

Komunikasi Dakwah Islam pada Masyarakat Milenial di Era Globalisasi

^{1*}Adhitya Ridwan Budhi Prasetyo Nugroho, ²Umi Halwati

¹UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

²UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, Indonesia

Abstract

With the emergence of the internet as a new medium of communication, Islamic da'wah can take advantage of new possibilities in today's interconnected world. Cyberdakwah discourse is one example of how the internet is used to amar ma'ruf nahi munkar. The internet as a new space for the work of Islamic da'wah. The Internet has made it possible for media to reach audiences of various races and religions. The internet and other forms of media can also be used to dispel common misconceptions about Islamic beliefs and practices by presenting the human face of the religion. The method in this study is qualitative with a library study approach. The results of the study show that Cyberdakwah is a phenomenon of using the internet to convey information and messages of Islamic teachings. The use of the internet as a medium of da'wah is accompanied by various advantages and disadvantages. Positively, the internet is a new medium for Islamic da'wah that can transmit messages of Islamic teachings effectively, openly, easily accessible, and with a broad reach both in terms of region, space and time. Negatively, the open and access-free character of the internet allows for the mixing of the sacred values of Islamic teachings with various intakes of information that are not clear on the credibility of the conveyer, have hoaxes and hatespeech tones, as well as information in the name of Islam for specific purposes.

Keywords: Cyberdakwah, Communication, Da'wa, Globalization.

Dengan munculnya internet sebagai media komunikasi baru, dakwah Islam dapat memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan baru di dunia yang saling terhubung saat ini. Wacana cyberdakwah adalah salah satu contoh bagaimana internet digunakan untuk amar ma'ruf nahi munkar. internet sebagai ruang baru bagi karya dakwah Islam. Internet telah memungkinkan media menjangkau khalayak dari berbagai ras dan agama. Internet dan bentuk media lainnya juga dapat digunakan untuk menghilangkan kesalahpahaman umum tentang kepercayaan dan praktik Islam dengan menampilkan wajah kemanusiaan agama tersebut. Metode dalam penelitian ini yaitu Kualitatif dengan Pendekatan Studi Pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cyberdakwah merupakan fenomena pemanfaatan internet untuk menyampaikan informasi dan pesan-pesan ajaran Islam. Penggunaan internet sebagai media dakwah disertai dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Secara positif, internet menjadi media baru dakwah Islam yang dapat mentransmisikan pesan ajaran Islam secara efektif, terbuka, mudah diakses, dan dengan daya jangkauan yang luas baik dari sisi wilayah, ruang dan waktu. Secara negatif, karakter internet yang terbuka dan bebas akses memungkinkan adanya percampuran nilai-nilai sakral ajaran Islam dengan berbagai asupan informasi yang tidak jelas kredibilitas penyampai, bernada hoax dan hatespeech, serta informasi-informasi yang mengatasnamakan Islam dengan tujuan-tujuan tertentu.

Kata Kunci: Cyberdakwah, Komunikasi, Dakwah, Globalisasi.

***Author Correspondence:** Adhitya Ridwan Budhi Prasetyo Nugroho Email: adhityabudhi41@gmail.com, Umi Halwati Email: u.halwatie@uinsaizu.ac.id

Copyright © 2023 Adhitya Ridwan Budhi Prasetyo Nugroho, Umi Halwati

Pendahuluan

Dakwah merupakan kewajiban suci yang dibebankan oleh Allah SWT kepada umat-Nya dan dilaksanakan melalui berbagai saluran (Zaini, 2017). Mereka yang menyandang gelar ustadz, kyai, ajengan, dan ulama secara tradisional dianggap sebagai satu-satunya orang yang wajib menyebarkan dakwah (Rajab, 2014). Penyampaian dakwah masih sebatas tradisi lisan mimbar. Padahal, setiap muslim yang bertakwa, apapun derajat dan derajatnya, diperintahkan oleh Allah SWT untuk berdakwah. Kerja dakwah bersifat revolusioner dalam tujuannya menyebarluaskan akidah Islam. Tujuan utama dakwah Islam adalah untuk membantu orang menjadi Muslim dan orang yang lebih baik. Dakwah Islam berfungsi sebagai titik penghubung bagi umat Islam dengan manusia dan Tuhan (Syam, 2020).

Setiap Muslim yang taat yang mampu dan memenuhi syarat untuk melakukannya harus menyebarkan pesan Islam melalui dakwah (Kusnawan et al., 2022). Dakwah (panggilan untuk Islam) diperlukan dari semua Muslim, terlepas dari posisi mereka dalam hidup. Jalan perjuangan seorang ulama adalah bentuk dakwah, sebagaimana jalan kekuasaan penguasa adalah bentuk dakwah, sebagaimana ilmu dan keahlian seorang dokter, dosen, guru, pedagang, petani, atau nelayan adalah bentuk dakwah. (Nawawi, 2012). Dakwah merupakan kewajiban umat Islam yang berkelanjutan dan harus dilakukan dalam rangka memajukan peradaban manusia sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam kerangka teoretis ini, landasan normatif dakwah Islam menekankan pentingnya seruan kepada fitrah manusia yang lebih baik dan melarangnya untuk bertindak

tidak terpuji. Setiap muslim wajib menjaga pandangan bahwa Amar ma'ruf nahi munkar dalam rangka menegakkan kalimat tauhid (Sulfika, 2020). Secara teologis, menaati amanat dakwah merupakan sarana bekerja untuk menegakkan nilai-nilai ketuhanan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Tatanan sosial umat manusia akan diubah sebagai akibat dari pengaturan teologis ini. Dakwah Islam pada hakekatnya bersifat sosial, mewujudkan dalam ranah kehidupan manusia dan ruang antarpribadi (Samsudin, 2021).

