

DAKWAH VIRTUAL: ALTERNATIF DAKWAH DI TENGAH PANDEMI

Fajri Chairawati

*Prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry
<fajrichairawati@yahoo.com>*

Abstrak: Tulisan ini mengkaji tentang “Dakwah Virtual: Alternatif Dakwah di Tengah Pandemi”. Di masa pandemi covid-19 aktivitas dakwah tidak dapat dilakukan dalam bentuk pertemuan dengan jumlah besar, karena dikhawatirkan dapat memberi mudharat, baik bagi da’i dan mubaligh maupun bagi mad’u. Akan tetapi, aktivitas dakwah tetap harus terus berjalan. Kondisi ini membuat para da’i berinovasi, dari dakwah tatap muka, menjadi dakwah virtual. Tulisan ini merupakan resume dari penelitian perpustakaan. Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, mengidentifikasi wacana dari buku-buku, makalah, atau artikel, jurnal, website (internet) atau pun informasi lainnya terkait dengan tema kajian ini. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif serta diuraikan secara deskriptif. Dari hasil penelusuran data, penulis menemukan bahwa dakwah virtual di era pandemi, mengalami transformasi. Transformasi yang dimaksud adalah berubahnya strategi dalam penyampaian dakwah. Di masa pandemi, para juru dakwah (da’i dan mubaligh) melakukannya dengan dakwah virtual dalam bentuk pertemuan dalam sebuah ruangan bernama zoom meeting dengan menggunakan aplikasi Zoom, dan media live-streaming lainnya yang menggunakan fasilitas internet. Dakwah semacam ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Di antara kelebihannya ialah dapat dihadiri banyak orang, menarik perhatian anak muda, terkesan santai dan tidak kaku. Adapun kekurangannya adalah tidak ada kedekatan antara da’i dan mad’u, tidak dapat diakses di daerah tanpa jaringan internet, sering terjadi gangguan teknis semisal tidak ada sinyal atau jaringan internet yang lelet. Terlepas dari semua itu, dakwah virtual telah menjadikan kegiatan dakwah tetap eksis di masa pandemi covid-19.

Kata Kunci: Dakwah Virtual, Alternatif

PENDAHULUAN

Islam sebuah agama yang bertujuan menghantarkan umatnya menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat, agama yang memiliki keseimbangan dalam proses mengajak umat ke jalan yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dari sosok pembawanya Nabi Muhammad SAW yang mengemban amanah *basyiran wa naziran* (pembawa berita yang baik dan pemberi peringatan).¹ Dalam proses meraih apa yang dicita-citakan itu, Islam telah mengatur beragam ajarannya bagi umat, di antaranya adalah ajaran amar ma’ruf nahi munkar yang dikemas dalam bentuk dakwah. Sesama umat harus saling mengajak dan menasehati kepada kebaikan

¹ Jasafat, *Dakwah: Media Aktualisasi Syariat Islam*, (Banda Aceh: Dinas Syariat Islam Aceh, 2011), hal.1

dan mencegah kemungkaran. Sebagaimana yang tertulis dalam alqur'an surat Ali-Imran ayat 104 dan surat al-'ashr ayat 3. Dalam kehidupan masyarakat, khususnya kehidupan umat Islam, dakwah memiliki kedudukan yang sangat penting. Dengan dakwah, ajaran Islam dapat disampaikan dan dijelaskan kepada masyarakat sehingga mereka menjadi tahu mana yang hak dan mana yang tidak, bahkan dakwah bukan hanya membuat masyarakat memahami yang hak dan bathil saja, tapi juga memiliki keberpihakan kepada segala bentuk yang hak dengan segala konsekuensinya dan membenci yang batil sehingga selalu berusaha mencegahnya.² Dakwah yang dilakukan dari masa ke masa mengalami dinamikanya sesuai dengan tuntutan dan kondisi zamannya.

Sejak kemunculan wabah covid-19 di Indonesia, banyak perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan tersebut memiliki dampak signifikan terhadap kondisi kehidupan masyarakat. Wabah yang kian merebak dan meluas ini semakin cepat menyebar ke seluruh dunia tak terkecuali Indonesia. Saat itu pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan terkait pandemi tersebut, diantaranya; pemberlakuan *lockdown*, *social distancing*, *physical distancing*, PSBB (pemberlakuan sosial berskala besar) guna memutus rantai penyebaran dan penularan virus tersebut. Aktivitas dakwah juga berdampak terhadap pemberlakuan kebijakan ini, yang mana biasanya aktivitas dakwah mengharuskan da'i atau mubaligh dan mad'u nya berada bersama-sama dalam jumlah yang besar. Selama adanya pandemi ini hal tersebut dilarang untuk dilakukan. Akibat dari itu semua perubahan mutlak dilakukan agar aktivitas dakwah tetap berjalan. Tulisan ini mencoba menelaah dan mengkaji tentang Dakwah Virtual: Alternatif Dakwah di Tengah Pandemi.

