas lagi sehingga bisa masuk ke berbagai ranah kehidupan. Dengan memanfaatkan media social sebagai media dakwah, aktifitas dakwah diharapkan bisa memaksimalkan manjemen dan strategi dakwah sebaik mungkin sehingga tercapai tujuan dalam melakukan dakwah tersebut. Dakwah pada saat ini dituntut untuk dapat aktual, faktual, dan kontekstual, sehingga dakwah dapat menjadi solusi bagi setiap problematika kehidupan manusia. Aktual berarti memecahkan masalah kekinian yang sedang hangat di masyarakat. Faktual dalam arti konkrit dan nyata serta kontekstual berarti relevan dan menyangkut problematika yang sedang dihadapi masyarakat. Salah satu aspek yang penting dalam berdakwah ialah pemanfaatan media untuk menyelesaikan problematika yang ada.

Pada prinsipnya ada dua fungsi media, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudirdjo dan Siregar yaitu untuk memberikan pengalaman yang konkret kepada pemirsa, dan sebagai sarana komunikasi. Dengan demikian, pemilihan media seharusnya dilakukan secara selektif dengan mengacu kepada beberapa kriteria. Seperti kesesuaian tujuan dakwah, faktor biaya, kesesuaian metode, karakteristik pemirsa, pertimbangan praktis, dan ketersediaan media itu sendiri.⁵ Pada level arus globalisasi yang dicirikan penggunaan media elektronik, komputer dan media cetak, redefinisi dakwah pada bidang-bidang tersebut perlu dilakukan. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa difusi dan infiltrasi kebudayaan merupakan fenomena umum dalam era globalisasi. Oleh sebab itu bukan tidak mungkin bahwa dakwah dengan muatan-muatan doktrinal-empiriknya akan terlibat dalam proses difusi dan infiltrasi

⁵ Wahyu, Khoiruzzaman, "Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism". Jurnal Ilmu Dakwah. Vol. 36, 2017, hal. 322-323

kebudayaan tersebut. Hanya saja kemampuan dan kecakapan untuk memanfaatkan berbagai media dan sarana tersebut perlu ditangani secara serius dengan mengintensifkan pelatihan dan pengadaan prasarannya. Meskipun tidak harus berarti bahwa media tradisional diterlantarkan dengan kecanggihan teknologinya, media massa saat ini lebih memudahkan proses penyebaran dakwah.

Paul Lazarsfeld dan Robert K Merton juga melihat media dapat menghaluskan paksaan sehingga tampak sebagai bujukan. Sejalan dengan itu harus dipahami manfaat dan mudharat teknologi informasi dan komunikasi, serta secara sadar memanfaatkannya untuk mencapai tujuan kita, bukan tujuan-tujuan mereka pembuat dan pencipta teknologi. Dengan kata lain, sebagai pengguna informasi baik sebagai subjek atau pun objek jangan sampai terjebak dengan kepentingan-kepentingan yang tersembunyi di balik kecanggihan media tersebut.⁶ Manajemen yang baik dalam segala aktivitas tentu membawa hasil yang baik pula. Aktivitas dakwah dengan memanfaatkan media social menjadi peluang yang sangat besar dengan tujuan dapat tersebar keseluruhan penjuru sehingga manajerial dakwah harus diperhatikan dengan baik agar aktivitas dakwah dapat diakses dari berbagai elemen sehingga tujuan dakwah dapat tercapai. Menetukan konten metode dan objek dakwah adalah tugas dari manajemen itu sendiri sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari dakwah itu sendiri.

C. Inovasi Dakwah Di Era Virtual

Pada era globalisasi Informasi, informasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan masyarakat dan dapat tersampaikan maupun diakses melalui berbagai media, salahsatunya dengan menggunakan media online. Media online ialah media yang diakses melalui komputer atau smartphone yang menggunakan jaringan atau instrumen komunikasi.⁷ Internet termasuk media interaktif yang memuat berbagai macam informasi yang tidak terbatas jumlahnya. Selain itu penggunaan internet relatif mudah, cepat dan sederhana. Internet dipilih sebagai salah satu media sumber informasi karena sifatnya yang

⁶ Mokhamad, Abdul, Aziz, "Media Masa Islam Dalam Tantangan Global". Islamic Communication Juornal. Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2017, hal. 205

⁷ Pawit M Yusup, Priyo Subekti, *Teori dan Praktik Penelusuran informasi* (Jakarta ;Kencana Media Grup,2018), hal. 347

mudah, praktis dan cepat, selain itu internet juga dilengkapi oleh berbagai macam fasilitas multimedia yang semakin memanjakan pengguna.⁸

