SYIAR | Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 1 (2) (2021) 87-100
e-ISSN 2808-7941
https://jurnal.staithawalib.ac.id/index.php/syiar/article/view/40
DOI : https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.40

DAKWAH ISLAMIYAH DI ERA MILENIAL

Abdul Hamid Bashori[1], Moh. Jalaluddin[2]
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Al-Mardliyyah Pamekasan
[1]abdul.hamid.bashori@gmail.com, [2]mohjalaluddin81@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penulisan untuk menjelaskan tentang pelaksanaan dakwah Islamiyah di era millenial. Metode penulisan dengan jenis kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Hasil penulisan menunjukkan bahwa dakwah Islamiyah perlu dilakukan dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi di era milenial ini dengan tujuan agar para *da'i* lebih *up to date* dalam memanfaatkan media dakwah melenial untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, dan pegertian tentang keislaman kepada *mad'u.*

Kata Kunci: *Dakwah Islamiyah, Milenial, Islam*

ABSTRACT

The purpose of writing is to explain the implementation of Islamic da'wah in the millennial era. The writing method is descriptive qualitative type with a literature study approach. The results of the writing show that Islamic da'wah needs to be carried out by following the developments of the times and technology in this millennial era with the aim that da'wah actors are more up to date in utilizing millennial da'wah media to provide knowledge, understanding, and understanding of Islam to da'wah targets.

Keywords: *Islmiyah Da'wah, millenial, Islam*

.

A. PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah memasuki berbagai bidang kehidupan masyaraat, yang tentu saja membawa dampak bagi kehidupan masyarakat, baik positif maupun negatif. Tak terkecuali dampak yang dirasakan adalah pada bidang dakwah Islamiyah, yang tentu saja eksistensinya tidak menjadi penghalang tetapi harus dapat beradaptasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut agar kegiatan dakwah yang berusaha menyampaikan pesan-pesan agama dapat tercapai dengan baik sehingga tatanan kehidupan masyarakat menjadi damai, bahagia dan sejahtera dengan dilandasi pada pelaksanaan ibadah secara benar dan tepat.

Era milenial adalah terminologi generasi yang saat ini banyak diperbincangkan oleh banyak kalangan di dunia dan di berbagai bidang, apa dan siapa gerangan generasi millennial itu? Milenial juga dikenal sebagai geenerasi milenial. (Lancaster dan D. Stillman, 2002, p. 22). Era milenial sering dikatakan dengan generasi yang lahir diantara tahun 1980 an sampai 2000 an. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia dikisaran 15-34 tahun. Di era milenial ini, mengajar agama Islam tidak lagi menjadi otoritas dan monopoli seorang *ustadz* atau ulama. Di mana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara masyarakat bisa belajar agama Islam sesuai yang diinginkan. Masyarakat sekarang ini tidak hanya mengandalkan ustadz atau ulama sebagai sumber satu-satunya untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan yang diperlukan. Masyarakat bisa memanfaatkan handphone, bahkan internet sebagai media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, mulai dari masalah-masalah yang ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan-persoalan yang pelik sekali pun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan pada saat ini.

Berbeda dengan era agraris, peran ulama dan tokoh agama begitu kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peran ulama sebagai tokoh sentral yang mempunyai otoritas yang sangat disegani. Pendapat dan sikap mereka ditiru, didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat rela berkorban dan mau datang ke tempat pengajian yang jaraknya jauh sekali pun, hanya karena cinta mereka kepada para ulama dan ingin mendapatkan taushiyah yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan yang baik dan benar, terutama dalam menjalankan perintah agama sebagai suatu kewajiban. (Basit, 2013).

Pergeseran yang luar biasa terjadi saat sekarang dan tentu saja eksistensinya tidak bisa dihindari dan diputar ulang seperti pada era agraris. Ulama dan pemerintah sekali pun tidak bisa mengubah kekuatan-kekuatan dan perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat sesuai yang diinginkan. Modernisasi, menurut Giddens merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa ditolak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan waktu dan ruang yang mesti dilalui oleh semua manusia. (Giddens, 1990, p. 39).

Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut bukan suatu tantangan yang menghambat dan harus disingkirkan, tetapi perubahan tersebut seharusnya diimbangi

dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i di tengah masyarakat. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional dengan mengandalkan ceramah sebagai metode utamanya. Dakwah harus dilakukan secara dinamis, progresif, dan penuh inovasi sesuai kemajuan dan perkembangan zaman yang semakin mengglobal saat ini. Cepatnya arus informasi dan teknologi di dunia menghasilkan berbagai dinamika perkembangan keilmuan, tak terkecuali dakwah dan komunikasi Islam. Munculnya teori, konsep, dan terma baru dalam keilmuan dakwah merupakan indikator serta upaya keilmuan dakwah dalam menjawab tantangan perkembangan zaman yang semakin kompleks. Namun, perkembangan keilmuan ternyata tidak selalu berbanding lurus dengan arah perbaikan dan eskalasi nilai akhlak masyarakat. (Azmi, 2019).

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu dengan suatu metode penelitian yang dilakukan untuk dengan cara mendreskripsikan hasil penelitian dalam bentuk tulisan atau kalimat. Sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan studi pustaka yaitu suatu metode penelitian yang sumber utama penelitian ini adalah dari buku, artikel ilmiah, dan sumber sumber lain yang berbentuk tulisan. Adapun yang digunakan sebagai sumber kajian adalah teori tentang dakwah di era milenial dan media dakwah di era milenial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah

Dakwah adalah kegiatan yang disengaja dan direncanakan untuk mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari'at Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah adalah segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam wujud sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung ditunjukan kepada orang perorangan, masyarakat atau golongan supaya tergugah jiwahnya, terpanggil hatinya kepada ajakan Islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkan dalam kehidupann sehari-hari (Mustam, 2010, p.02). Menurut Malik Idris, dakwah diartikan sebagai mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu diamalkan oleh pendakwah itu sendiri (Idris, 2007, p.38).

Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i memiliki tujuan suci dan mulia. Tujuan dakwah adalah kondisi ideal keagamaan yang diharapkan, yaitu berupa terbentuknya masyarakat yang memiliki keyakinan dan perilaku sesuai ajaran agama yang disampaikan. Tujuan dakwah adalah hasil akhir yang ingin dicapai dari keseluruhan tindakan atau aktivitas dakwah, yakni terwujudnya kebahagian dan kesejateraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah Swt. Dengan demikian, maka tujuan utama dari dakwah adalah:

a. Mengajak manusia seluruhnya agar menyembah Allah Yang Maha Esa, dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu.
b. Mengajak kaum muslim agar mereka ikhlas beragama karena Allah, menjaga agar suapa amal perbuatannya, jangan bertentangan dengan iman.
c. Mengajak umat manusia untuk menerapkan hukum Allah akan mewujudkan kesejateraan dan keselamatan bagi ummat manusia seutuhnya. (Idris, 2007, pp.29-30).

Di sisi lain, tujuan yang tertinggi dari usaha dakwah adalah semata-mata mengharap dan mencari keridhaan Allah Swt, yang di dalamnya berusaha menyadarkan manusia agar mengerjakan segala perintah Allah Awt dan menjauhi segala larangan-Nya. Jadi, dilaksanakannya dakwah adalah untuk mengajak manusia ke jalan Allah Swt, mempengaruhi cara berfikir manusia, cara merasakan, cara bersikap, dan cara bertindak, agar manusia bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian mengantarkan masyarakat menjadi hamba Allah yang selamat di dunia dan di akhirat kelak.

Dakwah di dalam Islam merupakan masalah besar yang menyangkut hajat kepentingan masyarakat luas. Islam tidak mungkin berkembang tanpa adanya dakwah Islamiyah. Pada masa kehidupan Rasulullah amat banyak kegiatan dakwah yang dilakukan, dan begitu juga yang dikembangkan oleh para sahabat dan para penerus beliau. Oleh karena itu, salah satu tugas manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi adalah berdakwah, yakni mengajak pada perbuatan yang baik (amar ma'ruf) serta mencegah perbuatan munkar (nahyi munkar) sehingga tatanan kehidupan menjadi damai dan sejahtera.