KERANGKA KONSEPTUAL

Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu dari kata kerja (*fi'il*), yaitu *da'a*, *yad'u*, yang berarti mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil.³ Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.

Menurut pendapat ahli, yaitu H.M.S. Nasaruddin Latif, dakwah merupakan setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil

² Teuku Zulkhairi, *Esai-esai Politik, Pendidikan dan Sosial Agama*, (Banda Aceh: Bandar Publishing, 2011), hal. 98

³ Firdaus Al-Hisyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia-Inggris*, (Surabaya: Gitamedia Press, 2006), hal. 247.

manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis akidah dan syari'ah serta akhlak islamiyah.⁴

Studi komunikasi mengatakan, dakwah adalah komunikasi yang lahir dan berkembang sebagai fenomena sosial yang bersifat rasional dan empiris. Dakwah adalah komunikasi meskipun tidak semua komunikasi adalah dakwah. Jika komunikasi mencakup semua jenis pesan, maka dakwah dengan karakternya lebih fokus kepada pesan yang berisi seruan *al khayr, amr ma'ruf dan nahy mungkar* apa lagi jika khusus tentang ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, dan dilakukan oleh orang Islam kepada seseorang atau khalayak.⁵

Berdasarkan pengertian di atas, maka dakwah dapat dimaknai sebagai proses menyadarkan manusia terhadap realita hidup yang harus mereka hadapi berdasarkan petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Jadi, dakwah secara sederhana dipahami sebagai seruan, ajakan, dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat sesuai ajaran agama Islam.

1. Sinonim Kata Dakwah

Menurut Asmuni Syukir⁶ terdapat beberapa lafadh atau istilah dalam bahasa Arab yang maknanya hampir sama dengan kata dakwah. Adapun lafadh-lafadh tersebut sebagai berikut:

- a. *Tabligh* yang artinya menyampaikan, yakni menyampaikan ajaran Allah dan Rasul kepada orang lain yang penyajiannya menurut apa adanya, mengemukakan fakta-fakta, tanpa adanya unsur paksaan untuk diterima atau diikuti.
- b. *Al-amr bi al-ma'ruf* yang berarti memerintahkan kepada kebaikan. Kebaikan yang dimaksud adalah kebaikan yang diperintahkan oleh Allah dalam ajaran Islam.
- c. *An-nahy 'an al-munkar* yang artinya melarang kepada perbuatan yang munkar, yaitu perbuatan yang buruk atau yang dilarang oleh agama Islam.
- d. *An-nashihah* yang bermakna memberi petunjuk yang baik, yaitu kata yang baik dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Nasihat yang dimaksud adalah usaha memperbaiki tingkah laku seseorang atau sekelompok orang.
- e. *Khithabah* yang artinya memberi khutbah atau nasehat kepada orang lain dengan cara menyampaikan nasehat-nasehat kebajikan sesuai dengan perintah Allah.

⁴Rafi'udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal.24.

⁵ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 39.

⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya; Al-ihlash, 1983), hal. 77

- f. *Mau'izhah* yang bermakna memberi nasehat, atau memberi pelajaran yang baik kepada orang lain.
- g. *Al-irsyad* yang memiliki makna suatu upaya untuk mendorong manusia agar mau mengikuti petunjuk dengan menyampaikan kebenaran Islam, sekaligus larangan-larangannya sehingga menimbulkan perbuatan manusia untuk mengikuti Islam.

