

## PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH

<sup>1</sup>Zainullah, <sup>2</sup>Abdul Halim, <sup>3</sup>Ardiansyah

<sup>1</sup>Madrasah Tsanawiyah Al – Mardliyyah Pamekasan

<sup>2</sup>STAI Hasan Jufri Bawean

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam YPIQ Baubau

<sup>1</sup>[zainullahgasela@gmail.com](mailto:zainullahgasela@gmail.com)

<sup>2</sup>[tangguhpejuang479@gmail.com](mailto:tangguhpejuang479@gmail.com)

<sup>3</sup>[ardiansyaha2828@gmail.com](mailto:ardiansyaha2828@gmail.com)

### Abstrak

Saat ini, umat Islam menghadapi masalah kurangnya media massa yang memadai, terutama media digital keagamaan yang penting untuk meningkatkan pengetahuan agama Islam. Dalam era teknologi ini, umat Islam sering menjadi konsumen informasi yang dikembangkan oleh media Barat, yang sering menyebarkan budaya bertentangan dengan ajaran Islam. Untuk mengatasi hal ini, para da'i perlu memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, dengan misi utama menyampaikan ajaran Islam secara efektif kepada masyarakat. Melalui media digital, dakwah dapat mengubah cara penyampaian dari yang biasanya pasif menjadi lebih interaktif, memungkinkan audiens menganalisis wacana dengan jelas dan memberikan kritik serta saran. Media digital, seperti buletin, menawarkan peluang untuk da'i berperan aktif dalam pers dan jurnalistik, serta memastikan lembaga pers beroperasi sesuai dengan etika Islam. Visi dari buletin adalah menjadi media alternatif yang akurat untuk rujukan dalam ibadah dan muamalah umat.

**Kata kunci:** Media, Dakwah, Digital.

### Abstract

*Currently, Muslims face the issue of lacking adequate mass media, particularly religious digital media that is crucial for enhancing Islamic knowledge. In this technological era, Muslims often become consumers of information developed by Western media, which frequently promotes cultures contrary to Islamic teachings. To address this, religious preachers (da'i) need to utilize digital media as a tool for da'wah, with the primary mission of effectively conveying Islamic teachings to the community. Through digital media, da'wah can shift from a passive delivery method to a more interactive approach, allowing audiences to analyze discourse clearly and provide feedback and suggestions. Digital media, such as newsletters, offers opportunities for preachers to play an active role in the press and journalism, ensuring that media institutions operate in accordance with Islamic ethics. The vision of newsletters is to become an accurate alternative media source for religious and social guidance.*

**Keywords:** Media, Da'wah, Digital.

## PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi, media massa banyak berkembang dalam kehidupan masyarakat saat ini. Ini disebabkan oleh pendidikan dan penghasilan masyarakat semakin meningkat, sehingga menyadarkan masyarakat untuk menggunakan media massa. Media massa, baik cetak maupun elektronik memiliki fungsi yang sangat strategis untuk menyiaran informasi, mendidik, menghibur, menyajikan rubrik-rubrik yang bersifat hiburan, dan mempengaruhi pembaca agar mereka percaya dengan yang disajikan oleh media.

Perkembangan media digital dapat menguntungkan da'i sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Media digital mempunyai karakter yang lebih mendalam dalam menyajikan berita, serta isinya dapat disimpan untuk dikaji ulang bila diperlukan atau digunakan kembali dalam masyarakat. Oleh karena itu, media digital dapat dipertimbangkan untuk dijadikan sebagai media dakwah mengingat dakwah Islam di era sekarang ini tidak cukup hanya menggunakan media tradisional, seperti ceramah dan pengajian yang masih menggunakan media komunikasi tutur sebagai andalan utamanya. Oleh karena itu, penggunaan media-media komunikasi modern perlu dimanfaatkan secara baik, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran sesuai dengan kondisi daya pikir masyarakat.

Konsep dasar penyiaran Islam adalah keyakinan bahwa semua dari Allah Swt dan akan kembali kepada-Nya, penumbuhan kesadaran manusia akan kedudukan dan kemanusiaannya serta kesadaran akan hak dan tanggung jawab kemasyarakatannya. Dakwah sebagai ajakan atau seruan untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam perlu mencari cara dan media yang efektif dan efisien agar pesan-pesan yang disampaikan benar-benar dipahami dan diamalkan secara baik. Terlebih lagi di tengah-tengah perkembangan teknologi dan perkembangan zaman yang semakin mengglobal saat ini, tentu saja kegiatan dakwah perlu dilakukan perubahan dan perkembangan atas metode yang digunakan agar lebih memberikan hasil yang lebih baik.

Dakwah yang dilakukan melalui penggunaan media digital dapat memberikan wacana baru bagi penyiaran Islam, yang biasanya dakwah selalu dikembangkan dengan budaya tutur yang cenderung menjadikan objek dakwah menjadi pendengar yang pasif. Dalam hal ini, kegiatan dakwah yang dilakukan melalui media digital ini akan memberikan tawaran yang lebih, di mana audiens dapat menganalisis wacana dengan lebih jelas, karena terekam dalam media dan dapat memberikan opsi, baik berupa kritik maupun saran kepada redaksi melalui surat atau email. Bagi seorang da'i hal ini merupakan peluang untuk mengembangkan diri dan mengambil peran aktif dalam pers dan jurnalistik, baik yang dilakukan secara terjun langsung atau bekerja sama dengan pers, sehingga dapat mengarahkan lembaga pers dalam perspektif Islam agar tidak bertentangan dengan etika, moral, dan agama (Ardhana, 2011, 10).