Dalam sebuah hadits, nabi Saw pernah bersabda : Barang siapa melihat kebatilan maka cegahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka cegahlah dengan mulutnya, jika tidak mampu maka cegahlah dengan hati bahwa kalian benci perbuatan itu, namun hal itu adalah serendah-rendahnya kadar keimanan (Mukhtar al-Hadits, tt:166). Kemudian dalam hadits lain : Sampaikanlah daripadaku walaupun satu ayat (Mukhtar al-Hadits tt:387). Karena Islam tidak mengenal eksklusivitas kelas atau batasan status sosial lainnya, kedua hadits ini menjelaskan legitimasi teologis setiap muslim untuk menyampaikan ajakan, himbauan, dan ajakan untuk dirinya sendiri, untuk orang atau kelompok lain. Menurut Alquran, ketakwaan seseorang kepada Islam dan penerimaannya ke dalam komunitas Muslim hanya dinilai dari kesalehan, perbuatan, dan perkataan baiknya (Purwanto & Nuha, 2020). Oleh karena itu, setiap muslim dengan segenap kemampuannya wajib berdakwah sebagai bagian penting dari ajaran Islam (Rajab, 2014). Setiap Muslim yang taat memiliki kebebasan mutlak untuk menyebarkan berita tentang Islam dengan cara apa pun yang mereka anggap cocok, termasuk melalui penggunaan

segala bentuk media. Entah itu dari mimbar (suatu bentuk media lisan), halaman cetak (koran, buletin, buku, dll), atau gelombang elektronik (TV, radio, internet) (Mutmainnah et al., 2020).

Dengan munculnya internet sebagai media komunikasi baru, dakwah Islam dapat memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan baru di dunia yang saling terhubung saat ini (Masy'ari, 1993). Banyak orang percaya bahwa internet adalah media yang paling efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak luas. Para mubaligh selalu menghadirkan cara-cara baru dan menarik untuk menggunakan internet dan ruang digital lainnya untuk menyebarkan pesan dakwah.

Wacana cyberdakwah adalah salah satu contoh bagaimana internet digunakan untuk amar ma'ruf nahi munkar. Misalnya, menjamurnya *website* yang menggambarkan syiar Islam di media online (Aziz, 2017). Situs online seperti www.erasmuslim.com, www.rumaisyho.com, www.sigabah.com, www.nuonline.com, www.persis.or.id, serta portal berita yang mengisahkan konsep dakwah Islam menunjukkan bagaimana fenomena dakwah siber telah dipraktikkan oleh umat Islam Indonesia. Belum lagi, pemanfaatan fitur dan aplikasi media sosial untuk kepentingan dakwah Islam. Keberadaan akun-akun media sosial di kanal Facebook, Twitter, Instagram, Myspace, Youtube, baik yang mewakili pribadi da'i maupun kelompok da'i secara kelembagaan dianggap sebagai bukti pembaharuan dalam pelaksanaan dakwah Islam. Segala bentuk pemanfaatan media internet untuk kelangsungan dakwah Islam merupakan salah satu kajian dakwah siber (Musdalifah & Salisah, 2022)

Sementara studi tentang dakwah siber memang ada, karya Sukayat (2009) menunjukkan signifikansi internet sebagai ruang baru bagi karya dakwah Islam. Internet telah memungkinkan media menjangkau khalayak dari berbagai ras dan agama. Internet dan bentuk media lainnya juga dapat digunakan untuk menghilangkan kesalahpahaman umum tentang kepercayaan dan praktik Islam dengan menampilkan wajah kemanusiaan agama tersebut.

Menurut temuan Saefulloh (2012), cyberdakwah merupakan bentuk dakwah Islam yang berbeda dengan dakwah tradisional karena memanfaatkan teknologi digital. Ada aspek positif dan negatif dalam menyebarkan Islam melalui dakwah online. Media di Internet dipandang sebagai alternatif yang layak untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Menurut temuan Yoga S (2015), internet berdampak besar pada kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk penginjilan Islam. Dunia maya internet (mayantara) telah muncul sebagai platform baru untuk menyebarkan ajaran Islam.

Penelitian di atas menunjukkan bagaimana dakwah siber dapat digunakan sebagai sarana tambahan dalam menyebarkan ajaran Islam. Hal ini menunjukkan peran penting yang dapat dimainkan oleh para da'i dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang disajikan oleh dakwah Islam di era digital. Internet dan bentuk teknologi informasi canggih lainnya membuka pandangan baru untuk belajar dan berbagi prinsip-prinsip Islam. Namun faktanya, Indonesia adalah rumah bagi 143 juta pengguna internet, menjadikannya salah satu komunitas online terbesar di dunia (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia, 2017). Mengingat banyaknya masyarakat