2. Bentuk-bentuk Dakwah

Secara umum dakwah Islam semakin berkembang akibat dari kemajuan teknologi komunikasi dan pemikiran manusia. Adapun bentuk dakwah dikategorikan dalam empat bentuk, yaitu;⁷

- a. Dakwah bi al-lisan; dakwah yang dilaksanakan melalui lisan yang dilakukan antara lain dengan ceramah, khutbah, diskusi, nasihat. Dari aspek jumlah barangkali dakwah melalui lisan ini sudah cukup banyak dilakukan oleh para jutu dakwah di tengah-tengah masyarakat.
- b. Dakwah bi al-hal; dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata, yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.
- c. Dakwah bi al-qalam; yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah bi al-qalam ini lebih luas daripada media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Kapan saja dan dimana saja mad'u atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah bi al-qalam.
- d. Dakwah *bi ahsanil Amal*; yaitu kegiatan dakwah yang mencakup pengelolaan kegiatan dakwah itu sendiri dengan mengembangkan dan memberdayakan lembaga-lembaga Islam. Dakwah ini menawarkan alternatif model pemecahan masalah umat dalam bidang sosial, ekonomi dan lingkungan dalam perspektif Islam. Dengan kata lain dakwah transformasi ajaran Islam melalui aksi-aksi inovasi dan pemberdayaan sumber daya manusia dan sumber daya lingkungan.

3. Tujuan Dakwah

Dalam merumuskan definisi dakwah, ada ahli yang mengemukakan tujuan dakwah adalah dunia dan akhirat, ada yang tujuan dunia saja, dan ada pula yang tidak

⁷ Fahkri, *Dinamika Ilmu Dakwah*, (Banda Aceh: Dakwah Ar-raniry Press, 2015), hal. 8-9

mencantumkan tujuan dakwah secara jelas. Dalam perspektif ilmiah dapat dikatakan bahwa tujuan duniawi dapat digambarkan dan diukur, sementara tujuan akhirat tidak dapat diukur. Tujuan akhirat tidak dapat diuji dan diukur secara empiris dan ilmiah. Jika tujuan dakwah adalah kebahagiaan dunia dan akhirat bagaimana mengetahui kebahagiaan akhirat tersebut. Mukti Ali memberi penjelasan mengenai ilmu akhirat, ia mengatakan kita bisa mendapatkan ilmu tentang akhirat namun kita tidak pernah melihat atau menyaksikan orang yang mengalaminya, bahkan kita sendiri juga tidak pernah mengalaminya. Tujuan dakwah atau penyiaran Islam adalah untuk menjadikan masyarakat Islam beriman kepada Allah. Jiwanya bersih diikuti dengan perbuatan-perbuatan yang sesuai dengan ucapan batinnya. Mengagungkan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan baik untuk kepentingan umat manusia dan demi berbakti kepada-Nya.⁸

Sementara menurut Abdul Basit yang dikutipnya dalam Asmuni Syukir tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridhai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.⁹ Tujuan umum tersebut perlu ditindak lanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat.

Lebih lanjut ia menjelaskan pada level individu tujuan dakwah adalah : pertama, mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sesungguhnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak yang dipengaruhi oleh paradigma berpikirnya. Jika salah seorang melakukan tindakan mencaci orang lain, sebenarnya dalam benak orang yang mencaci itu tersimpan pikiran-pikiran yang tidak baik pada orang yang dicacinya. Untuk memperbaiki tindakan tersebut diperlukan adanya perubahan paradigma berpikir agar dia tidak berperilaku mencaci orang lain. Oleh karena itu, kegiatan dakwah pada tingkat individu ini diharapkan mampu merubah pandangan negatif seseorang menjadi berpandangan positif sesuai dengan ajaran tuhan.

Kedua, menginternalisasikan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam.

Ketiga, wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang muslim memiliki kemauan untuk mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Kemauan dan

⁸ Mukti Ali, *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987), hal. 18

⁹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 51.

kesadaran kunci utama bagi setiap individu muslim dalam melakukan ajaran Islam. Hal tersebut akan muncul manakala ajaran Islam betul-betul dipahami dan diinternalisasikan dalam diri seorang muslim. Untuk itulah tugas dari seorang da'i adalah bagaimana memberikan pemahaman kepada setiap individu muslim dalam memahami ajaran Islam.

Sementara pada level kelompok dan masyarakat, perlu ada penguatan pada tujuan dakwah secara khusus, yaitu pertama, meningkatkan persaudaraan dan persatuan di kalangan muslim dan non muslim. Hal ini berdasarkan surat Al-Baqarah ayat 213. Kedua, peningkatan hubungan yang harmonis dan saling menghargai antar anggota kelompok atau masyarakat. Wujud dari menjaga persatuan adalah lahirnya kehidupan yang harmonis dan saling menghargai di masyarakat. Hubungan batin antar sesama manusia dapat menjadi faktor penguat dalam menjalin kehidupan yang harmonis dan saling menghargai. Ketiga, penguatan struktur sosial dan kelembagaan yang berbasiskan pada nilai-nilai Islam. Adanya keniscayaan struktur sosial dan kelembagaan di masyarakat, maka tugas da'i dan umat Islam adalah bagaimana memberi nilai-nilai Islam terhadap struktur sosial dan kelembagaan yang ada di masyarakat tersebut. Keempat, membangun kepedulian dan tanggung jawab sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia. Islam mengajarkan jika seseorang telah memperoleh kekayaan yang berlebih maka dia diperintahkan untuk berbagi kepada orang lain melalui pemberian zakat, infaq, sedekah, wakaf. Konsep berbagi inilah yang merupakan wujud dari tanggung jawab dan kepedulian sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia.