Islam merupakan agama dakwah, yaitu agama yang menyuruh umatnya untuk menyebarkan agama Islam dan ajaran-ajarannya kepada seluruh umat manusia sebagai rahmat bagi seluruh alam. Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, apabila ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu dijadikan sebagai pedoman hidup dan dilakukan denga sungguh-sungguh. Ajaran Islam akan dipahami dan diamalkan dengan baik oleh masyarakat apabila sampai kepada masyarakat. Dalam menyampaikan ajaran Islam tersebut, maka kegiatan dakwah sebagai alternatifnya yang harus dilaksanakan dengan baik kepada masyarakat. Apabila kegiatan dakwah tidak dilaksanakan, maka ajaran Islam dulit dipahami dan diamalkan dengan baik oleh masyarakat.

Keberadaan dakwah sangat urgen dan esensial dalam Islam yang eksistensinya harus ditegakkan di tengah masyarakat. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah Swt guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dakwah meupakan usaha mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah Swt menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.

Dakwah diwajibkan kepada semua manusia untuk dilaksanakan, terutama

yang memiliki kemampuan untuk mengajak kepada perbutan yang ma'ruf dan mencegah perbuatan yang munkar sesuai petunjuk ajaran Islam. Kewajiban berdakwah bagi yang memiliki kemampuan tersebut merujuk pada firman Allah Swt dalam surat Ali-Imran ayat 104, yang artinya:

> "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung" (QS. Ali Imran: 104). (Depag, 2004, p. 93).

Salah satu ciri abad ini adalah meluasnya penggunaan media massa di kalangan masyarakat, baik muda, tua, pedesaan, maupun perkotaan, dan tren ini di masa mendatang akan terus memperlihatkan akselerasinya yang susah dan sulit untuk diikuti jejaknya secara jelas. Sekarang ini, dengan bantuan teknologi komunikasi yang serba mutakhir, sebuah pesan dapat mencapai miliaran manusia sekaligus di mana pun mereka berada (Dulwahab, 2010).

Perkembangan teknologi yang serba canggih ini adalah sebuah peluang besar para kader dan juru dakwah untuk terus memikirkan cara berdakwah yang mudah dan efektif. Tiada lain sebuah ijtihad dalam mencari peluang-peluang pesan dakwah yang bisa disalurkan ke berbagai media harus dilakukan secara tepat. Seperti yang sudah terlihat dilakukan oleh para penggiat bisnis, mereka dengan terus berusaha melakukan inovasi produknya ke berbagai media yang bisa menjangkau luas masyarakat konsumennya.

Ikhtiar ini sudah pernah dilakukan oleh Al-Ghazali ketika waktu itu beliau memikirkan cara berdakwah dalam majelis ilmu. Dan sudah seperti itu pula hendaknya para dai memikirkan kemungkinan dakwah melalui media massa. selain itu, Al-Ghazali juga pernah merenungkan pengaruh buku-buku filsafat Yunani pada pemikiran Islam, sedalam itu pula hendaknya para dai masa kini merenungkan pengaruh infiltrasi kebudayaan melalui media massa. (Rakhmat, 2007, p.50).

Betapa hebatnya media mengubah tatanan kehidupan masyarakat dengan mudah dan cepat. Tidak sedikit masyarakat yang tadinya tidak melek sekarang menjadi melek terhadap informasi yang begitu banjir di belantara media. Melihat peluang seperti itu, dakwah pun sangat bisa dilakukan di berbagai media massa. Namun para pembuat pesannya inilah yang harus berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terus berakselerasi memenuhi kebutuhan manusia.

Kini, masyarakat tidak hanya melek terhadap pentingnya dan signifikannya media terhadap diri dan lingkungannya. Lebih dari itu, masyarakat kini tengah gandrung dengan internet. Tak ubahnya seperti sebuah mainan, internet sudah dianggap mainan yang mengasyikan masyarakat. Di mana internet menjadi telah menjadi teman pengganti di waktu-waktu senggangnya.

2. Paradigma Dakwah Era Milenial

Dinamisasi kehidupan modern yang semakin tinggi dan sangat kompetitif

telah banyak mempengaruhi umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan dan bahkan metematis. Keadaan yang demikian ini di samping membawa manfaat berupa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin memudahkan aktifitas manusia, juga telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan memudarnya hubungan sosial.

Untuk mengatasi dinamisasi kehidupan yang semakin kompleks tersebut maka dibutuhkan Paradigma baru dalam mengusung dakwah Islam yang mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat dewasa ini. Di sinilah institusi dakwah secara keteraturan dituntut untuk dapat melakukan usaha-usaha dakwah secara sistematis dan professional melalui langkah strategis, sebagaimana yang sudah diterangkan dalam firman Allah: "Dan katakanlah, Bekerjalah kamu maka Allah".

