

**AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA:  
Perspektif Etika Dakwah Dengan Studi Kasus Di Kota Medan**

**Nashrillah MG**  
UIN Sumatera Utara  
Email: *mgnashrillah@gmail.com*

**Abstract**

*This article presents about the actualization of preaching of millennial dai (preacher) group in cyberspace. The millennial dai group is a young preacher who grows and develops together with advances in information technology, thus this group highly "dependent" on information technology. To understand the actualization of the millennial dai in cyberspace, several questions about the identity of the millennial dai and the actualization of preaching in cyberspace were asked. This study found that the identity of the millennial was formed based on high "dependence" on social media, had a higher education level, and was actively involved in religious organizations. Whereas the actualization in cyberspace, especially a social media like facebook is done by self-actualization and actualization of preaching. Self-actualization follows the general developments on Facebook, such as selfies and narcissism and these become a common practice of millennial dai. The actualization of preaching shows the shifting of preaching from something "sacred" to something profane, as well as there is an effort to use Facebook as a support factor of certain groups. Various expressions presented by millennial dai in cyberspace explains that the ethics of preaching or da'wah does not become a reference in the activities of preaching which has led it to experience disorientation from religious interests into economic interests.*

**Keywords:** *Millennial, Facebook, selfies, preaching, cyberspace*

**Abstrak**

Artikel ini menyajikan tentang aktualisasi dakwah kelompok dai millennial di ruang maya. Kelompok dai millennial merupakan dai muda yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi, sehingga menjadikan kelompok ini sangat "tergantung" pada teknologi informasi. Untuk memahami aktualisasi dai millennial di ruang maya diajukan pertanyaan apa identitas dai millennial, dan bagaimana aktualisasi dakwah di ruang maya. Penelitian ini menemukan bahwa identitas dai millennial dibentuk berdasarkan pada "ketergantungan" tinggi pada media sosial, memiliki jenjang pendidikan tinggi, dan terlibat aktif pada organisasi keagamaan. Sedangkan aktualisasi di ruang maya, khususnya media sosial seperti facebook dilakukan dengan aktualisasi diri dan aktualisasi dakwah. Aktualisasi diri mengikuti perkembangan umum di facebook, seperti selfie dan narsisme menjadi bagian umum dipraktikkan dai millennial. Aktualisasi dakwah memperlihatkan adanya pergeseran dakwah sebagai sesuatu "sakral" menjadi sesuatu profan, serta adanya upaya memanfaatkan facebook untuk mendukung kepentingan kelompok tertentu. Berbagai ekspresi ditampilkan dai millennial di ruang maya menjelaskan bahwa etika dakwah tidak menjadi acuan dalam aktivitas dakwah, sehingga mengakibatkan dakwah mengalami disorientasi dari kepentingan keagamaan menjadi kepentingan ekonomi.

**Kata Kunci:** *Millennial, Facebook, Selfie, Dakwah, Ruang Maya.*

## مستخلص

يقدم هذا المقال حول تحقيق مجموعة الدعاء لجيل الألفية في الفضاء الإلكتروني. هذه المجموعة هي من داعي شاب ينمو ويتطور جنباً إلى جنب مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات، مما يجعل هذه المجموعة "معتمدة" إلى حد كبير على تكنولوجيا المعلومات. لفهم تحقيق هذه المجموعة في الفضاء الإلكتروني، فيأتي السؤال ما هي هوية هذه المجموعة، وكيف تحقق الدعوة في الفضاء الإلكتروني. وجدت هذه الدراسة أن هوية جيل الألفية تشكلت على أساس "الاعتماد" العالي على وسائل التواصل الاجتماعي، وكان لهم مستوى التعليم العالي، وفعالون بنشاط في المنظمات الدينية. في حين أن تحقيق الواقع في الفضاء الإلكتروني، لا سيما الوسائط الاجتماعية مثل Facebook، يتم عن طريق تحقيق الذات وتحقيق الدعوة. يتبع تحقيق الذات التطورات العامة على Facebook، مثل أن تصبح selfies و Narcissism جزءاً شائعاً من الممارسات التي تتم ممارستها في جيل الألفية. وأن تحقيق الدعوة يدل على تحول الدعوة من شيء "مقدس" إلى "غير مقدس"، وكذلك محاولة لاستخدام Facebook لدعم مصالح مجموعات معينة. تظهر تعبيرات مختلفة لهذه المجموعة في الفضاء الإلكتروني تشير أن أخلاقيات الدعوة لا تصبح مرجعاً في أنشطة الدعوة، مما يتسبب في أن تصير الدعوة بالارتباك من المصالح الدينية إلى المصالح الاقتصادية.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang luar biasa merupakan sebuah realitas tidak hindari, sebab hampir semua aktivitas kehidupan sangat bergantung pada teknologi informasi tersebut. Teknologi informasi tidak hanya memudahkan kehidupan manusia, tetapi juga mampu menjadikan kehidupan tidak lagi dibatasi ruang dan waktu karena semua bisa dilakukan kapan dan di manapun dengan teknologi informasi. Kebutuhan pada teknologi informasi telah menjadikan kehidupan umat manusia sangat tergantung dengan segala hal berkaitan dengan teknologi tersebut, karena kebutuhan pada hal tersebut telah menjadi kebutuhan primer, sehingga manusia tidak bisa hidup tanpa teknologi informasi dengan kenyataan semuanya dapat diperoleh dengan teknologi informasi. Salah satu teknologi informasi paling banyak digunakan saat ini, adalah media sosial menjadikan segala sesuatu tentang diri individu, ataupun kelompok dapat terhubung