Masih berkaitan dengan tujuan dakwah, Moh.Ali Aziz sebagaimana yang dikutip oleh Mukti Ali merincikan karakteristik tujuan dakwah sebagai berikut :¹⁰

- a. Sesuai (*suittable*), tujuan dakwah bisa selaras dengan misi dan visi dakwah itu sendiri.
- b. Berdimensi waktu (*measurable time*), tujuan dakwah haruslah kongkrit dan bisa diantisipasi kapan terjadinya.
- c. Layak (*feasible*) tujuan dakwah hendaknya berupa suatu tekad yang bisa diwujudkan (realitis).
- d. Luwes (*flexibel*) itu senantiasa bisa disesuaikan atau peka (*sensitiv*) terhadap perubahan situasi dan kondisi umat.

¹⁰ Mukti Ali, *Beberapa Persoalan...*, hal.61

e. Bisa dipahami (*understanable*), tujuan dakwah haruslah dipahami dan dicerna.

Terdapat beberapa komponen atau unsur dakwah yang dapat dipahami sebagai bagian yang menjadi pilar utama terlaksananya dakwah dalam kehidupan umat manusia. Keseluruhan komponen tersebut saling berkolaborasi untuk memperoleh tujuan dan hasil yang sama, yaitu “menstarnsformasikan” manusia pada jalur kebaikan dan ridha Allah. Adapun komponen yang menjadi penentu kualitas hasil dakwah tersebut adalah; Pelaku dakwah, mitra dakwah, materi dakwah, media dakwah, metode dakwah dan efek dakwah.

4. Media Dakwah

Media dakwah adalah saluran atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mitra dakwah. Media dakwah ini dapat berupa media primer dan sekunder. Yang termasuk media primer adalah seluruh lambang-lambang yang digunakan untuk meyampaikan pesan, seperti bahasa, simbol, isyarat, gambar, warna dan sebagainya. Semua itu secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan pelaku dakwah untuk dipahami oleh mitra dakwah. Adapun media sekunder adalah sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang dianggap menjadi media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Digunakannya media sekunder dalam proses dakwah disebabkan kondisi mitra yang relatif banyak dan jauh dari pelaku. Keunggulan media sekunder dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah disebabkan oleh efektifitasnya dalam menjangkau mitra dakwah dan efesiensinya dalam menyebarluaskan pesan dakwah kepada jumlah mitra dakwah yang banyak dengan cara cepat dan serentak.

Syukri Syama'un menjelaskan sebagaimana yang dikutipnya dari hamzah Ya'qub bahwa media dakwah dapat digolongkan ke dalam lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio-visual dan akhlak.¹¹Berikut penjelasan dari kelima bentuk media dakwah tersebut:

- a) Lisan, merupakan media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat berupa pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b) Tulisan, dapat berupa buku, majalah, surat kabar, spanduk
- c) Lukisan, termasuk gambar karikatur dan sebagainya
- d) Audio-visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, seperti televisi, film, slide, internet.

¹¹ Syukri Syama'un, *Dakwah Rasional*, (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2007), hal. 27-28

- e) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam sehingga dapat menjadi panutan mitra dakwah.

5. Urgensi *New Media* sebagai media Dakwah

Dalam berdakwah, seorang da'i dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman yang akan membuat dakwah dan risalah yang disampaikannya terbilang sukses. Untuk membuat dakwah semakin efektif dan cepat tersebar kepada para mad'u salah satu caranya adalah dengan mengikuti perkembangan media komunikasi yang ada.

New media atau media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan internet dan telephone genggam canggih. Dua kekuatan utama perkembangannya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci kekuatan komputer yang besar terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkannya membawakan informasi dengan efisien dan saling berbaaur.¹² Ayu Maghfirah menyebutkan (sebagaimana yang dikutipnya dari Terry Flew) media baru disebut juga dengan *New Digital Media* yang mana kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebar luaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit, dan sistem gelombang mikro.¹³ Dalam penggunaannya media baru tidak dapat dipisahkan dengan dunia digital yang sering kali memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mudah, interaktif dan tidak memihak contohnya internet. Dari internet banyak kemudahan yang ditawarkan salah satunya adalah adanya penggunaan media sosial yang hingga sekarang terus menjamur.