Dalam Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS) yang diselenggarakan di Surabaya pada tanggal 5-8 November 2012, keberadaan keilmuan dakwah dipertanyakan. Quo Vadis keilmuan dan pendidikan yang ada di Fakultas atau Jurusan Dakwah? Pertanyaan tersebut memang bukan sesuatu yang baru, terutama sebelum mendapatkan pengakuan dari Lembaga Ilmu Pengetahuan.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), pertanyaan tersebut telah mencuat ke permukaan dan menjadi agenda besar di Fakultas atau Jurusan Dakwah. Namun, pertanyaan yang ada dalam AICIS kali ini dapat menjadi bahan evaluasi dan sangat urgen untuk dikemukakan kembali. Mengingat perkembangan keilmuan dakwah dari semenjak pengakuan LIPI (1982) hingga sekarang ini belum mengalami perkembangan yang signifikan. Keilmuan dakwah belum mampu memberikan landasan filosofi terhadap pesatnya perkembangan aktivitas dakwah di masyarakat.

Implikasinya, aktivitas dakwah tidak bisa dikendalikan dan dievaluasi efektivitasnya secara jelas. Dakwah bisa mengarah dan menjurus kepada kekerasan, konflik, dan menyesatkan masyarakat, serta fanatisme yang berlebihan dari masyarakat dengan tanpa memahami konten yang sebenarnya sebagai tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan dakwah. Selain itu, keilmuan dakwah juga belum mampu menyiapkan lulusan dari Fakultas atau Jurusan dakwah yang dapat berkiprah di tengah masyarakat secara profesional sesuai kompetensi dan keilmuan yang ditekuni dan begitu juga belum mendapat pengakuan dengan predikat layak dari masyarakat.

Oleh karena itu, dakwah perlu dilakukan rebranding dengan cara membangun landasan filosofis dari keilmuan dakwah dan memperkuat peran organisasi dakwah secara profesional (Aziz, 2012, pp.5-8). Perlunya branding baru disebabkan karena terma dakwah yang dikenal di masyarakat hanya sebagai terma normatif semata, kurang compatible dengan era modern dan cenderung bersifat keakhiratan semata dalam pelaksanaan dan pencapaiannya. Kalaupun dikenal,

dakwah identik dengan ceramah atau tabligh di tengah masyarakat sebagai bagian dari rutinitas yang bersifat seremonial.

Begitu pun pada pandangan masyarakat Barat, pemaknaan dakwah diterjemahkan sebagai kegiatan missionaris dan propaganda untuk masuk dan memeluk agama Islam dan bahkan yang sangat ekstrim adalah sebagai propaganda mewujudkan sikap radikalisme yang sangat anti pada diferensiasi yang sudah menjadi ketetapan Tuhan. Demikian juga dakwah secara akademik tidak banyak diketahui oleh masyarakat, padahal jumlah Fakultas atau Jurusan Dakwah di Perguruan Tinggi Agama Islam di Indonesia kurang lebih ada 53 Fakultas/Jurusan Dakwah (Basit, 2013). Hal itu disebabkan kiprah nyata dari lulusan yang dihasilkan dari Jurusan Dakwah belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kegiatan dakwah. Kondisi ini tentu menjadi permasalahan yang tentu saja perlu dicarikan solusinya agar lulusan dari Jurusan Dakwah tersebut diketahui dan diakui kompetensinya.

3. Da'i dan Teknologi Informasi

Seiring dengan kemajuan teknologi, media massa banyak berkembang dan bahkan tumbuh subur dalam kehidupan masyarakat saat ini. Bahkan masyarakat bukan hanya sabagai penonton semata, tetapi sudah bisa mengoperasionalkan dengan baik. Ini disebabkan oleh pendidikan dan penghasilan masyarakat yang semakin meningkat, sehingga menyadarkan masyarakat untuk menggunakan media massa. Media massa, baik cetak maupun elektronik memiliki fungsi yang sangat strategis untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, menyajikan rubrik-rubrik yang bersifat hiburan, dan mempengaruhi pembaca agar mereka percaya dengan yang disajikan oleh media.