Dalam kaitannya dengan respon masyarakat terhadap penggunaan media digital dalam kegiatan dakwah, seorang da'i harus mampu merangsang dan membawa para pembacanya

kepada pokok permasalahan yang diinginkan, sehingga para pembaca tersebut terlibat dalam persoalan atau wacana yang disajikan. Respon baik dari masyarakat dapat berupa kritikan dan saran yang dikirimkan kepada redaksi sebagai ajang tukar pikiran dan untuk mengetahui sejauhmana respon masyarakat kepada wacana yang disajikan. Dalam melakukan dakwah melalui media digital menuntut penyajian kata yang selektif dan tidak bertele-tele agar para pembaca tidak bosan dan tertuju kepada pokok permasalahan.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan dan keberhasilan dakwah adalah media digital. Ini dikarenakan secara nilai aktualitas (unsur kebaruan peristiwa) media digital lebih lama dari surat kabar yang hanya berumur satu hari, yaitu mulai dari mingguan hingga bulanan. Elvinaro Ardianto menyatakan bahwa surat kabar yang terbit kemarin akan dianggap basi bila dibaca pada hari ini. Sedangkan media digital dianggap tidak basi apabila dibaca setelah terbit dua atau tiga hari yang lalu (Ardianto, 2008, p.113). Saat ini bermunculan media digital yang menyebarkan informasi keagamaan sebagai media dakwah di tengah masyarakat. Apabila seorang da'i ingin menggunakan media digital sebagai media dakwah, maka da'i tersebut harus mampu memanfaatkannya dengan cara menulis isi dakwah yang berhubungan dengan misi dakwah Islam.

## METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai pemanfaatan media digital sebagai media dakwah dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan studi pustaka. Metode ini mencakup pengumpulan data dari berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku, artikel, jurnal, dan laporan. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dengan meneliti materi yang tersedia tentang bagaimana media digital diterapkan dalam dakwah dan potensi optimalisasinya untuk menyebarluaskan ajaran Islam. Tahapan pengolahan data dimulai dengan kondensasi data, yaitu merangkum informasi yang diperoleh dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan pola yang muncul. Proses ini membantu dalam menyaring dan menyederhanakan data agar lebih mudah dianalisis. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk yang terorganisir seperti tabel, grafik, atau narasi, guna memudahkan pemahaman dan analisis lebih lanjut. Penyajian data ini memungkinkan peneliti untuk melihat hubungan antara informasi yang berbeda dan menyusun argumen yang kuat. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengintegrasikan temuan-temuan dari data yang telah diproses. Langkah ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan mendalam mengenai efektivitas penggunaan media digital dalam dakwah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu masdar dari kata kerja da'a, ya'du, da'watan, yang berarti seruan, ajakan, dan panggilan (Mustam, 2010, p.01). Orang yang melakukan dakwah disebut da'i, yaitu individu yang melakukan seruan atau ajakan, sementara istilah da'watan digunakan jika seruan tersebut dilakukan oleh banyak orang (Ya'qub, 2009, p.13). Secara etimologi, dakwah berarti menyuruh, memanggil, atau mengajak umat manusia untuk menerima dan mempercayai ajaran Allah serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Secara terminologi, Zulkifli Mustam mendefinisikan dakwah sebagai usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana, baik melalui sikap, ucapan, maupun perbuatan, yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung maupun tidak langsung, kepada individu, masyarakat, atau kelompok untuk memotivasi mereka menerima ajaran Islam, mempelajarinya, dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Malik Idris menyatakan bahwa dakwah adalah upaya mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu diamalkan oleh pendakwah itu sendiri (Mustam, 2010, p.02). Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei mengartikan dakwah sebagai upaya mengajak dan mengembalikan manusia pada fitrah dan kehanifannya secara integral (Muhyiddin & Safei, 2008, p.23). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah kegiatan yang disengaja dan terencana untuk mengajak orang lain agar meyakini dan mengamalkan aqidah serta syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i bertujuan untuk mencapai kondisi ideal dalam masyarakat, di mana keyakinan dan perilaku mereka selaras dengan ajaran agama yang disampaikan. Sejarah perkembangan agama tauhid menunjukkan bahwa ajaran Allah Swt terus berkembang dengan baik karena didukung oleh dakwah para Nabi, Rasul, ulama, dan da'i/mubaligh hingga saat ini. Meski demikian, seringkali mukjizat yang diberikan Allah Swt kepada para Nabi diragukan dan ditolak oleh kaumnya, bahkan ada yang menganggap mereka sebagai tukang sihir. Meskipun menghadapi penolakan, hal ini tidak menjadi penghalang untuk melanjutkan dakwah agar tujuan dakwah dapat tercapai dengan efektif.