yang rutin mengakses internet, jelas bahwa ajaran Islam perlu disebarluaskan melalui berbagai platform media online. Penyebaran dakwah Islam di dunia maya dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah dunia maya, atau dakwah Islam melalui platform online, adalah fenomena yang relatif baru dengan tingkat pertumbuhan yang mencengangkan. Salah satu aspek positif dari internet adalah menyediakan media baru untuk penyebaran ajaran Islam. Penggunaan ruang virtual untuk menyebarkan pesan-pesan Islam mencontohkan tren ini karena kebaruannya, jangkauannya yang luas, dan tidak adanya batasan waktu dan tempat. Namun demikian, banyak potensi bahaya yang terkandung dalam penyebaran ajaran Islam melalui internet, yang menjadikan pemanfaatannya sebagai ruang komunikasi dakwah Islam tidak mungkin lepas dari adanya bahaya tersebut. Banyak orang takut akan pesan-pesan senonoh dan banalitas Islami yang tak terkendali yang tidak peduli dengan nilai-nilai Islam atau keandalan informasi Islami dari sumber-sumber tertentu. Di sini, tidak menutup kemungkinan bahwa ilham yang profan dan dangkal menimbulkan bias makna pesan dakwah.

Penelitian ini didasarkan pada perspektif di atas untuk menyelidiki munculnya praktik dakwah inovatif yang memanfaatkan platform online. Salah satu caranya adalah dengan menyelidiki berbagai kemungkinan terkait dakwah siber. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kelebihan dan kekurangan dari upaya dakwah Islam secara online. Dengan meninjau karya-karya yang diterbitkan sebelumnya, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Untuk melakukan tinjauan literatur, berbagai bahan, termasuk buku, jurnal, dan sumber

online, dikumpulkan dan dibaca. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan isu-isu kunci yang terlibat dalam cyberdakwah, penyebaran pesan Islam.

Metode

Penelitian ini bersifat kualitatif, berpusat pada teknik penelitian yang digunakan di perpustakaan. Tinjauan literatur memerlukan beberapa langkah, termasuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber (buku, jurnal, membaca, merekam, mengolah, dan menganalisis) (Anggito & Setiawan, 2018). Literatur tentang cyberdakwah dan berbagai moda komunikasi menjadi dasar penelitian ini.

Tahap analisis penelitian ini meliputi pengumpulan literatur atau teks yang relevan (baik sumber primer maupun sekunder) dan sumber-sumber lain, menyusunnya sesuai dengan tujuan penelitian, dan terakhir, mendeskripsikan masing-masing literatur dengan cukup detail untuk penelitian lebih lanjut. Setelah melakukan semacam studi, hasilnya dianalisis, ditinjau, atau ditafsirkan untuk menghasilkan konsep-konsep baru yang dapat diakses dan relevan dengan topik yang dibahas.

Hasil

Islam dan Era Digital

Perbincangan mengenai Islam di dunia *cyberspace* berkaitan dengan konsep cyberreligion yang mengemuka di tengah percaturan teknologi internet saat ini. Internet sebagai media komunikasi dan informasi global memberikan pengaruh signifikan dalam penyebaran ajaran Islam di dunia. Era digital menghendaki setiap orang

untuk membuka cakrawala pengetahuannya agar tidak pesimis dengan realitas baru yang coba direpresentasikan oleh cyberspace. Secara praktik, *cyberspace* menjadi ruang virtual yang berpengaruh dalam berbagai dimensi kehidupan manusia, termasuk agama. Ruang-ruang *cyberspace* menjadi ruang komunikasi manusia terkait dengan aspek-aspek kehidupan sehari-hari. Melalui teknologi komunikasi internet, ruang *cyberspace* terbentuk dengan kemunculan berbagai aplikasi, fitur, akun media sosial, dan komunitas-komunitas virtual (Suroyya, 2015).

Perubahan dalam interaksi sosial dan norma-norma komunikasi yang dibawa oleh munculnya internet sebagai media baru untuk kegiatan tersebut (Huda, 2019). Internet tidak diragukan lagi berkontribusi pada bias temporal dan spasial yang mendukung lokasi tertentu. Internet menghubungkan individu dengan teman sebaya, komunitas, dan kebutuhan dasar mereka. Sistem informasi yang berjejaring, efisien, dan tahan lama sangat penting untuk komunikasi dan berbagi ide, nilai, dan tanda di era digital (M. Ritonga, 2019).

Internet adalah media baru yang demokratis dan terbuka untuk komunikasi manusia. Karena itu, internet adalah sumber daya universal yang dapat digunakan untuk apa saja. Tentunya internet memiliki manfaat tersendiri bagi interaksi manusia karena merupakan ruang buatan yang bersifat terbuka. Akses ini dapat berupa keuangan, pendidikan, politik, informasi, rekreasi, budaya, atau kombinasi dari hal-hal di atas (Suriani, 2018).

Islam sebagai agama memiliki landasan yang kokoh untuk beradaptasi dengan keadaan baru dan momentum kemajuan zaman. Untuk

merepresentasikan dan memvisualisasikan Islam dengan lebih baik di dunia digital, umat Islam dapat memanfaatkan kapasitas internet yang berkembang berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di seluruh dunia. Internet, dengan segala gadget berteknologi tinggi, digunakan untuk menyebarkan ajaran Islam, di satu sisi. Internet dapat digunakan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai suci Islam secara lebih efektif jika nilai-nilai tersebut dijaga dan dijunjung tinggi. Penyebaran dakwah Islam, atau dakwah, mendapat manfaat dari munculnya internet (Verolyna & Syaputri, 2021).