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

secara langsung dengan perangkat tersebut. Secara global, media sosial digunakan untuk menjadi sarana komunikasi paling berpengaruh seperti twitter, facebook, instagram, dan lainnya sangat cepat dan praktis tidak dibatasi oleh batas jarak jauh ataupun regional negara.<sup>1</sup>

Dalam kaitan dikemukakan, agama dengan segala unsurnya juga tidak bisa memisahkan diri dari media sosial, sebab agama sebagai sesuatu “yang hidup” di masyarakat juga ikut berkembang sesuai dengan perkembangan berlangsung. Secara khusus, dapat disebut dakwah sebagai bagian *elan vital* bagi kehidupan keagamaan juga menjadi bagian yang ikut terlibat di dalam media sosial, terutama di kalangan dai millennial sebagai kelompok terlibat aktif dalam ranah keagamaan sebagai pendakwah. Sedangkan di sisi lainnya, kelompok ini merupakan generasi yang tidak bisa hidup tanpa media sosial tersebut. Untuk itu, dai millennial merupakan bagian dari kelompok pengguna media sosial aktif berupaya menjadikan, khususnya facebook sebagai bagian dari upaya untuk aktualisasi diri dan aktualisasi dakwah di dunia maya. Partisipasi kelompok dai millennial pada facebook tidak hanya menunjukkan dirinya sebagai kelompok terlibat langsung pada media sosial tersebut, tetapi juga berupaya menjadikan partisipasi pada bidang dakwah sebagai bagian diekspresikan pada facebook akun kelompok dai millennial dengan berbagai bentuk mengikuti perkembangan pada facebook tersebut.<sup>2</sup>

Wujud dakwah ditampilkan dai millennial berbeda dengan dakwah konvensional lebih menekankan pada aspek etika dakwah, terutama kompetensi dai dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai kelompok “penyeru” pada kebaikan, dan menghindarkan segala buruk (*amar ma’uf nahi munkar*), serta menyampaikan dakwah dengan bijaksana (*bi al-hikmah*). Entitas dakwah, terutama aspek personal individu menjadi bagian tidak bisa diabaikan dalam aktivitas dakwah, sebab seorang dai sebagai referensi masyarakat dalam kehidupan keagamaan. Etika dakwah menjadi relevan karena dakwah sebagai bagian utama dalam doktrin agama hanya dapat dijalankan secara baik apabila menjadikan prinsip umum, dan etika dakwah sebagai acuan dalam aktivitas dilakukan. Dai millennial, sebagaimana generasi yang mengkonstruksi dakwah dalam ruang maya sebagai aktivitas tidak hanya sebagai sebuah kewajiban keagamaan, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas menghasilkan

---

<sup>1</sup>Falahah dan Dewi Rosmala, “Study of Social Media Networking usage in Higher Education Environment”, *Social and Behavioral Sciences*, 67 (10), 2012, 156-166.

<sup>2</sup>Martin Slama, “A Subtle Economy of Time: Social Media and the Transformation of Indonesia’s Islamic Preacher Economy”, *Economic Anthropology*, 1 (4) 2017, 94-106.

sumber ekonomi.<sup>3</sup> Dalam prakteknya, dai millennial menjadikan aktivitas dakwah sebagai bentuk identitas baru telah kehilangan unsur sakralitasnya berdasarkan pada status facebook kelompok tersebut.

Berkaitan konteks dikemukakan, relevan mengkaji tentang identitas dai millennial dan aktivitasnya di ruang maya, terutama dengan fokus pada akun facebook karena sebagai kelompok muda yang tumbuh dan besar dalam perkembangan teknologi informasi, semua aktivitas dilakukan juga tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi tersebut. Penelitian ini menyajikan unsur membentuk identitas dai millennial dan ekspresi ditampilkannya di ruang maya dengan melihatnya secara kritis dalam perspektif etika dakwah. Hal tersebut dipandang penting karena dai millennial sebagai kelompok aktif dalam dakwah sebagai juru dakwah, maka melihat dalam perspektif etika dakwah akan menemukan secara objektif segala bentuk ekspresi muncul di facebook, sebagai sesuatu yang layak, atau tidak untuk dipraktikkan para dai karena semua hal berkaitan dengan aktivitas dai selalu dihubungkan dengan aspek dakwah tersebut. Di sisi lainnya, para dai juga dituntut untuk dapat eksis pada ranah nyata dan ranah maya saat bersamaan dengan tetap menjadikan etika dakwah, khususnya etika dai sebagai unsur paling penting dalam aktivitas dakwah dilakukan.