Al-Qur'an menjelaskan secara khusus tentang tujuan dakwah dalam surat Yusuf ayat 108, yang berbunyi: "Katakanlah: 'Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikuti aku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha Suci Allah, dan aku bukanlah termasuk orang-orang yang musyrik'" (QS. Yusuf: 108) (Depag, 1998). Oleh karena itu, tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu tujuan utama dan tujuan khusus. Kedua tujuan ini merupakan sasaran dari kegiatan dakwah yang dilaksanakan kepada masyarakat, dengan harapan agar masyarakat menjadi beriman dan bertakwa kepada Allah Swt, serta melaksanakan segala perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Tujuan utama dakwah adalah hasil akhir yang ingin dicapai dari keseluruhan tindakan atau aktivitas dakwah, yaitu terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah Swt. Tujuan utama dakwah meliputi: Mengajak seluruh umat manusia untuk menyembah Allah Yang Maha Esa dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu; Mengajak kaum Muslim agar mereka beribadah dengan ikhlas karena Allah, serta memastikan amal perbuatan mereka tidak bertentangan dengan iman; Mengajak umat manusia untuk menerapkan hukum Allah yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi seluruh umat manusia (Mustam, 2010, p.29).

Sementara itu, tujuan khusus dakwah berfokus pada nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai oleh Allah Swt, sesuai dengan bidang kehidupan yang digelutinya. Adapun tujuan khusus dakwah adalah: Mengajak umat Islam untuk terus meningkatkan ketakwaan mereka kepada Allah Swt; Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf; Mendidik dan mengajar anak-anak agar tetap sesuai dengan

fitrahnya (Syukir, 2005, p.55). Di sisi lain, tujuan tertinggi dari usaha dakwah adalah semata-mata mencari keridhaan Allah Swt dengan berusaha menyadarkan manusia untuk melaksanakan segala perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Dengan demikian, dakwah dilaksanakan untuk mengajak manusia ke jalan Allah Swt, mempengaruhi cara berpikir, merasakan, bersikap, dan bertindak, agar mereka bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Tujuan akhir dari dakwah adalah mengantarkan masyarakat menjadi hamba Allah yang selamat di dunia dan akhirat kelak.

### Media Dakwah

Dalam kegiatan dakwah di era komunikasi dan informasi saat ini, seorang da'i selain dapat bertatap muka secara langsung dengan penerima dakwah dalam menyampaikan materi dakwah yang dilakukan melalui ceranah, juga dapat dilakukan dengan cara menggunakan berbagai media dakwah, baik media digitalmaupun elektronik sebagai alat untuk menyampaikan materi dakwahnya kepada penerima dakwah, terutama yang dilakukan dalam bentuk tulisan. Media dakwah menurut Wahyu Ilahi merupakan alat yang digunakan da'i untuk menyampaikan materi dakwah kepada sasaran dakwah (Ilahi, 2006, p.32). Menurut Wahidin Saputra, media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* (Saputra, 2012, p.288).

Media dakwah yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat di antaranya adalah televisi, radio, dan media cetak. Seorang da'i atau mubaligh dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada masyarakat, dapat memanfaatkan media dakwah tersebut. Tujuannya agar dakwah yang disampaikan seorang da'i lebih mudah dipahami dan lebih mengena kepada *mad'u* (Saputra, 2012, p.32). Media dakwah yang dapat digunakan seorang da'i satu di antaranya berupa media cetak. Media digitalmemiliki kelebihan tersendiri yang tentu saja dapat menunjang aktivitas dakwah. Hal ini disebabkan media digitalmerupakan media yang memiliki ciri tertentu sesuai *posisioning* dari instansi penerbitnya, sehingga lebih jelas karakteristiknya. Menurut Suf Kasman, media digitalditerbitkan secara berkala sesuai periode yang ditentukan oleh penerbit menjadi *general storehouse* atau gudang ragam informasi yang disajikan lebih mendalam namun tetap sesuai dengan karakter media digitaltersebut (Kasman, 2009, p.196).

Memanfaatkan berbagai kolom atau rubrik yang ada dalam buletin, seorang da'i dapat menyebarluaskan pesan dakwahnya kepada masyarakat secara leluasa. Hal ini dikarenakan berdakwah melalui penggunaan media digitaljauh lebih efektif dan efisien, terutama bagi khalayak umum (*mad'u*) yang sibuk seperti saat ini. Dalam kondisi yang demikian tersebut, tidak mungkin *mad'u* mengikuti ceramah dari seorang da'i secara langsung. Oleh karena itu, buletin sangatlah diperlukan sehingga semua pesan dakwah dapat tersampaikan sampai ke seluruh pelosok bumi (Mufid, 2008, p.35). Tentu saja dalam setiap keberhasilan dakwah terdapat penyesuaian dalam setiap metode dakwah, media, serta strategi yang digunakan. Namun keberadaan media digitalseperti buletin memberikan pengaruh terhadap kalangan *mad'u* yang membutuhkan pendekatan dakwah melalui media seperti ini. Saat ini buletin menjadi salah satu media digitalyang cukup diminati sebagai saluran penghubung ide dengan

nilai-nilai kebijakan untuk umat karena dianggap memiliki peran dalam proses keberhasilan dakwah. Selain itu, buletin menyajikan informasi dari berbagai aspek kehidupan sesuai karakteristik pembaca, dan di sisi lain sebagai santapan rohaniah dan alat menghimpun aspirasi dari masyarakat, guna memberi informasi, hiburan dan sarana edukasi.