Untuk mendukung adanya perubahan dalam berdakwah sesuai kemajuan teknologi saat ini, para da'i perlu terus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan dalam melakukan dakwah di tengah masyarakat. Da'i tidak merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar (long life education) terhadap perubahan-perubahan yang terjadi, terutama penggunaan media yang dapat dijadikan sebagai sarana dakwah. Apalagi pada era milenial seperti sekarang, kemampuan da'i dalam mengoperasikan media elektronik yang sangat pesat perkembannya seperti internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar dan harus dilaksanakan eksistensinya untuk menunjang efektifitas dakwah yang dilaksanakan. Dengan teknologi da'i bisa menulis dan menyimpan gagasan-gagasan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, da'i bisa melaksanakan dakwah secara lebih efektif dan begitu juga pada aspek hasil yang dicapai akan menjadi lebih optimal.

Pada era milenial saat ini, ilmu pengetahuan yang berkembang bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang selama ini menjadi pegangan da'i sebagai sumber utama perlu diperkuat dengan keilmuan lainnya agar apa yang disampaikan ke masyarakat menjadi lebih kokoh dan dapat dioperasionalkan secara

nyata dalam kehidupan masyarakat di lapangan. Penyampaian ilmu agama Islam dapat diperkuat dengan menggunakan kajian ilmu psikologi, sosiologi, sejarah, dan lain sebagainya secara integral sehingga membentuk suatu pengetahuan yang utuh dan komprehensif yang eksistensinya sangat diperlukan dalam kehidupan masyarakat.

Jika fatwa tersebut hanya berpedoman pada sumber agama saja tanpa memperhatikan kajian sosiologis masyarakat, maka fatwa tersebut akan bertabrakan dengan realitas yang berkembangan dan terjadi di masyarakat bahwa musik merupakan kebutuhan masyarakat yang berbentuk hiburan (entertainment) dan bahkan menjadi industri kreatif (creative industry) yang bisa mensejahterakan masyarakat karena memperoleh imbalan berupa dana atas jasa yang diberikan.

Dengan memperluas pendekatan dalam mengembangkan ilmu agama Islam, maka kegiatan dakwah pun bisa diperluas dengan berbagai pendekatan oleh da'i. Kegiatan dakwah diturunkan dari keilmuan dakwah yang notabenenya menjadi bagian dari keilmuan agama Islam. Kegiatan ini bisa didekati dengan menggunakan Ilmu Manajemen, Politik, Sosiologi, Antropologi, Ilmu Kesehatan, Psikologi, dan sebagainya. Dengan cara demikian, kegiatan dakwah amat variatif dan tidak bersifat tunggal dan monoton dalam pelaksanaannya di tengah masyarakat. Da'i perlu melebur atau berkolaborasi dan turun secara langsung bersama-sama dalam memecahkan problematika yang dihadapi oleh masyarakat. Da'i tidak hanya bersikap no action and talking only (tidak berbuat dan hanya berbicara saja) dan hanya bertindak sebagai nara sumber, melainkan da'i juga bertindak sebagai motivator, manajer, fasilitator, dan inisiator. Masyarakat kesulitan dalam memecahkan masalahnya karena minimnya masyarakat yang menjadi penggerak perubahan. Permasalahan yang seperti ini tentu sangat diperlukan pendampingan dari da'i sebagai motivator.

Seperti diketahui bahwa tidak banyak pemimpin Islam yang memiliki kepedulian pada masyarakat yang mustad'afin. Ajaran Islam juga mendorong umatnya untuk peduli pada kaum mustad'afin sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan saudara seakidah. Pada konteks inilah, da'i perlu mengambil peran aktif sebagai pemimpin yang dapat melakukan perubahan pada masyarakat sebagaimana firman Allah dalam da'wah bil-qaul dan da'wah bil-'amal. Allah berfimran yang artinya:

> "…siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"(QS. 41: 33).