Dengan adanya media online, aktifitas dapat dilakukan dengan mudah tanpa menggunakan mobilitas yang berpindah-pindah. Media-media online dalam berbagai jenis dalam kontennya dapat ditemukan berbagai konten dan aktifitas, salah satunya aktifitas dakwah. Inovasi dakwah dengan memanfaatkan media online menandakan bahwa intensitas gerakan dakwah menjadi sangat pesat dengan berbagai metode dan strategi dakwah yang dapat menarik minat perhatian masyarakat atau mad'u. media online menjadi sangat praktis dan efisien bagi praktisi dakwah didalam menyebarluaskan konten-konten dakwahnya kepada khalayak ramai. Dakwah dan internet merupakan perpaduan yang relevan di era globalisasi informasi, tentu dengan konten-konten yang tidak menghilangkan prinsip dari dakwah itu sendiri.

Menurut Fadil Ibnu Ahmad ada beberapa cara untuk menyampaikan dan mengembangkan dakwah yang dilakukan secara online, yaitu salah satu diantaranya adalah Website. Website adalah alat untuk mengakses informasi yang berisi tulisan, gambar, video dan lain-lain. Di dalam website terdapat beberapa kategori yang merupakan tema dari informasi yang akan dipublikasikan kemasasyarakat, berdakwah dengan media ini dianggap lebih fleksibel.⁹ Munculnya situs jejaring sosial seperti Twitter, Instagram dan yang lainnya menandakan teknologi informasi yang semakin berkembang. Situs jejaring sosial ini bertujuan untuk menghubungkan orang-orang yang berada di jarak jauh. Mengakses jaringan sosial atau media sosial sangat mudah dikarenakan aplikasi-aplikasi untuk mengaksesnya sudah dibuat oleh pengembang perangkat lunak seperti Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp dan lainnya. Berdakwah dengan media tersebut dapat mengefektifkan dan megefisiensi waktu. Ketika kita membuat dan mempunyai blog sendiri maka dakwah online akan lebih bebas karena kita bebas menulis apa saja yang berkaitan dengan Islam.

Jika ada hal pasti dalam kehidupan manusia yakni perubahan. Bahkan dalam kegiatan beragama perubahan bukanlah sesuatu yang dapat dihindari, hal itulah yang memungkinkan

⁸Umatin Fadilah, Juli Prasetya Alkamzy dkk, *Pohon Dakwah 2* (Purwokerto : MitraMedia, 2017), hal. 26

⁹Fadil Ibnu Ahmad, *Dakwah online Asyiknya Meraup Pahala di Dunia Maya* (Bandung : Mizan Pustaka, 2018), hal. 22

lembaga seperti Arus Informasi Santri (AIS) berkembang di tengah kesibukan masyarakat bekerja juga semakin canggihnya teknologi yang ada. Seharusnya dengan media online yang sudah tersedia inilah dakwah dapat memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke penjuru dunia dengan keluasan akses yang dimilikinya yakni tanpa ada batasan wilayah, golongan, kultural dan lain-lain. Melihat begitu besarnya potensi dan efisiensi internet dalam membentuk dan pemanfaatan dakwah maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan informasi yang bersifat Islami atau yang sering disebut dengan cyber muslim atau cyber dakwah dengan masing-masing cyber menyajikan dan menawarkan informasi tentang Islam dengan berbagai fasilitas yang ada serta metode yang beragam. Jika umat Islam tidak memanfaatkan media-media tersebut di era globalisasi seperti ini, maka dakwah Islam akan semakin tersaingi dan terasingkan dari umat manusia dan tergulung oleh persaingan ideologi dengan agama-agama besar lainnya.

Dakwah tidak hanya dilakukan di dunia nyata, namun juga bisa dikembangkan di dunia virtual. Dahulu, dakwah secara intelektual diseluruh dunia Islam dibatasi oleh kurangnya media komunikasi. Tetapi kini, teknologi, informasi dan komunikasi telah menciptakan lingkungan sumberdaya Islam yang dapat diubah menjadi bentuk digital sehingga mudah didistribusikan secara global. Sebab internet sekarang ini menjadi media yang mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekali pun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. Google sebagai bagian dari internet sering kali dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan.