Melalui kesesuaian karakter buletin dengan pembaca yang homogen dari instansi yang sama, media tersebut dinilai lebih efektif karena menyesuaikan dengan kebutuhan, kepentingan, keinginan informasi, apakah yang diinginkan sehingga manfaat juga dampaknya mampu lebih dirasakan (Abdurrahman, 2010, p.118). Buletin merupakan salah satu bentuk lain dari media digital yang tentu idealnya memiliki fungsi sama seperti media komunikasi massa lainnya, yaitu menyiaran informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Menyampaikan materi dakwah dengan menggunakan media cetak, seorang da'i harus mempunyai keterampilan dalam menulis materi dakwah yang akan disampaikan kepada masyarakat umum. Media dakwah berupa cetak adalah menyampaikan materi dakwah dengan menggunakan media tulisan. Berdakwah dengan memanfaatkan media digital hendaknya ditulis dengan gaya bahasa yang lancar, mudah dicerna, dan menarik minat masyarakat, baik masyarakat yang awam maupun kaum terpelajar (an-Nabiry, 2008, p.236). Dengan demikian, materi dakwah yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah, sehingga upaya menegakkan amar ma'ruf dan nahi munkar di tengah-tengah masyarakat dapat tercapai dengan baik sesuai yang diharapkan.

Samsul Munir Amin mengatakan bahwa dakwah *bil-qalam* adalah dakwah melalui media cetak, mengingat kemajuan teknologi informasi yang memungkinkan seseorang berkomunikasi secara sering dan menyebabkan pesan dakwah bisa menyebar seluas-luasnya, maka dakwah lewat tulisan mutlak dimanfaatkan untuk kemajuan teknologi informasi (Amin, 2009, p.39). Oleh karena itu, keberadaan media digital dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai alat dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat, baik secara individual maupun kelompok.

Media dakwah memiliki peran dan fungsi yang sangat penting dan strategis dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat sebagai penerima dakwah. Apalagi di era kemajuan alat komunikasi dewsia ini, berbagai macam media dakwah muncul di tengah-tengah masyarakat, seperti media elektronik dan media digital yang keberadaannya terus mengalami perubahan dan perkembangan dari tahun ke tahun serta sangat efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan-pesan dakwah. Oleh karena itu, media dakwah tersebut dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baik oleh para da'i dalam menyampaikan materi dakwah atau pesan-pesan, terutama pesan-pesan yang bersifat keagamaan kepada masyarakat agar dapat dipahami dan dihayati, yang kemudian diamalkan secara baik dalam kehidupan nyata sehari-hari.

Menurut Hartono A. Jaiz fungsi media dakwah dapat dibagi ke dalam tiga hal, antara lain: melayani kebutuhan masyarakat tentang informasi Islam. Informasi yang disebut di sini adalah informasi yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits; berupaya mewujudkan atau menjelaskan seruan al-Qur'an secara cermat melalui berbagai media dakwah untuk mengembalikannya kepada fitrah dan keuniversalannya serta menyajikan produk-produk Islam

yang selaras dengan pemikiran; menghidupkan dialog-dialog bermuansa pemikiran, politik, budaya, sosial, dan lain-lain (Kasman, 2010, 120).

Fungsi pertama dari media dakwah adalah untuk melayani masyarakat tentang informasi Islam. Artinya, dengan penggunaan media dakwah akan memberikan layanan terbaik serta memudahkan masyarakat memahami Islam yang disampaikan melalui media dakwah, baik menyangkut hukum Islam, sejarah Islam, perkembangan Islam, dan sebagainya. Fungsi kedua dari media dakwah adalah untuk menjelaskan seruan al-Qur'an. Artinya, dengan penggunaan media dakwah akan memudahkan manusia memahami ajaran Islam yang bersumber dari al-Qur'an yang kemudian dijadikan pedoman utama sebagai bentuk kepatuhan kepada Allah Swt dengan selalu mengerjakan semua perintah dan menjauhi segala larangan-Nya, sehingga manusia senantiasa berada dalam kefitrahannya. Fungsi ketiga dari media dakwah adalah untuk menghidupkan dialog. Artinya, melalui penggunaan media dakwah akan dapat menghidupkan dialog, baik yang dilakukan oleh masyarakat dengan seorang da'i maupun yang dilakukan oleh masyarakat dengan sesama masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan dengan selalu berlandaskan hukum Islam.

Dari fungsi-fungsi media dakwah tersebut dapat dijadikan pedoman oleh para da'i dalam menggunakan media dakwah secara baik sebagai alat atau sarana untuk menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat. Dengan demikian, materi dakwah terutama yang berisi seruan al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai perintah Allah Swt dan perbuatan Rasulullah Saw yang disampaikan secara baik melalui media dakwah tersebut, seperti media digitalakan dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat. Pada tahap selanjutnya, seruan al-Qur'an dan as-Sunnah yang disampaikan oleh para da'i melalui media dakwah tersebut akan diamalkan secara baik oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungannya dengan Allah, sesama manusia, maupun dengan alam lingkungannya.

Penggunaan media dakwah oleh seorang da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat, sehingga mereka memiliki kesadaran tinggi untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari memiliki peran yang sangat sentral dan strategis. Penggunaan media dakwah dalam pelaksanaan dakwah kepada masyarakat, terutama media digitalmemiliki peran penting dan efektifitas tinggi dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam, baik yang dilakukan kepada masyarakat secara perseorangan maupun kepada masyarakat secara kelompok dengan tanpa kehadiran seorang da'i ke tengah-tengah masyarakat.