Media sosial merupakan salah satu dari jenis media *cyber* yang bisa digunakan untuk mempublikasikan konten yang berupa profil, aktivitas, ataupun pendapat pribadi dalam jejaring sosial di dunia *cyber*. Adapun definisi media sosial menurut Van Dijk yang dikutip oleh Rulli Nasrullah¹⁴ adalah *platform* media yang mengfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

¹² Denis McQuail, *Teori komunikasi Massa*, edisi 6, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hal. 43

¹³ Ayu Maghfirah, Analisis Framing Dakwah Ustad Hanan Attaki Dan Ustad Felix Siauw, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2018, hal. 30

¹⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2015), hal.11

Selain itu pula media sosial memiliki ciri-ciri khusus yang tidak dimiliki oleh media lainnya, seperti halnya jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, penyebaran, partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, keterhubungan.¹⁵ Menurut Kaplan dan Haenlein (seperti yang dikutip oleh Ayu Maghfirah)¹⁶ membagi media sosial dalam enam(6) jenis, yaitu proyek kolaborasi, blog, komunitas konten, situs jejaring sosial, virtual game world, virtual sosial world, micro blogging, sosial book making.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini merupakan resume dari penelitian perpustakaan (Library Research). Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi mengidentifikasi wacana dari buku-buku, makalah atau artikel, jurnal, web atau internet ataupun informasi lainnya yang terkait dengan tema kajian ini. Sedangkan teknik analisis data dilakukan secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif

HASIL PENELITIAN

Aktivitas Dakwah Melalui Sosial Media Ditengah Pandemi

Keinginan untuk terus berdakwah harus menjadi kebiasaan umat Islam. Berbagai cara telah dilakukan agar dakwah senantiasa tetap berjalan hingga kini, setelah berselang ratusan tahun sejak dakwah lisan yang digunakan Rasulullah SAW sampai dakwah saat ini yang menggunakan media digital.¹⁷ Dalam kemajuan ilmu dan teknologi, muncul pula media yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer, yang dikenal dengan nama internet. Sejak tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0 dimana semua menjadi interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang.¹⁸ Dakwah melalui media sosial merupakan salah satu strategi jitu penggunaan media di era digitalisasi. Hal ini selain dapat membantu penyebaran dakwah secara tepat dan cepat, berdakwah melalui media sosial juga sangat mudah dan penuh kreativitas. Ada banyak bentuk aktifitas melalui media sosial, baik menggunakan instagram, twitter, facebook, blog, youtube dan lain sebagainya. Hal ini

¹⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial :....*, hal.16-34

¹⁶ Ayu Maghfirah, *Analisis Framing....*, hal. 33

¹⁷ Yedi Purwanto, dkk., "*Peran Teknologi Informasi dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*", Jurnal Sosioteknologi Institut Teknologi Bandung, Vol.16, No.1, April 2017, hal. 95.

¹⁸ Fanny Aulia Putri, "*Opini Siswa Mengenai Tindakan Cyberbullying Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMA Negeri 1 Medan Mengenai Tindakan Cyberbullying Di Media Sosial)*" Skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2014).

dikarenakan media sosial adalah bahagian daripada media komunikasi yang menjadikannya sebagai media dakwah pula.

Dalam menghadapi era modern, para pelaku dakwah harus mampu memanfaatkan semua sarana penunjang dakwah. Dengan penggunaan sarana tersebut, dakwah menjadi semakin maju dan berkembang. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi akan sangat menguntungkan dakwah bila mampu dimanfaatkan secara bijak oleh para pelaksana dakwah.¹⁹ Sebagai umat yang hidup di zaman modern, diharapkan umat Islam dengan dakwahnya harus mampu bersanding dan bersaing dengan umat lain yang telah maju dengan cara menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi disamping memiliki iman dan taqwa yang kuat.

Sejak mewabahnya Covid 19, segala bentuk aktivitas banyak yang dibatasi tak terkecuali aktivitas dakwah. Di kota-kota besar yang berdampak Covid-19 hal ini sangat dirasakan, terlebih lagi pada bulan Ramadan, yang biasanya aktivitas dakwah dilakukan dalam bentuk tabligh akbar yang pesertanya dalam jumlah yang banyak dan dalam satu tempat. Hal tersebut menjadikan para pelaku dakwah mencari alternatif bagaimana agar aktivitas dakwah selama bulan Ramadhan khususnya tetap berjalan. Salah satunya adalah mengubah metode dan strategi dakwah dari konvensional ke dakwah virtual dengan memanfaatkan media sosial dalam berbagai bentuknya.