Dakwah di dunia virtual difokuskan pada website. Sebab dunia virtual (maya) erat kaitannya dengan website. Tanpa website, bagaimana bisa mengakses informasi di dunia virtual. Website berisi tulisan, gambar, video dan lain-lain serta bisa diintegrasikan ke dalam satu halaman penuh. Website adalah platform multimedia. Multimedia adalah kombinasi teks, grafik, audio, animasi dan video yang dikirimkan ke pengguna secara elektronik. Website ini juga memiliki fitur khusus lainnya seperti hypertext, yaitu sistem dengan dokumen yang

tersebar di website dihubungkan langsung dengan menggunakan link aktif sehingga satu kata dalam dokumen menjadikoneksi ke dokumen lain di website lain.¹⁰

Dengandemikian dakwah di dunia virtual berfokus pada memberdayakan nilai-nilai kemanusiaan yang bersaing secara bebas serta memerlukan metode dan strategi yang baikuntuk menyaring pikiran para radikalis dan liberalis.Kehadiran Islam di dunia virtual berawal dari faseteknologi, untuk memperbaiki misinterpretasi dalam Islam dan evolusi cyberIslam.Hal ini menyebabkan terciptanya website yang mengembangkan portaledukatif, informatif dan interaktif.Kehadiran Islam ke dunia virtual jugamenciptakan kesempatan untuk berdialog dan menciptakan jalan baru dakwah. Penggunaan internet sebagai aktivitas dakwah di duniavirtual dapat ditujukan antara lain, mensosialisasikan ajaran Islam rahmatan lil ‘alamin, menyediakan kebutuhan informasi bagi umat Islam serta sebagai penyeimbang terhadap informasi yang bersifat radikal, liberal, tendensius,stereotipe dan menyudutkan Islam.

Dengan keberadaan internet yang membuat dunia terasa semakin sempit, maka di satusisi peluang dakwah kian terbuka untuk dilaksanakan secara luas dan mendunia. Namun di sisi lain tantangan yang di hadapi para da'i pun memang tidak semakin ringan, kian hari kian berat dan kian komplek. Oleh karena itu da'i dituntut untuk mengantisipasi diri agar tidak terlalu terlena dengan keberadaan media yang begitu mudah tersebut.Dakwah sebagai tugas mulia tidak memiliki proses akhir dalam pelaksanaannya belum dikelola dengan profesional dan terukur. Pada sisi lain da'i belum mampu menjadi agen perubahan sebagaimana cita-cita Islam yaitu rahmatan lil' alamin (rahmat bagi seluruh alam). Akibatnya posisi dakwah kurang diminati karena belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi kemajuan umat.Oleh sebab itu, diperlukan pengkajian dan pemetaan secara komprehensif tentang SWOT singkatan dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (tantangan).

Analisis terhadap keempat hal tersebut, berarti mencoba melihat secara mendasar dan mendalam tentang kondisi objektif untuk kepentingan dan kemajuan dakwah, baik melihat

¹⁰Nor Azah Abdul Aziz, “*Internet, Laman Web Pornografi dan Kaedah Psikospiritual Islam dalamMenangani Keruntuhan Akhlak Remaja Pelayar Laman Web Pornografi*”, Jurnal Usuluddin, No.29 (2009), hal. 150

kedalam diri (intern) maupun kondisi diluar diri (ekstern).Dua hal yang disebutkan pertama, yaitu kekuatan dan kelemahan merupakan upaya analisis kedalam, sedangkan peluang dan tantangan merupakan analisis keluar.Untuk mencapai kemajuan dakwah, maka perlu menyelaraskan antara aktifitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Peluang-peluang pengembangan dakwah tidak akan berarti jika tidak mampu memanfaatkan potensi, kekuatan dan sumber daya yang dimiliki pada tatanan internal.¹¹

Ada beberapa fenomena yang harus dipahami dalam berdakwah melalui media online, antara lain

1. Langkah dalam berdakwah melalui virtual

- a. Memiliki kemampuan retorika. Kemampuan retorika bukan hanya berkenaan dengan kemampuan mengekspresikan materi dakwah secara verbal, namun juga menyangkut style atau gaya khas da'i dalam menyampaikan materi dakwah. Style tersebut tidak perlu dibuat-buat, namun perlu dilatih secara praktis dan sesuai dengan kepribadian da'i, sehingga da'i merasa nyaman menggunakaninya.
- b. Memiliki pengetahuan dasar tentang psikologi individu serta sosial. Ilmu psikologi merupakan ilmu pendamping dalam membantu da'i menentukan karakteristik, kecenderungan serta kondisi mad'u, sehingga mampu menentukan materi dakwah dan cara penyampaiannya secara tepat. Ilmu ini dapat dipelajari dengan mengikuti berbagai pelatihan atau secara otodidak lewat membaca buku serta berbagi pengalaman sesama da'i.
- c. Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media untuk kegiatan dakwah. Sudah bukan zamannya lagi seorang da'i gagap teknologi.Perkembangan media elektronik dan sosial saat ini membuat arus informasi mengalir begitu deras kepada masyarakat tanpa terbendung.Sesudah melihat banyak hal baru, tentunya mad'uakan kehilangan minat ketika mendengarkan dakwah yang disampaikan ala kadarnya.Dibutuhkan kemasan yang menarik untuk membangkitkan kembali minat mad'u.Da'i dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas materi dakwah menjadi