Media dakwah yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah di masyarakat memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan tersebut meliputi: memberantas buta huruf melalui pendidikan membaca dan menulis; menyampaikan ajaran-ajaran Islam berdasarkan al-Qur'an dan al-Hadits; meluruskan informasi yang beredar; mengajak seluruh umat manusia untuk menyembah Allah tanpa mempersekuatkan-Nya; mendorong umat Muslim untuk melaksanakan kewajiban ibadah seperti shalat, zakat, dan ibadah lainnya yang telah ditentukan; mengajak umat Islam untuk memiliki akhlak terpuji; dan mengingatkan umat Islam agar tetap berhati-hati terhadap berita-berita yang datang (Kasman, 2009, p.120).

Agar tujuan media dakwah yang digunakan sebagai alat menyampaikan informasi dan pesan-pesan berupa nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat dapat tercapai secara optimal sesuai yang diharapkan, maka selain diperlukan adanya persiapan-persiapan yang baik dari media dakwah yang akan digunakan dalam kegiatan dakwah, seorang da'i juga perlu memilih media dakwah yang efektif dan murah. Hal itu dimaksudkan agar seluruh masyarakat dapat menjangkau dan memanfaatkan dengan baik terhadap media dakwah yang digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam. Hal penting yang juga perlu diperhatikan oleh da'i adalah materi dakwah yang akan disampaikan, yaitu mudah, jelas, dan dimengerti oleh seluruh lapisan masyarakat ketika memanfaatkan media dakwah.

Banyak ragam media dakwah yang dapat digunakan oleh seorang da'i untuk melaksanakan dan menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat. Menurut Samsul Munir Amin, media dakwah dapat dibagi menjadi dua macam: pertama, non-media massa, yang mencakup manusia seperti utusan atau kurir, dan benda seperti telepon dan surat; kedua, media massa, yang terdiri dari media massa manusia seperti pertemuan, rapat umum, seminar, dan sekolah, serta media massa benda seperti spanduk, buku, selebaran, poster, dan folder, serta media massa periodik cetak dan elektronik yang meliputi media visual, audio, dan audio-visual (Amin, 2009, p. 38). Sementara itu, Hamza Ya'kub membagi media dakwah menjadi lima macam: lisan, yakni dakwah yang dilakukan secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, dan pidato; tulisan, yang mencakup bentuk tulisan seperti novel, majalah, koran, dan spanduk; lukisan, yaitu segala bentuk gambar seperti lukisan, fotografi, dan karikatur; audio visual, yang mencakup suara dan gambar melalui media seperti televisi dan internet; serta akhlak, yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam dan dapat dilihat atau ditiru langsung oleh mad'u. (Amin, 2009, p.38).

Macam-macam media dakwah tersebut perlu dipahami secara baik oleh da'i dan kemudian digunakan sebagai alat dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat agar memberikan hasil optimal dalam menyeru dan mengajak masyarakat ke jalan Allah Swt. Dalam memilih media dakwah yang akan digunakan dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat yang perlu diperhatikan oleh da'i adalah keefektifan dari media dakwah. Demikian juga yang perlu diperhatikan untuk selanjutnya diipahami oleh dai'i dalam menggunakan media dakwah ketika menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat adalah keterampilan atau kemampuan si da'i itu sendiri. Artinya, untuk mendukung keberhasilan dakwah yang dilaksanakan melalui penggunaan media dakwah, da'i harus memiliki keterampilan dalam mengoperasionalkan media dakwah tersebut. Misalnya, apabila da'i menggunakan media digital dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada masyarakat, maka da'i harus memiliki kemampuan menulis dengan menggunakan bahasa Indonesia yang menarik dan mudah dipahami maksudnya oleh masyarakat. Hal ini penting dimiliki dan dilakukan dengan baik oleh da'i agar materi dakwah yang disampaikan dengan mudah dipahami oleh masyarakat.

Penggunaan media dakwah oleh seorang da'i dalam kegiatan dakwah sangat penting karena eksistensinya sangat praktis dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat. Dengan penggunaan media dakwah selain bersifat mudah dalam menggunakannya, seorang

da'i juga memiliki kesempatan banyak untuk mempersiapkan diri dengan baik dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada masyarakat. Demikian juga materi dakwah yang akan disampaikan melalui media dakwah dapat tersusun dengan baik, sehingga memudahkan bagi masyarakat dalam menerima dan memahami materi dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i. Materi dakwah yang disampaikan melalui media dakwah, khususnya media digitalakan menjadi dokumen penting dan dapat dimanfaatkan kembali apabila sewaktu-waktu diperlukan.

Dari beberapa keunggulan media dakwah, khususnya media digitalperlu mendapatkan perhatian secara baik oleh seorang da'i dan kemudian berusaha menggunakannya dalam kegiatan dakwah yang akan dilaksanakan kepada masyarakat. Namun yang perlu dipahami oleh seorang da'i dalam menggunakan media dakwah, khususnya media digitaladalah keterampilan seorang da'i itu sendiri. Dalam hal ini, seorang da'i harus memiliki kemampuan menulis materi dakwah yang menarik dan mempengaruhi masyarakat. Melalui penggunaan media dakwah, khususnya media digitalyang ditunjang dengan keterampilan seorang da'i tersebut diharapkan materi dakwah yang berisi seruan al-Qur'an dan as-Sunnah yang disampaikan kepada masyarakat dapat dipahami dengan mudah dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

### Media Dakwah Digital

Dalam kegiatan dakwah, seorang da'i selain dapat bertatap muka secara langsung dengan penerima dakwah dalam menyampaikan materi dakwah yang dilakukan melalui ceranah, juga dapat dilakukan dengan cara menggunakan berbagai media dakwah. Kedua jenis kegiatan dakwah tersebut dapat dipilih oleh seorang da'i dalam melaksanakan dakwah di tengah masyarakat. Apabila seorang da'i memilih dan menggunakan media dakwah sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki seorang da'i adalah keterampilan mengoperasikan media dakwah tersebut. Salah satu media dakwah yang dapat dipilih dan digunakan oleh seorang da'i dalam kegiatan dakwah kepada masyarakat adalah media dakwah dalam bentuk digital.