Menurut Habib Idrus²⁰ kondisi ini seharusnya tidak membuat aktivitas dakwah terhenti. Justru seharusnya membuat aktivitas dakwah kita menjadi terasah. Lebih lanjut ia mengemukakan bahwa dengan munculnya kebijakan *new normal* sebagai upaya mempercepat penanganan ekonomi, kesehatan, yang terdampak akibat pandemi covid-19, maka dakwah secara virtual menjadi pilihan terbaik saat ini. Dakwah virtual tidak membutuhkan sejumlah hal seperti halnya dakwah tabligh akbar yang membutuhkan konsumsi ataupun biaya tak terduga lainnya. Dalam dakwah virtual, orang hanya membutuhkan kuota internet dan kemauan. Ia juga menambahkan dengan adanya pandemi ini metode dakwah yang ketujuh adalah dakwah bil internet. Karena platform teratas untuk media dakwah terbaik dimasa pandemi covid 19 ini adalah melalui youtube dan media sosial seperti facebook, instagram, dan twitter. Bahkan sekarang ada juga live streaming melalui zoom, google meeting.

¹⁹ Zalikha, *Membangun Format Baru Dakwah*, Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2012, hal. 134

²⁰ <https://republika.co.id/berita/qcmidm430/strategi-dakwah-di-era-emnew-normalem>, Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020

Sementara itu menurut Nurhidayat²¹ munculnya trend baru dakwah virtual Ramadhan ditengah pandemi saat ini khususnya pada Ramadhan, yaitu Gempita Dakwah Ramadhan melalui berbagai media telekonferensi seperti menggunakan aplikasi zoom meeting dan google meeting. Zoom meeting mengklaim memiliki 300 juta orang yang menggunakan aplikasi ini sejak bulan April 2020 saat wabah covid 19 ini melanda dunia. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa trend ini muncul didasari oleh beberapa hal antara lain, untuk memenuhi kebutuhan umat terhadap dakwah di bulan Ramadhan yang tidak didapatkan di mimbar tarawih Ramadhan sehingga untuk memenuhi kebutuhan dakwah tersebut dakwah virtual telekonferensi menjadi alternatif pilihan saat ini. Kelebihan dakwah virtual ramadhan melalui telekonferensi ini; pertama dakwah dilakukan tidak hanya monologis tetapi bisa dialogis. Kedua, spektrum atau jangkauannya lebih luas tidak hanya satu negara tetapi juga lintas negara. Sebuah Ormas Islam atau lembaga dakwah bisa menggelar kajian Ramadhan dengan narasumber dari berbagai negara.

Berikut ini beberapa gambar aktifitas dakwah selama masa pandemi:



Dari paparan di atas penulis menyimpulkan bahwa aktivitas dakwah tidak pernah terhenti meskipun dalam keadaan dan kondisi yang sesulit apapun (dalam hal ini pandemi covid 19) yang dirasakan oleh seluruh umat manusia . Aktivitas dakwah dapat terus berjalan bila para pelaku dakwah (da'i dan mubaligh) memiliki strategi dan metode dakwah yang relevan dengan kondisi yang terjadi di masyarakat. Da'i dan mubaligh seyogyanya harus memiliki kemampuan dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi komunikasi.

2. Dakwah Virtual: Suatu Keniscayaan

Perkembangan teknologi dewasa ini telah banyak membawa perubahan. Perubahan tersebut tentunya akan menghasilkan suatu dampak, baik dampak positif maupun negatif. Dalam hal ini manusia sebagai makhluk yang diberikan kelebihan oleh Allah (baca: memiliki

²¹ <https://carapandang.com/read-news/gempita-dakwah-virtual-ramadhan-di-tengah-covid19>, Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020

akal pikiran) harus bisa lebih selektif dalam memilih dan menggunakan teknologi tersebut untuk kemanfaatan hidupnya.