¹¹ Rosidi, I., & Amin, M. *Dakwah Zakat : Menyebarkan Kewajiban Berzakat di Kalangan Masyarakat Petani di Kepulauan Meranti*, Jurnal Dakwah Risalah, Vol. 30 No. 1, 2019 74-90.

lebih hidup, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto atau gambar yang dapat membantu mad'u memahami materi dakwah.

2. Efek media massa

Ada beberapa efek media yang dapat mempengaruhi Mitra dakwah, antara lain:

- a. Efek Ekonomis
- b. Efek Sosial
- c. Efek Tontonan
- d. Efek Emosional Terhadap Media.¹²

3. Dampak dakwah media virtual

Media merupakan alat yang sangat berguna bagi kalangan masayarakat desa maupun kota. Manusia di era globalisasi ini memang tidak dapat dihindari dengan alat media sosial, karena hal ini merupakan sebuah keniscayaan. Namun harus ada pula yang dilakukan untuk menanggulangi efek buruk dari bermedia sosial. Salah satunya yaitu memanfaatkan salah satu produk dari globalisasi yaitu internet(international networking) sebagai media untuk menyampaikan dakwah Islamiyah. Dengan demikian, maka melalui internet seseorang bisa menjadi missionaries Islam atau da'i virtual yang mempublikasikan syi'ar-syi'ar Islam melalui internet. Dampak berdakwah melalui media virtual, antara lain:

- a. Dampak Positif
 - 1) Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
 - 2) Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, hal ini secara otomatis berpengaruh juga pada jumlah penyerapan misi dakwah
 - 3) Para pakar dan ulama' yang berada di balik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i

¹²Effendi Sadly, *Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*, Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB). Vol. 3.No. 2. November 2018

b. Dampak negatif

Meskipun terdapat pula dampak-dampak negatif di dalamnya. Salah satunya yaitu tergeseranya kultur lokal pada tatanan modern di era global ini. Kemajuan teknologi memberikan fasilitas dan kemudahan, ruang gerak pun semakin sempit karena semuanya bisa dikendalikan oleh mesin monitor.¹³

D. Manajemen Pemilihan Bahasa Dalam Dunia Virtual

Lambang yang banyak digunakan dalam komunikasi dakwah adalah bahasa. Sebab hanya bahasa yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang dan sebagainya. Tanpa penggunaan bahasa, hasil pemikiran dan pesan yang bagaimana pun baiknya tidak dapat disampaikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan informasi dan interpretasi disebabkan oleh bahasa. Melalui bahasa terjadi komunikasi antar individu yang satu dengan yang lainnya, sehingga kesamaan bahasa dapat merasakan suatu ikatan batin sebagai suatu kelompok, suku, bangsa dan sebagainya. Bahasa sebagai media komunikasi dakwah sangat penting dalam penyampaian pesan dakwah. Bahasa, komunikasi dan dakwah adalah trilogi yang satu sama lain saling terkait (interdependentif). Memang masing-masing memiliki disiplin ilmu yang berdiri sendiri tetapi dalam implementasi ketiganya terintegrasi, sehingga antara satu dengan yang lainnya tidaklah mungkin dipisahkan. Banyak pesan dakwah yang tidak sampai pada kepada audiens karena dia tidak mampu berkomunikasi dengan efektif, tidak mampu menyajikan pesannya dalam bahasa yang benar dan baik.

Dakwah yang disajikan kering, gersang dan hambar. Bahasanya tidak berseni. Audiensnya tidak memahami yang disampaikan, serta kehilangan minat dan komunikasi tidak terjalin. Ada beberapa petunjuk untuk pemilihan bahasa dakwah:

- a) Gunakan kata-kata yang sederhana
- b) Jangan menggunakan kata yang tidak semua orang memahaminya
- c) Berhematlah dalam menggunakan kata
- d) Hindari kata-kata klise, yaitu kata yang sudah sering didengar orang

¹³ Muhammad Yahya, Farhan. *Dakwah 'VIRTUAL' Masyarakat Bermedia Online*, BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual Vol. 4 No. 2, Mei 2019

- e) Sedapat mungkin dihindari penggunaan kata asing selama masih mungkin ditemukan terjemahannya yang tepat dalam bahasa Indonesia.