Dalam memberdayakan masyarakat, da'i dapat mengubah ideologi yang selama ini menjadi pesan dakwah menuju ideologi kemakmuran dan kesejahteraan atau dari materi yang bersifat teologis menuju materi yang bersifat sosiologis. Dengan dakwah yang demikian tersebut dapat membawa masyarakat untuk bekerja keras, mengenal dunia secara jelas, disiplin waktu, memanfaatkan alam untuk berbagai kepentingan, menjaga lingkungan yang bersih, saling berbagi, dan lain

sebagainya. Inilah pentingnya perubahan ideologi dakwah yang harus dilaksanakan dengan baik oleh da'i dalam kegiatan dakwah kepada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Untuk mendukung da'i dalam memberdayakan masyarakat, maka da'i bisa mengembangkan beberapa fasilitas hukum yang diperkenalkan Allah Swt, seperti zakat, infaq, shadaqah dan wakaf. Fasilitas inilah yang bisa dijadikan modal utama oleh da'i dalam pemberdayaan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Kekayaan yang terdapat pada masyarakat Indonesia pada dasarnya dapat dikatakan tinggi. Hal penting yang diperlukan adalah bagaimana memberikan pemahaman dan kepercayaan kepada masyarakat bahwa dana mereka dapat disalurkan pada jalan yang benar seperti yang telah diajarkan oleh Islam untuk membawa kesejahteraan hidup masyarakat.

Dhompet Dhuafa merupakan salah satu Lembaga ZISWAF yang sukses memanfaatkan dana umat untuk kesejahteraan masyarakat luas. Lembaga tersebut memiliki lembaga pendidikan untuk orang miskin setiap kalangan, lembaga kesehatan cuma-cuma, bimbingan rohani bagi pasien, membantu tindakan darurat bagi masyarakat yang terkena musibah, membantu para pedagang dan sebagainya. Lembaga-lembaga ini dapat dimanfaatkan secara baik oleh da'i dalam pelaksanaan dakwah kepada masyarakat dengan tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan hidup masyarakat.

Penulis meyakini, setiap insan sebenarnya memiliki kemampuan untuk bisa mengelola dana umat manakala kita memiliki kemampuan manajerial yang profesional dan dipercaya umat. Tunjukkan kepada masyarakat bahwa kita memiliki kemampuan dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Gagasan besar apa pun tanpa ada tindakan nyata sulit untuk direalisasikan, termasuk kegiatan dakwah. Oleh karena itu, da'i perlu terjun langsung menggerakkan masyarakat dengan menciptakan berbagai model gerakan dakwah yang bisa membawa kesejahteraan bagi masyarakat dan dapat memberi warna baru pada genereasi milenial (Basit, 2013). Jadi da'i bukan hanya mampu berorasi menyampaikan pesan-pesan agama, tetapi da'i harus melakukan tindakan nyata yang bisa mendatangkan manfaat kepada masyarakat.

4. Konvergensi Media Dakwah

Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Di ranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan seleranya. Konvergensi media memberikan kesempatan baru dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh informasi, baik yang bersifat visual, audio, data, dan sebagainya. Salah satu bentuk kebermanfaatan dari munculnya era korvergensi media ini adalah jurnalisme online. Fenomena jurnalisme online yang dimanfaatkan oleh media massa dalam menyajikan materi informasi atau

dakwahnya dalam bentuk online sekarang ini merupakan contoh yang sangat menarik untuk dikaji. Di mana, khalayak selaku pengakses media alias pembaca, tinggal meng-click informasi yang diinginkan di internet, dalam waktu sekejap ribuan informasi yang dicari pun akan mudah didapatkan. (Dulwahab, 2010). Oleh karena itu, da'i harus memiliki kompetensi dan kemudian memanfaatkannya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Tujuannya adalah selain untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengakses informasi, juga sebagai bentuk pilihan terhadai informasi atau pesan-pesan dakwah yang diinginkan.

Aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mem-by pass jalur transportasi pengiriman informasi media kepada khalayak sebagai penggunanya dengan cepat tanpa dibatasi ruang dan waktu saat ini. Kapan saja informasi dapat dikirim kepada khalayak melalui teknologi komunikasi yang perkembangannya sangat pesat saat ini. Begitu juga informasi-informasi yang disampaikan dapat dimanfaatkan dengan mudah sesuai yang diinginkan. Di sisi lain, jurnalisme online juga memampukan para pemilik media untuk terus-menerus meng-up date informasi yang mereka tampilkan, seiring dengan adanya informasi-informasi baru di lapangan (Hermawan, 2007).