Perubahan tersebut juga dialami dalam aktivitas dakwah sekarang ini. Dahulu, aktivitas dakwah dilakukan dengan model sangat tradisional. Da'i mendatangi sebuah komunitas masyarakat dan memberikan ilmunya pada mereka, atau sebaliknya masyarakat meminta da'i untuk memberikan dakwah berupa hal-hal yang terkait dengan keagamaan. Disini terjadi dialog langsung antara da'i dan mad'u. Apa saja materi yang diberikan bila tidak dipahami bisa ditanyakan langsung pada da'i disaat itu juga. Disini kedekatan antara da'i dan mad'u terjalin harmonis.

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi media komunikasi mengalami perkembangan dan perubahan yang pesat. Munculnya berbagai bentuk media sosial turut memberikan kontribusi yang luar biasa terhadap perkembangan media komunikasi.

Aktivitas dakwah yang dahulunya bersifat tradisional mengalami perubahan, dalam artian tidak hanya komunitas di suatu tempat saja bisa menikmati dan hadir untuk mengikuti dakwah tersebut, tapi jama'ah yang hadir bisa dalam jumlah yang besar dan bukan hanya berada di satu tempat dengan komunitas di mana aktivitas dakwah tersebut sedang berlangsung. Inilah transformasi dakwah yang sudah menjadi tuntutan zaman. Munculnya media baru turut memberi warna tersendiri dalam perkembangan teknologi komunikasi. Media baru (*New Media*) tersebut juga memberi dampak yang signifikan dalam aktivitas dakwah. Dimasa pandemi ini aktivitas dakwah tetap berjalan seperti yang diharapkan oleh masyarakat muslim. Dakwah virtual menjadi pilihan demi tetap berlangsungnya aktivitas dakwah. Dakwah virtual yang menjadi "primadona" di tengah pandemi saat ini adalah dakwah virtual dengan menggunakan live streaming. Pemanfaatan dakwah virtual dalam bentuk tersebut dapat menjangkau jarak dan waktu yang lebih banyak dan lebih luas dengan dihadiri oleh da'i dan mad'u secara bersamaan. Karakteristik dari media baru²² tersebut diantaranya adalah virtual dan interaktif. Virtual adalah karakteristik yang berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital. Adapun interaktif adalah kelebihan atau ciri utama dari media baru yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan memungkinkan pengguna dapat terlibat secara langsung dalam perubahan gambar/teks yang mereka akses.

²² <https://pakarkomunikasi.com/teori-media-baru>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020

Konstruksi Sosial Dalam Dakwah Virtual

Media massa mengambil peran strategis dalam pembentukan konstruksi sosial. Konstruksi sosial atau konstruksi terhadap realitas menjadi salah satu langkah penting untuk dapat merubah pola hidup masyarakat. Teori tersebut turut diperkenalkan oleh Peter L. Berge dan Thomas Luckmann dalam bukunya yang berjudul “*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge, 1996*”. Dalam istilah *social construction of reality* tersebut menggambarkan proses sosial melalui sebuah proses tindakan dan interaksi, saat individu dipaksa secara terus menerus menjalankan pesan yang telah diterimanya, sebagai sebuah tindakan-tindakan.²³

Konstruksi sosial memiliki keterkaitan dengan keberadaan media massa. Dengan adanya media massa maka suatu tatanan kehidupan di masyarakat dapat dirubah dengan tatanan konstruksi yang baru, termasuk di dalamnya media sosial. Konstruksi sosial dalam sejarahnya, berasal dari filsafat konstruktivisme, yang dikenal memiliki gagasan-gagasan bersifat konstruktif kognitif. Terdapat tiga macam model konstruktivisme, yang dikenal hingga saat ini, yaitu: (1) konstruktivisme radikal, yang hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran manusia; (2) konstruktivisme realisme hipotesis; (3) konstruktivisme biasa. Pengetahuan dalam paham konstruktivisme dapat merefleksikan suatu realitas objektif, sebagai sebuah realitas yang dalam perkembangannya dibentuk oleh pengalaman seseorang.²⁴

Media massa dalam konstruksi sosial sesuai dengan teori konstruktivisme tersebut, dapat menjadi salah satu langkah untuk merubah tatanan atau pola kehidupan seseorang. Di masa pandemi Covid-19 hingga masa pasca pandemi Covid-19 merupakan dua masa yang akan memiliki persamaan dalam hal konstruksi sosial yaitu bagaimana masyarakat dapat beradaptasi dengan situasi di masa pandemi. Konstruksi sosial terhadap aktivitas dakwah secara virtual juga memengaruhi banyak aspek dalam kehidupan masyarakat selama masa pandemi.²⁵ Kebutuhan mad'u terhadap dakwah yang disampaikan oleh da'i favoritnya di sebuah kajian, atau masjid misalnya, yang sebelumnya sempat terhalang karena *social distancing* kini sudah dapat terselesaikan dengan dakwah virtual. Konstruksi sosial pada aktivitas dakwah virtual menuntut da'i dan mad'u mengikuti perkembangan teknologi dalam penggunaan media sosial yang menjadi medium dakwah virtual.