Dalam menyampaikan pesan dakwah, semakin padat dan singkat, semakin tampak kecerdasan pendakwah. Diksi juga menentukan perhatian dan kesan audiens. Hal ini yang harus dilakukan oleh seorang pendakwah agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens. Pemilihan topik juga harus diusakan agar menarik dan mudah diingat. Pesan dakwah juga berisi pemberian motivasi kepada audiens, tidak hanya untuk semangat beribadah tetapi juga untuk semangat hidup. Dengan demikian, isipesan yang disampaikan haruslah mudah dipahami, benar, teliti, indah dan sederhana menurut proporsinya.¹⁴

E. Kesimpulan

Dengan memanfaatkan perkembangan zaman yang terus berkembang saat ini apalagi di dunia online, maka diharapkan dakwah mampu mengambil peran di dunia online untuk menyampaikan kebaikan dan menyelesaikan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menyebarkan dakwah melalui media online tentu cangkupannya lebih banyak dan bisa diterima oleh banyak khalayak baik anak-anak, muda maupun tua. Dengan menyampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tema atau materi yang relevan sehingga aktifitas dakwah dianggap menjadi sangat penting dan menjadi kebutuhan social maupun religius. Manajemen dakwah di era globalisasi berperan sangat penting, mengingat kondisi masyarakat saat ini yang semakin kompleks dalam menjalani kehidupannya. Perkembangan dan perubahan zaman yang semakin pesat dengan adanya teknologi yang semakin canggih menjadikan sebuah peluang bagi para pendakwah (da'i) untuk lebih kreatif, inovatif dalam berdakwah sehingga masyarakat tetap responsif terhadap eksistensi da'i dan dakwah tersebut. Hal tersebut tentu sangat fleksibel yakni, sejalan dengan ajaran Islam yang mampu menembus batas ruang dan waktu hingga akhir zaman.

¹⁴Muhammad Yahya, *Farhan. Dakwah 'VIRTUAL' Masyarakat Bermedia Online, BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual Vol. 4 No. 2, Mei 2019*

Daftar Pustaka

- Pardianto, 2013. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, dalam Jurnal Komunikasi Islam, Vol 3 No 1
- Juwana Tri Atmodjo, 2015. *Media dan Ruang Publik*, dalam Jurnal Visi Komunikasi, Vol 2 No 14
- Ahmad, Munawaruzaman, “*Pengaruh Teknologi Dalam Manajemen Dakwah*”, Vol. 4 No. 1 Juni 2018
- Yedi, Purewanto, dkk, “*Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*”, Vol. 16 No. 1 April 2017.
- Wahyu, Khoiruzzaman, “*Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism*”. Jurnal Ilmu Dakwah. Vol. 36, 2017.
- Mokhamad, Abdul, Aziz, “*Media Masa Islam Dalam Tantangan Global*”. Islamic Comunication Juornal.Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2017.
- Pawit M Yusup, Priyo Subekti, *Teori dan Praktik Penelusuran informasi* (Jakarta ;Kencana Media Grup,2018
- Umatin Fadilah, Juli Prasetya Alkamzy dkk, *Pohon Dakwah 2* (Purwokerto : MitraMedia, 2017), hal. 26
- Fadil Ibnu ahmad, *Dakwah online Asyiknya Meraup Pahala di Dunia Maya* (Bandung :Mizan Pustaka,2018
- Nor Azah Abdul Aziz, “*Internet, Laman Web Pornografi dan Kaedah Psikospiritual Islam dalam Menangani Keruntuhan Akhlak Remaja Pelayar Laman Web Pornografi*”, Jurnal Usuluddin, No.29
- Rosidi, I., & Amin, M. *Dakwah Zakat : Menyebarkan Kewajiban Berzakat di Kalangan Masyarakat Petani di Kepulauan Meranti*, Jurnal Dakwah Risalah, Vol. 30 No. 1, 2019
- Effendi Sadly, *Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*,Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB).Vol. 3.No. 2. November 2018
- Muhammad Yahya, *Farhan. Dakwah ‘VIRTUAL’ Masyarakat Bermedia Online, BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual* Vol. 4 No. 2, Mei 2019
- Muhammad Yahya, *Farhan. Dakwah ‘VIRTUAL’ Masyarakat Bermedia Online, BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual* Vol. 4 No. 2, Mei 2019