Kata "digital" berasal dari kata "datus", yang dalam bahasa Yunani berarti "jari jemari". Jari jemari orang dewasa berjumlah sepuluh (10). Nilai sepuluh tersebut terdiri dari dua *radix*, yaitu 1 dan 0, oleh karena itu digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau *off* dan *on* (bilangan biner). Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya yang dapat disebut juga dengan istilah *Bit (Binary Digit)* (Meilani, 2014). Dengan demikian, media digital dapat disimpulkan sebagai media komputerisasi di mana seluruh kegiatan manusia dapat disosialisasikan dengan medium teknologi komputer (multilayar) dengan beragam representasi, bentuk, numerik, dan model-model narasi yang variatif. Pada periode *postmodern* seperti sekarang ini, manusia hidup di era yang yang disebut sebagai era "kebanjiran informasi". Paradigma kehidupan masyarakat bergeser dengan cukup drastis. Dahulu, interaksi secara langsung kepada individu atau kelompok guna memenuhi kebutuhan hidup berlangsung dengan cara konvensional (tatap muka), tetapi pola tersebut sekarang mulai digeser oleh budaya digital yang keberadaannya lebih praktis, mudah, dan murah dalam segi pembiayaan.

Media dakwah, khususnya media digital, memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kegiatan dakwah yang dilakukan melalui ceramah lisan oleh seorang da'i kepada masyarakat. Media dakwah, terutama media digital, menawarkan berbagai keunggulan, antara lain: pertama, pengaruhnya lebih mendalam dibandingkan dengan pidato lisan, yang meskipun dapat memikat jutaan orang dalam sekejap, sering kali tidak meninggalkan bekas yang mendalam; kedua, tulisan dari seorang pengarang dapat terus melekat dalam hati pembaca dan menjadi buah tutur sehari-hari setelah hanya disampaikan satu kali; ketiga, bahasa tulisan melalui media digital lebih rapi dan teratur dibandingkan dengan bahasa lisan, karena penulisan melibatkan pemikiran yang terstruktur; keempat, pembaca dapat membaca tulisan berulang-ulang hingga benar-benar meresapi isinya; kelima, media digital memungkinkan nasehat-nasehat terekam secara permanen dalam bentuk teks yang tersusun rapi dalam alinea, kalimat, dan kata-kata, serta dapat diproduksi kembali untuk memudahkan akses bagi mereka yang tidak berlangganan (Kasman, 2009, p.127).

Penggunaan media dakwah oleh seorang da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat, sehingga mereka memiliki kesadaran tinggi untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari memiliki peran yang sangat sentral dan strategis. Penggunaan media dakwah dalam pelaksanaan kegiatan dakwah kepada masyarakat memiliki peran penting dan efektifitas tinggi dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam, baik yang dilakukan kepada masyarakat secara perseorangan maupun kepada masyarakat secara kelompok meskipun dengan tanpa kehadiran seorang da'i/muballigh di tengah masyarakat.

Agar tujuan media dakwah yang digunakan sebagai alat menyampaikan informasi dan pesan-pesan berupa nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat dapat tercapai secara optimal sesuai yang diharapkan, maka selain diperlukan adanya persiapan-persiapan yang baik dari media dakwah yang akan digunakan dalam kegiatan dakwah, seorang da'i juga perlu memilih media dakwah yang efektif dan murah. Hal itu dimaksudkan agar seluruh masyarakat dapat menjangkau dan memanfaatkan dengan baik terhadap media dakwah yang digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam.

Hal penting yang juga perlu diperhatikan oleh seorang da'i adalah bahwa materi dakwah yang akan disampaikan adalah mudah, jelas, dan dimengerti oleh seluruh lapisan masyarakat ketika memanfaatkan media dakwah. Materi dakwah yang akan disampaikan disesuaikan dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat, baik menyangkut Akidah Akhlak, Fikih, maupun al-Qur'an Hadits. Salah satu media dakwah yang dapat digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat adalah media dakwah digital. Keberadaan media dakwah digital dapat dimanfaatkan dengan baik oleh seorang da'i dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, karena keberadaannya memiliki beberapa kelebihan, baik dari segi penggunaan, waktu, maupun dari segi pembiayaan, yang tentu saja hal tersebut sangat efektif dalam menanamkan pemahaman ajaran Islam kepada masyarakat.