Ketersediaan internet menawarkan sarana alternatif untuk menyebarkan ajaran Islam. Salah satunya adalah orang dapat menemukan panduan tentang hal-hal spiritual di web (Kustiawan, 2019). Pekerjaan mubaligh dalam menyebarkan dakwah dipermudah dengan tersedianya tools seperti apps, software, dan akun media sosial. Adopsi versi digital Alquran, syamilah maktabah, dan akun dakwah secara luas membuktikan kenyamanan dan ketersediaan sumber daya Islam. Sebagai fenomena yang relatif baru di bidang dakwah, kemunculan *website-website* yang bernuansa agama (Islami) juga tidak bisa diabaikan. Kehadiran internet sebagai salah satu bentuk teknologi mutakhir dapat dijadikan sebagai pendekatan baru dalam berdakwah, sehingga dapat dilihat sebagai dinamika positif dari perspektif gerakan dakwah. Sebagian besar orang di seluruh dunia sekarang memiliki akses ke Internet. Peluang untuk mempromosikan Islam dan mengatasi isu-isu global seperti Islamofobia, radikalisme atas nama Islam, teori agama, dan penyebaran berita palsu dimungkinkan oleh akses Internet yang meluas.

Muslim menggunakan internet untuk memproyeksikan citra Islam ke panggung global. Syukurlah, internet telah menjadi saluran di mana para pendakwah Islam dapat membagikan pesan mereka. Muslim mengambil dunia online sebagai tanda inspirasi ilahi. Internet memiliki dampak besar pada bagaimana prinsip-prinsip Islam dipraktikkan saat ini. Salah satu aplikasi tersebut adalah mencari informasi keagamaan secara online. Salah satu dampak penggunaan internet untuk menyebarkan dakwah Islam adalah menjamurnya ruang-ruang online bertema Islami, seperti *website*, akun media sosial, aplikasi digital Islami, dan lain-lain. Namun, internet dapat menimbulkan efek negatif ketika digunakan sebagai media komunikasi keagamaan dan bias-bias ajaran Islam tidak dapat dihindari. Sehingga menggabungkan baik ajaran Islam yang suci maupun ilmu sekuler. Hal ini menyebabkan ajaran Islam kehilangan simbolisme dan makna aslinya. Ketika orang-orang tanpa identitas Islam yang jelas menjalankan akun media sosial Islam dan tidak memperhatikan aspek-aspek kunci dari ajaran Islam, misalnya. Ketika akses online yang berbeda ke Islam tidak peduli dengan kualifikasi sumber informasi ajaran Islam. Sehingga, terlukislah gambaran Islam yang keras, radikal, tidak ramah, dan intoleran. Akibatnya, prinsip-prinsip Islam semakin dicemarkan dan dikomodifikasi.

Ada empat aspek ke internet yang berkontribusi pada banalisasi dan mempopulerkan ajaran Islam: cara berpikir populer, komunikasi populer, ritual populer, dan simbol populer. Pertama, kebijaksanaan konvensional berpendapat bahwa semua orang beriman harus mendahulukan keinginan jangka pendek (kesenangan)

mereka di atas implikasi ajaran agama yang lebih mendalam. Kedua, bahasa, perilaku, dan norma penampilan budaya populer seringkali disesuaikan untuk digunakan dalam dakwah keagamaan. Ketiga, dalam budaya populer, ritual keagamaan digambarkan sebagai sesuatu yang murni material. Ketika ajaran agama disajikan dengan cara yang menjadikan kepemilikan materi sebagai fokus dari setiap ritual. Dalam upacara keagamaan, simbol-simbol populer berfungsi untuk menarik perhatian pada prinsip-prinsip yang sangat dihargai (M. Ritonga, 2019).

Piliang membagi interaksi manusia (Muslim) dengan teknologi internet menjadi tiga kategori. Perspektif pertama, Paradigma Afirmatif, berpandangan bahwa masyarakat (khususnya umat Islam) cenderung menerima begitu saja teknologi internet, gagal menggunakannya untuk menyaring informasi yang mereka konsumsi atau alat canggih yang mereka kembangkan. Dalam pengaturan ini, orang (Muslim) menjadi pengadopsi yang antusias dari bentuk-bentuk baru teknologi online. Kedua, Paradigma Retrieval, dalam pandangan ini manusia (Muslim) menolak segala bentuk kecanggihan teknologi internet. Dalam konteks ini, teknologi internet dipandang sebagai salah satu penyebab terjadinya keretakan psikologis dan sosiologis. Ketiga, Paradigma Futuristik, pandangan ini menyatakan bahwa manusia ketika menggunakan internet bersifat kritis dan terbuka. Di satu sisi, ia adalah pengguna aktif, sekaligus kritis dan berusaha memfilter segala bentuk informasi yang tersebar dan diterima (E. Y. Ritonga, 2018)