²³ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 189

²⁴ *Ibid.*, 190

²⁵ Latif Syaipudin “*Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19*” *Kalijaga Journal of Communication*, Mahasiswa Jurusan Studi Islam Program Doktorat (S3) IAIN Tulungagung, Vol. 2, No. 1 Tahun 2020, hal. 31

Konstruksi sosial lainnya yang sangat terasa dalam dakwah virtual yang mungkin menghabiskan waktu satu sampai dua jam dalam sekali tayang, adalah setiap orang dituntut lebih mandiri, seperti menyediakan konsumsi dan paket internet sendiri. Selain itu, kemauan yang kuat dari diri si mad'u atau audien menjadi tolak ukur keberhasilan dalam tersampainya pesan dalam dakwah virtual. Sebab terhubung di dunia maya kadang kala terasa sedang tidak berjamaah karena setiap jamaah berada di tempat yang berbeda. Perubahan tatanan sosial tersebut dari dakwah tatap muka menjadi dakwah virtual seiring berjalannya waktu akan terasa sangat bermanfaat di tengah pandemi terutama dalam memutus rantai penyebaran Covid-19. Oleh sebab itu, peran media sosial sebagai medium dakwah virtual dalam komunikasi massa sangat diperlukan sebagai salah satu langkah solutif dalam menyelesaikan dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Transformasi dakwah virtual telah menjadikan aktivitas dakwah terus berlanjut kendati di masa sesulit apapun seperti kondisi pandemi covid-19 saat ini. Ia nya menjadi salah satu alternatif metode dakwah yang harus terus dikembangkan oleh para juru dakwah, dalam hal ini para da'i dan mubaligh. Dakwah dalam bentuk ini diharapkan dapat menjawab kebutuhan mad'u untuk terus mendapatkan pencerahan ilmu agama dari para ahlinya. Terlepas dari aspek kelebihan dan kekurangannya, dakwah dengan metode ini telah menjadikan dakwah tetap eksis dan bertahan sampai sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar strategi Dakwah Islam*, Surabaya; Al-ihlash, 1983
- Ayu Maghfirah, *Analisis Framing Dakwah Ustad Hanan Attaki Dan Ustad Felix Siauw, Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2018
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2007
- Denis McQuail, *Teori komunikasi Massa*, edisi 6, Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Fahkri, *Dinamika Ilmu Dakwah*, Banda Aceh: Dakwah Ar-raniry Press, 2015
- Fanny Aulia Putri, "Opini Siswa Mengenai Tindakan Cyberbullying Di Media Sosial (Studi Deskriptif Opini Siswa SMA Negeri 1 Medan Mengenai Tindakan Cyberbullying Di Media Sosial)" Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2014
- Firdaus Al-Hisyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia-Inggris*, Surabaya: Gitamedia Press, 2006

- <https://republika.co.id/berita/qcmidm430/strategi-dakwah-di-era-emnew-normalem>, Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020
- <https://carapandang.com/read-news/gempita-dakwah-virtual-ramadhan-di-tengah-covid19>, Diakses pada tanggal 15 Agustus 2020
- <https://pakarkomunikasi.com/teori-media-baru>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020
- Jasafat, *Dakwah: Media Aktualisasi Syariat Islam*, Banda Aceh: Dinas Syariat Islam Aceh, 2011
- Latif Syaipudin “*Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19*” *Kalijaga Journal of Communication*, Mahasiswa Jurusan Studi Islam Program Doktoral (S3) IAIN Tulungagung, Vol. 2, No. 1 Tahun 2020
- Mukti Ali, *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*, Jakarta: Rajawali Press, 1987
- Rafi’udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2015
- Syukri Syama’un, *Dakwah Rasional*, Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2007
- Teuku Zulkhairi, *Esai-esai Politik, Pendidikan dan Sosial Agama*, Banda Aceh: Bandar Publishing, 2011
- Yedi Purwanto, dkk., “*Peran Teknologi Informasi dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa*”, *Jurnal Siosioteknologi Institut Teknologi Bandung*, Vol.16, No.1, April 2011
- Zalikha, *Membangun Format Baru Dakwah*, Banda Aceh : Ar-Raniry Press, 2012.