Kelebihan media dakwah digital atau melalui internet sebagai media komunikasi dakwah mencakup beberapa aspek penting. Pertama, media digital mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau. Kedua, peningkatan drastis jumlah

pengguna internet setiap tahunnya berdampak pada bertambahnya jumlah orang yang menyerap visi dakwah. Ketiga, para pakar dan ulama yang terlibat dalam media dakwah melalui internet dapat menjaga konsistensi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang memerlukan penilaian hukum syar'i. Keempat, dakwah melalui internet telah menjadi pilihan masyarakat karena memungkinkan mereka untuk memilih materi dakwah sesuai dengan preferensi pribadi. Terakhir, cara penyampaian yang variatif dalam dakwah melalui internet memungkinkan jangkauan yang lebih luas, mencakup berbagai segmen masyarakat (Saiful, 2010, 172).

Kelebihan media dakwah dengan menggunakan internet adalah kegiatan dakwah menjadi lebih variatif. Artinya, kehadiran teknologi memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Selain tulisan, materi dakwah bisa dalam bentuk gambar, audio, *e-book* (buku elektronik) atau video, sehingga objek dakwah yang menjadi sasaran dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. Dengan menyajikan materi dakwah di internet, objek dakwah tidak perlu datang ke nara sumber dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi, sehingga lebih hemat biaya dan tenaga untuk memperoleh informasi. Demikian juga, objek dakwah dapat memanfaatkan kapan saja diperlukan dan di mana saja yang disukai, seperti di rumah, di tempat kerja, dan tempat-tempat lainnya.

Banyak ragam media dakwah yang dapat digunakan oleh seorang da'i untuk melaksanakan dan menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat. Menurut Samsul Munir Amin, media dakwah dapat dibagi menjadi dua kategori utama: pertama, non-media massa, yang mencakup manusia seperti utusan atau kurir, dan benda seperti telepon dan surat; kedua, media massa, yang terdiri dari media massa manusia seperti pertemuan, rapat umum, seminar, dan sekolah; media massa benda seperti spanduk, buku, selebaran, poster, dan folder; serta media massa periodik cetak dan elektronik, yang meliputi media visual, audio, dan audio-visual (Amin, 2010, p. 38). Sementara itu, Hamza Ya'kub mengklasifikasikan media dakwah menjadi lima macam: lisan, yaitu dakwah yang dilakukan secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, dan pidato; tulisan, yang mencakup bentuk tulisan seperti novel, majalah, koran, dan spanduk; lukisan, yaitu berbagai bentuk gambar seperti lukisan, fotografi, dan karikatur; serta audio-visual, yang melibatkan suara dan gambar melalui media seperti televisi dan internet. Macam-macam media dakwah tersebut perlu dipahami secara baik oleh seorang da'i dan kemudian digunakan sebagai alat dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat agar memberikan hasil optimal dalam menyeru dan mengajak masyarakat ke jalan Allah Swt. Dalam memilih media dakwah yang akan digunakan dalam menyampaikan materi dakwah atau nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat yang perlu diperhatikan oleh seorang da'i adalah keefektifan dari media dakwah itu sendiri.

Demikian juga yang perlu diperhatikan untuk selanjutnya diipahami oleh seorang dai'i dalam menggunakan media dakwah ketika menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat adalah keterampilan atau kemampuan seorang da'i itu sendiri. Artinya, untuk mendukung keberhasilan dakwah yang dilaksanakan melalui penggunaan media dakwah, seorang da'i harus memiliki keterampilan dalam mengoperasionalkan media dakwah tersebut agar

memberikan hasil yang optimal. Misalnya, apabila seorang da'i menggunakan media cetak dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada masyarakat, maka seorang da'i tersebut harus memiliki kemampuan menulis dengan menggunakan bahasa Indonesia yang menarik dan mudah dipahami maksudnya oleh masyarakat. Hal ini penting dimiliki dan dilakukan dengan baik oleh seorang da'i agar materi dakwah yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat dan kemudian diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pada era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan di bidang teknologi seperti sekarang ini menuntut seorang da'i memiliki kecakapan dalam mengelola teknologi sebagai media dakwahnya kepada masyarakat. Seorang da'i tidak boleh hanya menunggu "masalah datang" untuk berdakwah di tengah masyarakat. M.T. Taufik menyatakan bahwa "da'i harus "jeput bola" guna membangun interaksi, komunikasi, dan kelekatan terhadap umat/mad'unya" (Taufik, 2013, p.67). Dengan media teknologi, seorang da'i mampu melakukan masifikasi kajian dan syiar kepada seluruh umat muslim dengan lebih praktis. Dengan demikian, hasilnya dapat dipahami dengan baik dan kemudian diaplikasikan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari oleh seluruh umat muslim. Sudah tidak dapat dipungkiri lagi, pada zaman modern saat ini sebagian besar manusia bergantung kepada eksistensi teknologi komunikasi, terutama media komunikasi massa ketika berkomunikasi dengan orang lain, baik secara individual maupun kelompok. Menurut S.S. Yoga, tingkat kebutuhan terhadap teknologi ini telah menjadi suatu yang menentukan, baik dalam interaksi antar individu, komunitas, lembaga maupun hanya sekedar mencari hiburan dan alternatif untuk mendapatkan informasi (Yoga, 2015).