Apa yang baru saja dikatakan Yasraf Amir Piliang mencontohkan bagaimana kegiatan keagamaan antar manusia difasilitasi oleh internet. Ini terjadi sebagai akibat

dari interaksi manusia dan teknologi serta saluran komunikasi. Jelas, penyebaran ajaran agama melalui internet berdampak pada bagaimana ajaran itu diterima, dipahami, dan dipraktikkan di dunia nyata. Dengan mengadaptasi teori Stuart Hall tentang representasi, Fakhruroji mengidentifikasi tiga pendekatan yang diambil oleh umat Islam di dunia online berikut ini: (a) Pola reflektif ini berpandangan bahwa referensi ke Islam online adalah simbol untuk Islam itu sendiri atau untuk gagasan dan institusi Islam. Sebuah lembaga Islam, baik nama maupun organisasi yang menaunginya, tercermin dari maraknya *website-website* Islam. Misalnya, Anda dapat mengunjungi <http://www.muhammadiyah.or.id>, dan <http://www.nu.or.id> untuk mempelajari lebih lanjut tentang kehadiran online organisasi ini. (b) Keagenan manajer sebagai aktor atau penulis merupakan inti dari pola yang disengaja ini. Manajer berada dalam posisi untuk memberikan penjelasan. (c) Makna Islam dikonstruksikan melalui representasi konsep dan tanda, seperti yang ditekankan oleh pola konstruksionis. Pola ini bersifat moderat dan dialektis dalam penafsirannya, memanfaatkan tanda-tanda atau simbol-simbol yang memiliki ikatan yang dalam dengan Islam (Management et al., 2021)

Dengan tersebarnya begitu banyak pengetahuan Islam melalui internet, muncullah peningkatan yang sesuai dalam diskusi tentang otoritas keagamaan. Mungkin tidak pernah diketahui secara pasti apakah penanggung jawab sebuah *website* yang mengaku Islami itu sebenarnya seorang ulama, akademisi, atau sekedar simpatisan yang ingin memamerkan beberapa konten Islami di *website* yang dibuatnya. Masalah ini terkait dengan gagasan identitas, yang

menimbulkan bias makna manajerial dan bias identitas. Ini karena siapa pun memiliki kebebasan untuk memilih tanda dan simbol yang digunakannya untuk mewakili dirinya secara online, berkat sifat internet yang terbuka. Termasuk penyebaran simbol-simbol Islam untuk fungsi tertentu.

Muslim menggunakan internet dengan cara baru untuk mendidik non-Muslim tentang keyakinan mereka, terutama mereka yang sudah memiliki prasangka tentang Islam. Dalam kehidupan normal, seseorang dapat mendatangi seorang pemuka agama atau ahli ketika mereka memiliki pertanyaan atau masalah tentang agama, dan kredibilitas serta kemampuan orang tersebut sebagai pemimpin agama akan segera terlihat. Namun di dunia maya, seseorang dapat mengajukan pertanyaan agama melalui pesan yang diposting di situs web Islami tanpa pernah mengetahui atau peduli tentang otoritas atau kredibilitas administrator situs tersebut. Ketika siapa pun (Muslim atau bukan, ahli agama atau bukan, penceramah atau bukan) dapat dengan bebas mengakses informasi tentang Islam secara online, konstruksi identitas Islam menjadi isu kritis.

Karena itulah pelestarian nilai-nilai sakral Islam, ketika Islam dihadirkan dalam wajah digital, memerlukan penguatan internalisasi Islam sebagai langkah pencegahan. Setiap Muslim di dunia, di mana pun mereka berada atau apa yang mereka alami, harus menerapkan nilai absolut untuk menumbuhkan budaya kritis, budaya literasi, dan budaya Islam yang otentik sebagai sarana untuk melindungi umat dari nilai-nilai fundamental Islam. Prinsip-prinsip utama Islam dapat diikat bersama dengan penekanan baru pada nilai-nilai monoteistik dalam pendidikan Muslim. Jika

hal ini diperhatikan dan dijadikan kebiasaan di kalangan umat, umat Islam akan siap untuk melawan era digital dengan cara yang sejalan dengan ajaran Islam tanpa mengorbankan pijakan yang mereka pijak.

Cyberdakwah: Komunikasi Islam di Era Media Baru

Cyber biasa digunakan dan dipahami dalam bidang teknologi dan informasi untuk menyebut aktivitas daring (daring) yang dilakukan melalui sistem jaringan. Salah satu dari sekian banyak istilah cyber-cyber baru yang muncul akhir-akhir ini adalah cyberdakwah. Cyberdakwah mengacu pada pembahasan seputar proses pelaksanaan dakwah melalui media internet termasuk dunia maya. Banyak Muslim telah terbukti terlibat dalam dakwah dunia maya baik pada tingkat individu maupun kolektif. Dakwah melalui media internet merupakan fenomena baru yang menarik untuk dikaji secara ilmiah, terbukti dengan menjamurnya *website-website* yang mengatasmakan Islam dan menyajikan informasi-informasi Islam. Hal ini untuk menilai tingkat signifikansi pengaruh yang ditimbulkan oleh proses dakwah dan dampaknya terhadap internet. Cyberdakwah merujuk pada praktik penyebaran pesan-pesan terkait dakwah, seperti amar ma'ruf nahi munkar melalui internet (Suroyya, 2015).

Dengan menafsirkan kembali pemikiran John L. Esposito, Asep Saeful Muhtadi menunjukkan bagaimana mobilitas umat Islam di media telah mengubah citra publik Islam di seluruh dunia. Umat Islam sekarang memiliki lebih banyak jenis media untuk dipilih, termasuk internet, yang sangat memperluas akses mereka ke informasi. Beberapa bentuk media modern saat ini

membantu gerakan dakwah Islam global dan berkontribusi pada pertumbuhannya. Sementara sebagian besar umat Islam saat ini hanyalah pengguna, teknologi canggih internet telah digunakan untuk menyebarkan Islam.