Kemudian secara teoritik, dengan munculnya media konvergen, maka sejumlah pengertian mendasar tentang komunikasi massa tradisional perlu diperdebatkan atau didiskusikan kembali. Karena konvergensi menimbulkan perubahan signifikan dalam ciri-ciri komunikasi massa tradisional atau konvensional yang sebelumnya sering digunakan dan menjadi andalam utama dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Media konvergen memadukan komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi dalam satu media sekaligus yang keberadaannya perlu dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah karena sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Sehingga pada akhirnya terjadi apa yang disebut sebagai demasivikasi (demassification), yakni kondisi di mana ciri utama media massa yang menyebarkan informasi secara masif menjadi lenyap. Masyarakat sudah mulai kurang berminat terhadap media massa dan secara evolusi mulai meninggalkannya. Arus informasi yang berlangsung saat ini menjadi makin personal, karena tiap orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan kapan saja yang dikehendaki. Masyarakat tidak perlu lagi secara bersama-sama menghadiri kegiatan dakwah yang dilaksanakan oleh seorang tokoh agama atau suatu lembaga, tetapi secara langsung dapat memanfaatkan secara personal melalui internet yang sangat mudah untuk diakses.

Teknologi komunikasi baru memungkinkan sebuah media memfasilitasi komunikasi interpersonal yang termediasi (Dulwahab, 2010). Dahulu ketika internet muncul di penghujung abad ke 21, pengguna internet dan masyarakat luas masih mengidentikkannya sebagai alat semata disebabkan pengetahuan masyarakat rendah, tidak bisa mengoperasionalkan, dan tidak memahami manfaatnya. Berbeda

halnya dengan sekarang, internet menjadi media tersendiri yang bahkan mempunyai kemampuan interaktif dalam berbagai situasi. Dengan demikian tidak mengherankan apabila internet banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, baik di kalangan anak-anak, remaja, maupun orang tua untuk berbagai keperluan dengan alasan karena pelaksanaannya sangat mudah, murah, cepat, dan hasilnya sangat efektif. Situasi yang demikian ini perlu disikapi secara bijak oleh da'i, yaitu da'i dapat beradaptasi dengan kemajuan tersebut dan kemudian memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Bukan sebaliknya, da'i bersikap menyalahkan dan menghukumi secara ekstrim terhadap penggunaan internet, yaitu haram menggunakan internet. Pandangan seperti ini harus dieliminer untuk kejayaan Islam pada masa selanjutnya yang ajaran-ajarannya dipelajari dan dipahami dengan baik melalui media yang akan digunakan oleh masyarakat, termasuk yang disampaikan melalui internet.

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang mudah dan cepat. Konvergensi media telah berperan besar dalam mengubah hubungan antara teknologi dengan industri. Lebih jauhnya lagi, konvergensi media telah menuntun gaya hidup menjadi lebih praktis dan serba instan, serta memperluas wawasan dan pengetahuan kepada setiap personal yang memanfaatkannya meskipun tanpa mengikuti suatu aktivitas yang dilakukan secara kolaboratif. Namun harus diakui, bahwa kemajuan atau lahirnya konvergensi media ini telah mematikan aktivitas lainnya, yaitu media-media yang sudah lahir sebelumnya yang juga berfungsi menyampaikan berbagai pesan atau informasi kepada masyarakat. Di negara maju semacam Amerika, terdapat tren menurunnya pelanggan media cetak dan naiknya pelanggan internet. Dari kondisi ini, kegiatan dakwah yang dilakukan oleh da'i harus bisa memanfaatkan media kovergensi ini agar semakin meningkatkan minat masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Bahkan diramalkan dalam beberapa dekade mendatang, di negara Amerika tersebut masyarakatnya akan meninggalkan media massa tradisional dan beralih ke media konvergen. Tren ini tidak hanya terjadi di negara Paman Sam, tetapi geliatnya terus merebak ke berbagai negara di belahan dunia lainnya. Fenomena ini, bukan tidak mungkin suatu saat nanti, peran jurnalisme online akan menggantikan peran pers konvensional. Karena nilai plus dari konvergensi media adalah bisa memberikan kesempatan baru kepada publik, untuk memperluas pilihan akses medianya sesuai dengan selera mereka, yang itu tidak didapatkan di media-media lainnya (Dulwahab, 2010). Dengan demikian menjadi tugas da'i untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalitasnya terhadap perkembangan teknologi yang terjadi saat ini. Kegiatan dakwah konvensional yang mengandalkan penyampaian pesan melalui ceramah, sedikit demi sedikit dikurangi agar tidak menimbulkan kebosanan masyarakat yang dampak akhirnya kegiatan dakwah kurang diminati oleh masyarakat. Dalam melaksanakan dakwah kepada masyarakat, da'i harus beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan

teknologi, khususnya perkembangan pada teknologi komunikasi yang sangat pesat saat ini. Dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat, da'i dapat menggunakan media konvergensi agar masyarakat secara mudah dan cepat dapat mengakses informasi-informasi atau pesan-pesan dakwah yang disampaikan sesuai yang diinginkan.