Masyarakat yang dikenal religius pun akan sangat terbantu dengan keberadaan media massa, karena ia dapat belajar tentang agamanya melalui media massa, ia dapat menjalankan syiar dan dakwah agama melalui media massa yang dapat diakses oleh banyak orang secara bebas dan mudah dari berbagai tempat. Menurut S.S. Yoga, "media massa telah menjadi faktor penentu sekaligus penunjang dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal memperoleh, mengirim dan menyebarluaskan informasi kepada khalayak" (Yoga, 2015). Demikian juga, nilai-nilai ajaran Islam yang menjadi materi dakwah dapat dengan mudah disebarluaskan kepada masyarakat melalui media massa sehingga masyarakat dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Era digital saat ini sering disebut oleh para pakar sebagai era *multilayer*, yaitu era di mana seluruh perhatian masyarakat tercurah kepada media massa semacam *smartphone*, *laptop*, dan televisi. Di era digital yang menawarkan banyak kemudahan dalam mengakses berbagai informasi ini keberadaannya sangat penting. Di era digital ini akan menjadikan masyarakat dengan sangat mudah menerima dan menjadi bagian integral atas isu-isu strategis yang sedang hangat atau aktual diperbicangkan oleh masyarakat pada akhir-akhir ini. Misalnya, isu keberagaman, isu multikulturalisme, isu politik, isu ekonomi, isu keadilan hukum, dan isu-isu lainnya.

Dengan semakin meluasnya arus informasi, globalisasi informasi, dan media massa, maka kegiatan dakwah Islam memiliki peluang besar untuk berdialektika dengan modernisasi dan globalisasi yang terjadi saat ini. Misalnya, fenomena anak muda mengaji al-Qur'an dengan menggunakan *handphone*, seorang muslimah menggunakan jilbab yang modis, melaksanakan

umrah sebagai *trend* wisata religi, curhat (curahan hati) masalah agama dengan menggunakan *twitter* dan *facebook*, pengajian di kantor-kantor dan hotel-hotel, *training* keagamaan dengan biaya mahal, gerakan shalat dhuha di perusahaan-perusahaan atau kantor-kantor, gerakan wakaf uang, dan lain sebagainya merupakan adanya perubahan-perubahan dalam keberagamaan seorang muslim.

Adanya perubahan-perubahan keberagamaan yang terjadi pada masyarakat, perlu diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah. Dalam konteks ini, Abdul Basit mengemukakan bahwa: Perubahan masyarakat yang fenomenal seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemajuan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat bahkan bisa memcah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat (Basit, 2013, 78). Sarana yang dapat digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan pesan-pesan agama atau nilai-nilai ajaran Islam di era modern ini adalah media digital, di antaranya *facebook*, *twitter*, *youtube*, *instagram*, *blogger*, dan sebagainya. Dengan media digital tersebut akan mempermudah masyarakat dari berbagai lapisan dalam belajar agama Islam.

## KESIMPULAN

Media dakwah merupakan alat yang digunakan seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah kepada sasaran dakwah. Fungsi utama media dakwah adalah melayani kebutuhan masyarakat akan informasi Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits, serta menjelaskan seruan al-Qur'an secara cermat untuk mengembalikannya kepada fitrah dan keuniversalannya. Media dakwah juga bertujuan menyajikan produk-produk Islam yang sesuai dengan pemikiran yang berkembang, dan menghidupkan dialog-dialog bernaluansa pemikiran, politik, budaya, sosial, dan lain-lain. Salah satu media dakwah yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah Islamiyah adalah media dakwah digital. Media ini, sebagai bentuk teknologi komputerisasi, memungkinkan seluruh kegiatan manusia disosialisasikan melalui medium teknologi komputer dengan beragam representasi, bentuk, numerik, dan model narasi yang variatif. Dengan media dakwah digital, da'i dapat menjangkau audiens secara luas dan efektif, menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam format yang beragam, serta berinteraksi dengan masyarakat dalam konteks yang lebih modern dan dinamis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abda, S. M. (2008). *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya: al-Ikhlas.
- Amin, S. M. (2009). *Ilmu Da'wah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- An-Nabiry, T. B. (2008). *Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Sinar Graha Offset.

- Ardianto, E. (2008). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Basit, A. (2013). *Dakwah Cerdas di Era Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Danim, S. (2008). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (1998) *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Mahkota.
- Effendy, O. U. (2009) *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Idris, M. (2007). *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Ilahi, W. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kharismatik Putra Utama.
- Kasman, S. (2009). *Jurnalisme Universal*. Jakarta: Teraju.
- Masyhur, K. (2007). *Membina Moral dan Akhlak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mufid, M. (2008) *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Muhtadi, A. S. (2010) *Komunikasi Dakwah: Teori Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Sombiosa Rekatama Media.
- Muhyiddin, A., & Sefei, A. A. (2008). *Metode Pengembangan Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Mustam, Z. (2010). *Ilmu Dakwah*. Makassar. Yayasan Fatiyah.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sofyan, Y. (2010). *Tarikh Tasyri': Sejarah Pembentukan Hukum Islam*. Depok: Gramata Publishing.
- Syukir, A. (2005). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya, Al-Ikhlas.
- Tasmoro, T. (2007) *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Taufik, M.T. (2013). *Dakwah Era Digital*. Kuningan: Pustaka Al-Ikhlas.
- Ya'qub, H. (2009). *Pulisistik Islam (Teknik Dawah dan Leadership)*. Bandung: Diponegoro.
- Yazid, A. (2008). *Islam Akomodatif: Rekonstruksi Islam Sebagai Agama Universal*. Yogyakarta: LKiS.
- Yoga, S. S. (2015). Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif,dan Prospeknya. *Jurnal Al- Bayan*, 08(05), 10 – 21.