Umur panjang dakwah Islam saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan terkini di dunia internet. Umat Islam mulai memanfaatkan internet sebagai media baru, dengan perangkat teknologinya, sebagai ruang artifisial untuk menyebarluaskan ajaran Islam. Internet, dengan keterbukaannya, demokrasi, ketersediaannya yang bebas, tidak adanya hambatan, dan melimpahnya koneksi dan interaktivitasnya, telah menjadi alat tawar-menawar untuk menghadirkan dunia Islam ke seluruh dunia. Orang Kristen dan Yahudi juga mendapat manfaat dari Muslim yang menggunakan internet untuk membagikan iman mereka kepada dunia. Internet menyediakan media yang sangat baik untuk menyebarkan dakwah karena memiliki potensi untuk menjangkau banyak orang dengan cepat dan efisien melintasi jarak yang sangat jauh.

Internet adalah media yang mengubah cara umum penyebaran informasi, termasuk kepercayaan agama. Ada revisi berkala terhadap cara penyebaran ajaran agama. Hal ini sesuai dengan kecenderungan umum teknologi informasi yang berkembang pesat. Selain itu, interaksi online biasanya berlangsung dua arah (komunikasi dua arah). Bagian komentar di lingkungan online yang menampilkan umpan balik positif dan negatif memberikan wawasan tentang proses komunikasi ini. Informasi tentang segala aspek kehidupan manusia, mulai dari hobi hingga kebutuhan pokok, dapat ditemukan di web. Menurut Bunt, internet sekarang menjadi

sumber informasi bagi jutaan orang di seluruh dunia, baik mereka mengidentifikasi sebagai Muslim atau tidak (Miskahuddin, 2017).

Sheikh Hisyam Muhammad Kabbani adalah seorang Muslim Sufi, pendiri yayasan Haqqani, dalam sebuah wawancara dengan Zaleski, Kabbani menggambarkan paradigma Muslim saat menggunakan internet untuk dakwah. Zaleski mencatat dalam wawancaranya bahwa potensi internet untuk mengembangkan dakwah Islam ditingkatkan dengan transmisi energi spiritual melalui layar elektronik. Teknologi jaringan yang terhubung ke internet dapat digunakan untuk mempromosikan kebanggaan Islam di seluruh dunia. Muslim menggunakan internet dengan cara baru untuk mendidik non-Muslim tentang keyakinan mereka, terutama mereka yang sudah memiliki prasangka tentang Islam (Hadi, 2019).

Dawson dan Cowan membagi fenomena ini menjadi dua kelompok besar, yaitu agama online dan agama offline. Agama online menggambarkan penyediaan informasi atau layanan mengenai kelompok dan tradisi agama. Ini termasuk ribuan situs web yang didirikan oleh jemaat gereja, masjid, sinagoga, kuil. Ini termasuk situs komersial yang menjual dan menawarkan buku-buku agama dan produk lainnya secara online. Agama online mengajak pengguna internet untuk berpartisipasi dalam praktik keagamaan online. Praktik ini mungkin berbeda dari satu pengunjung ke pengunjung lainnya. Namun, perbedaan ini tidak mutlak (Rajab, 2014).

Agama, dalam pengertian ini, adalah informasi dan pengetahuan, dan agama online hanyalah agama yang dipraktikkan di ruang virtual Internet. Layanan dan kegiatan keagamaan online. Ada beberapa perbedaan mendasar antara bentuk dakwah virtual

dan tradisional yang harus diperhatikan. Ini berkaitan dengan bagaimana agama dan ajarannya diinterpretasikan dalam konteks media digital, serta efek yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut untuk menyebarkan ide-ide keagamaan (Sari, 2019).

Hojsgaard membedakan tiga ide dalam kaitannya dengan agama di ranah digital: (a) prevalensi komunikasi virtual menggantikan komunikasi aktual (mediasi); (b) tidak adanya kebutuhan akan lembaga (organisasi) keagamaan yang komprehensif; dan (c) prevalensi refleksi budaya siber sebagai pengganti refleksi tradisi keagamaan (konten). Presentasi virtual dari ajaran agama sangat berharga, menambah nilai pada mediasi, organisasi, dan isi dari ajaran tersebut. Ini terkait dengan bagaimana perasaan orang dan apa yang mereka lihat ketika mereka menggunakan energi religius mereka, baik di dunia nyata maupun online (Sari, 2019).

Agama di Indonesia diwakili oleh teks, tokoh, dan institusi. Ketiga simbol keagamaan ini berpotensi menjangkau lebih banyak orang melalui medium media massa. Metode penyebaran otoritas keagamaan secara tradisional, seperti masjid dan lokasi fisik lainnya, kini dapat diperkuat melalui media online di era modern (Wijaya et al., 2016). Cyber dakwah, e-da'wah, atau digitalisasi dakwah menjadi topik diskusi yang ramai dalam evolusi Islam modern. Bagaimana Islam dan ajarannya dapat disebarluaskan melalui media yang sudah kita miliki? Ini memang fakta yang bertentangan dengan akal sehat. Di satu sisi, banyak yang percaya bahwa mereka yang anti-Islam mengendalikan media dan orang-orang yang menciptakan alat yang digunakannya. Di sisi lain, banyak umat Islam yang mampu memanfaatkan kemajuan IT

modern untuk menyebarkan pesan dakwah Islam. Beberapa pembawa dakwah Islam menggunakan jejaring sosial, blog, mesin pencari, dan instrumen digital lainnya untuk menyebarkan pesan Islam ke khalayak yang lebih luas.