Memang ada kekhawatiran dari munculnya konvergensi media ini, sehingga eksistensinya menimbulkan sikap pro dan kontra di kalangan masyarakat, terutama dari kalangan tokoh agama. Namun jika isinya betul-betul dijaga dengan baik, terlebih lagi ada muatan atau materi dakwah yang pesannya sudah dibentuk dengan sistematis dan rapi, minimal kekhawatiran akan efek negatif dari konvergensi media ini tidak akan ada lagi. Bahkan sebagian kalangan merasa aman, pasalnya bahwa isi konvergensi media yang berorientasi dakwah, yaitu mengajak masyarakat pada jalan Allah untuk dikerjakan dalam kehidupan sehari-hari, maka pada bagian tertentu akan mengamankan moral generasi muda, dan ini merupakan salah satu poin penting yang harus dipikirkan para da'i terhadap perkembangan dunia konvergensi media yang sangat pesat saat ini. Artinya, para da'i benar-benar dapat beradpatasi dengan perkembangan konvergensi media yang terjadi saat ini, dan kemudian berusaha memanfaatkannya dengan baik dalam kegiatan dakwah sehingga hasilnya menjadi lebih efektif.

D. SIMPULAN

Fenomena globalisasi yang paling penting untuk disorot adalah penyebaran cara pandang seputar hubungan keluarga, kerukunan umat, sosial, terutama yang berkembang di negara maju yang notabene merupakan pemeran utama globalisasi. Dakwah di era milenial ini dapat dilakukan dengan memposisikan dakwah sebagai ilmu yang dapat dikembangkan dan dievaluasi keberadaannya. Keilmuan dakwah perlu dikembangkan menjadi ilmu komunikasi Islam yang lebih *compatible* dengan perkembangan masyarakat dan ilmu pengetahuan di era milenial ini. Selain itu, kemampuan da'i dalam menciptakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media dakwah perlu terus menerus diupayakan agar dakwah betul-betul dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Prinsip "khair al-nas anfa'uhum li al-nas" dapat dijadikan landasan oleh para da'i dalam menggerakkan kegiatan dakwah di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Azami, Khilman Rofi Azmi. Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran. Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 4, No. 1, January – June 2019, pp. 25 - 58, DOI: 10.22515/balagh.v4i1.1557 ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E).

Ali Aziz, Moh. A Roadmap for Rebranding Da'wah, Makalah Dipresentasikan pada AICIS, Surabaya, 5-8 November, 2012.

Basit, Abdul. Dakwah Cerdas di Era milenial. Jurnal Komunikasi Islam. ISBN 2088-6314. Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.

Dulwahab, Encep. Dakwah di Era Konvergensi Media, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 5 No. 16 JuliDesember 2010.

Departemen Agama RI. al-Qur'an dan Terjemahnya. Surabaya: Mahkota, 1998.

Effendi, Djohan. Islam di Antara Teks dan Konteks, Makalah Disampaikan dalam (ACIS) ke-10, Banjarmasin, 1-3 Nopember 2016.

Hermawan, Anang. Tantangan Masa Depan Konvergensi Media, BERNAS JOGJA Edisi Kamis, 5 April 2007.

Idris, Malik. Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an. Jakarta: Bulan Bintang, 2007.

Giddens, Anthony. The Consequences of Modernity. California: Stanford University Press, 1990.

Lancaster, L.C dan Stillman, D. When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work. New York: HarperCollins, 2002.

Mustam, Zulkifli. Ilmu Dakwah. Makassar. Yayasan Fatiyah, 2010.

Rakhmat, Jalaluddin. Hegemoni Budaya. Yogyakarta: Bentang. 2007.

Rakhmawati, Istina. Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.