Pembahasan

Dakwah melalui internet memiliki tingkat signifikansi yang besar. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, siapa saja yang merasa membutuhkan informasi keagamaan bisa melakukan pencarian di internet. Internet dapat digunakan sebagai ruang informasi yang dapat diakses oleh siapa saja dan dalam waktu yang relatif singkat. Kedua, potensi pengguna internet meningkat setiap tahun.

Hal ini berbanding lurus dengan kecanggihan berbagai fasilitas internet dengan beragam fitur, aplikasi, dan program. Misalnya, kehadiran Facebook, Twitter, LinkedIn, dan Instagram. Selain itu, kehadiran YouTube dan blogging dijadikan sebagai sarana yang dapat digunakan para da'i untuk menyebarkan pesan-pesan ajaran Islam, merespon isu-isu kekinian terkait agama dan menempatkan internet sebagai media baru dalam proses penyampaian pesan-pesan Islam. Ketiga, dakwah melalui internet telah menjadi alternatif bagi masyarakat yang lebih memilih menerima ajaran Islam melalui metode kekinian, menyesuaikan dengan kehidupan manusia modern (Choliq, 2018).

Secara umum, prevalensi dakwah online merupakan indikasi meluasnya adopsi alat komunikasi mutakhir dalam lingkup Islam. Karena sifatnya yang sosial, internet menjadi pola penyebaran pesan dakwah dalam konteks novel. Gagasan cyberdakwah

memperluas cakupan ilmu Islam dari sudut pandang kontekstual sekaligus muncul sebagai media baru yang dianggap efektif untuk menyebarkan ajaran Islam. Dalam konteks menyebarkan semangat Islam ke seluruh dunia, aktivitas dan gerakan dakwah Islam online berkembang dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Islam digambarkan dengan cara baru, melampaui batas fisik untuk mengambil bentuk peradaban digital yang menghiasi representasi cyberspatial manusia. Dakwah siber memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai media baru untuk menyebarkan dan mengadaptasi ajaran Islam. Ini masuk akal, karena internet itu sendiri adalah produk inovasi teknologi manusia, dan jelas ada banyak cara untuk meningkatkan dan menyempurnakannya lebih lanjut.

Adapun keuntungan pelaksanaan cyberdakwah antara lain : (a) Setiap orang memiliki akses informasi yang sama dan tidak terbatas berkat sifat internet yang terbuka dan demokratis. Khususnya konten Islami, (b) Karena jangkauan global dan kemudahan penggunaannya, internet melampaui batasan tradisional kelas, kebangsaan, ras, dan geografi untuk menjadi media komunikasi universal. Ini meningkatkan jangkauan dan dampak dakwah online, (c) Internet membuat dakwah menarik secara visual dengan cara apa pun yang diinginkan. Dari penampilan luar dan pakaian hingga simulasi yang menarik, semua ini dan lebih banyak lagi dapat disajikan dalam media virtual ini; (d) Informasi yang disampaikan dalam format apapun melalui internet dapat disimpan secara permanen. Karena arsip menjadi keuntungan dari internet. Semua catatan dan data dapat disimpan dan diambil tanpa batas waktu; dan (e) Melalui pemanfaatan teknologi

jaringan, dakwah secara online dapat dilakukan. Artinya, dakwah dapat disebarkan dengan berbagai cara, termasuk dengan mengintegrasikan ke dalam komunitas online yang sudah ada sebelumnya (Harisah, 2019).

Beberapa masalah dakwah siber antara lain: (a) Sebagian orang mempertanyakan keikhlasan dan ilmu orang-orang yang mengurus *website* dakwah Islam di web. Hal ini disebabkan sifat konstruksi identitas online yang terbuka dan tidak terbatas. Siapa pun dapat mengedepankan wajah identitas mana pun yang mereka sukai. Dalam beberapa kasus, dia tidak terkalahkan baik di dunia fisik maupun online. Dengan kata lain, terkadang identitas adalah kedok atau nama samaran; (b) Asimilasi dan penodaan ajaran Islam dapat terjadi jika tidak ada proses pengamanan yang ketat. Oleh karena itu, tidak ada pemisahan antara yang sekuler dan yang suci, yang asli dan yang palsu; (c) Terkadang, seseorang yang menggunakan internet tidak lebih dari menerima materi yang disajikan kepada mereka. Hal ini menyulitkan untuk mempertahankan budaya yang menghargai pemikiran kritis, meleak huruf, dan kepatuhan yang tulus terhadap ajaran Islam; dan (d) Sifat terbuka Internet terkadang dapat memajukan fantasi umum. Pengurus terkadang termasuk dalam diskursus Islam yang lebih mengutamakan penampilan daripada isi

Simpulan

Cyberdakwah, sebuah ruang mayantara yang digunakan untuk melakukan kegiatan amar ma'ruf nahi munkar. Cyberdakwah adalah fenomena penggunaan internet untuk menyampaikan informasi dan pesan ajaran Islam. Penggunaan internet sebagai media dakwah disertai dengan berbagai kelebihan

dan kekurangan. Secara positif, internet merupakan media baru dakwah Islam yang dapat menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam secara efektif, terbuka, mudah diakses, dan dengan jangkauan yang luas baik dari segi wilayah, ruang dan waktu. Selain itu, cyberdakwah dapat digunakan sebagai upaya narasi konten Islami dalam melawan isu-isu yang menodai citra Islam. Sifat internet yang terbuka dan mudah diakses, di sisi lain, memfasilitasi percampuran informasi bohong, ujaran kebencian, dan hoaks yang mengatasnamakan Islam untuk tujuan mereka sendiri dengan nilai-nilai suci ajaran Islam.

Cyberdakwah, atau penginjilan Islam digital, adalah fenomena yang berkembang yang kemungkinan akan memiliki konsekuensi luas bagi masa depan penginjilan Islam saat kita memasuki era modern global. Cyberdakwah adalah praktik penyebaran pesan Islam melalui internet. Cyberdakwah mempromosikan penyebaran propaganda Islam dengan mendorong umat Islam untuk menyangkal semua penggambaran negatif tentang Islam dan umat Islam secara online. Cyberdakwah, kemudian, adalah strategi modern untuk menyebarkan ajaran Islam di era digital.

Saran untuk penelitian yang akan datang antara lain kemampuan untuk mengkaji dengan menggunakan metode lain (baik kualitatif maupun kuantitatif) atau memadukan metode dengan kajian yang lebih spesifik yang da'I terapkan pada mad'u; pertanyaan lain dapat berfokus pada pembahasan penerapan layanan cyberdakwah (seperti: cyberdakwah via Facebook; Instagram; WhatsApp); dan satu lagi jalur inkuiri dapat membahas studi berdasarkan kondisi terkini dan studi lain sehingga menjadi lebih menarik dan unik.

Daftar Pustaka

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Aziz, M. A. (2017). Media Massa Islam dalam Tantangan Global (Analisis Dakwah dan Cyber Media di Indonesia). *Islamic Communication Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2169>
- Cholih, A. (2018). Dakwah melalui Media Sosial Facebook. *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol.16(2), 170–187.
- Hadi, H. S. (2019). Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer. *Jurnal Al-Hikmah*, 17(1), 79–90. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.8>
- Harisah. (2019). Revitalisasi Dakwah Pemuda Era 4.0. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 20(1), 1–26. <https://doi.org/10.14421/jd.1425>
- Huda, M. (2019). Komodifikasi Pesan Dakwah Pada Iklan Pertamina Versi Tabungan Terbaik di Televisi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 137. <https://doi.org/10.29240/jdk.v3i2.643>
- Kusnawan, A., Athallah, A., & Fadlilah Salma, F. Z. (2022). Reactualization of Dakwah in The Era of The Industrial Revolution 4.0 Through Training in Graphic Design of Dakwah Content. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(1), 55–76. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v16i1.17252>
- Kustiawan, W. (2019). Perkembangan Teori Komunikasi Kontemporer. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.37064/jki.v6i1.5517>
- Management, T., International, J., & Bawono, S. (2021). *The Opportunity of Internet Literacy to Increase Consumption and Attract Foreign Investor in Indonesia*. 2(1), 16–19.
- Masy'ari, A. (1993). *Butir-butir Problematika Dakwah Islamiyah*. Bina Ilmu Offset.
- Miskahuddin. (2017). Pengaruh Internet terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 293–312. <https://doi.org/10.22373/jm.v7i2.2366>
- Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 12(2). <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2.2733>
- Mutmainnah, M. N., Rahmatia, R., & Hasbi, H. (2020). Literasi Media Sosial Pada Pemuda Di Desa Soro Kabupaten Bima. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 21(2), 149. <https://doi.org/10.24252/jdt.v21i2.14894>
- Nawawi. (2012). Dakwah dalam Masyarakat Multikultural. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.24090/kom.v6i1.2012.pp%p>
- Purwanto, H., & Nuha, A. A. (2020). Post Dakwah di Era Cyber Culture. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.633>
- Rajab, M. (2014). *Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi Komunikasi*. *Dakwah Tabligh*, 15(1), 69–90.

- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, 3(1), 60–77.
- Samsudin, S. (2021). Dakwah di Tengah Pluralitas Masyarakat. *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.47453/communicative.v2i1.408>
- Sari, D. A. (2019). Makna Agama dalam Kehidupan Modern. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 14(1), 16–23.
- Sulfika, S. (2020). Resepsi Masyarakat Milenial Terhadap Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Di Kabupaten Bone. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 21(2), 253. <https://doi.org/10.24252/jdt.v21i2.11209>
- Suriani, J. (2018). Komunikasi Dakwah di Era Cyber. *An-Nida*, 42(1). <https://doi.org/10.24014/an-nida.v42i1.9337>
- Suroyya, D. (2015). Cyber Dakwah dalam Menghadapi Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Dakwah & Pengembangan Masyarakat*, 13(1). <http://ejournal.iain-jember.ac.id/index.php/alhikmah/article/view/387>
- Syam, N. (2020). Paradigma dan Teori Ilmu Dakwah: Perspektif Sosiologis. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.29300/syr.v20i1.2604>
- Verolyna, D., & Syaputri, I. K. (2021). Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>
- Wijaya, M. M. A., AS, E., & Ridwan, A. (2016). Tabligh Melalui Media Sosial LINE. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i1.19>
- Zaini, A. (2017). Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 37(2), 284–301. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/2708>