### **Identitas Dai Millennial**

Dai millennial merupakan kelompok terlibat aktif pada aktivitas dakwah sebagai juru dakwah atau dai-penceramah. Kelompok ini tidak hanya menjadikan dakwah sebuah kewajiban misi suci (*holy mission*), tetapi juga sebagai profesi yang dijalankan dengan memperhatikan aspek ekonomi dari kegiatan tersebut. Bagi dai millennial, kegiatan dakwah bukan satu-satunya aktivitas utama karena memiliki aktivitas lainnya sebagai profesi utama, seperti guru, atau pegawai di instansi pemerintah. Profesi disebut sebagai profesi resmi, tetapi aktivitas dakwah tetap menjadi bagian utama dari kegiatan dilakukan karena partisipasi pada bidang dakwah merupakan aktivitas menjanjikan untuk masa depan, dan juga mampu memenuhi kebutuhan harian dari aspek ekonomi dihasilkan dari honor diterima dari dakwah tersebut, sehingga konsentrasi dai lebih banyak difokuskan pada bidang dakwah

---

<sup>3</sup>Hew Wai Weng, "Dakwah 2.0: Digital Dakwah, Street Dakwah, Cyber-Urban Activism among Chinese Muslim in Malaysia and Indonesia", Nadja-Christina Schneider dan Carola Richter, ed., *New Media Configuration and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World* (Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2015), 198-221.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

praktis, karena posisi sebagai sebagai dai tidak hanya berimplikasi pada bidang ekonomi, tetapi juga menjadi sarana penghubung dengan kelompok lain untuk mendapatkan kemudahan dalam segala aspek kehidupan, serta menaikkan kelas sosial kelompok tersebut karena posisi sebagai dai tersebut.<sup>4</sup>

Dai millienial berbeda dengan dai generasi sebelumnya karena memiliki perbedaan pengalaman dimiliki masing-masing, terutama realitas dan situasi dihadapi, sehingga membentuk sudut pandang berbeda antar keduanya, termasuk dalam kaitannya dengan dakwah dan aktivitas berkaitan dengan hal tersebut.<sup>5</sup> Dai generasi millennial tumbuh dan berkembang bersamaan dengan menguatnya peran teknologi informasi dalam kehidupan menjadikan relasi antar tidak dibatasi ruang dan waktu, semua dapat berjalan bersamaan saat bersamaan pula. Generasi sebelumnya tidak begitu akrab dengan kemajuan teknologi, sehingga kelompok kedua sebagai kelompok jauh dari informasi perkembangan dunia global, dan relasi antar sesama masih dilakukan secara konvensional. Perbedaan pengalaman dikemukakan memberi pengaruh besar dalam membentuk pandangan masing-masing tentang dakwah dan aktivitas berkaitan dengan hal tersebut. Aktivitas para dai millennial tentang dakwah berkaitan khusus dengan situasi dihadapi kelompok ini, terutama dalam kaitan untuk melihat dakwah sebagai bagian dari upaya aktualisasi diri dan sekaligus sumber ekonomi yang mampu memenuhi kebutuhan hidup.<sup>6</sup>

Secara umum, ada beberapa hal berbeda antara dai millienial dengan dai generasi sebelumnya sebagai pembeda dua generasi tersebut. Perbedaan antara generasi ini sebagai identitas umum pada dai millienial tersebut. Unsur pembeda antara generasi dai millienial dengan pendahulunya keterbukaan pada kemajuan teknologi, sebab dai generasi sebelumnya cenderung menutup diri terhadap segala perkembangan berlangsung. Sedangkan bagi dai generasi millienial kemajuan teknologi bukan sebuah tantangan harus dihindari, tetapi justru menjadi bagian dari upaya aktualisasi diri, sebab kelompok millienial ini sendiri lahir dan besar bersamaan dengan menguatnya perkembangan teknologi informasi.<sup>7</sup> Untuk itu,

---

<sup>4</sup>Mona Abaza, "Markets and Faith: Jakarta Da'wa and Islamic Gentrification", *Archipel*, (67), 2004, 173-202.

<sup>5</sup>Dai millienial saat sekarang ini berusia kisaran 30 hingga 40 tahun, sedangkan dai generasi sebelumnya merupakan kelompok generasi yang tidak begitu akrab dengan teknologi informasi.

<sup>6</sup>Kelompok dai millienial ini umumnya sudah memulai aktivitas dakwanya saat masih kuliah, atau jauh sebelumnya. Proses awal menjadi dai juga tidak bisa dipisahkan dengan kenyataan ranah dakwah menjanjikan pada aspek ekonomi. Siregar, 11/02/2018.

<sup>7</sup>Leonard Epafra, "Religious-Expression among the Youths in the Indonesian Cyberspace", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 (1), 2016, 1-18.

respon kelompok millennial berbeda dengan generasi sebelumnya menjauhkan diri dari segala hal berkaitan dengan teknologi informasi. Sedangkan kelompok millennial tidak hanya menerima teknologi informasi, tetapi juga terlibat aktif sebagai kelompok yang memanfaatkan untuk kepentingan hidup, sebab bagi generasi millennial ini teknologi informasi sama dengan kebutuhan primer, seperti makan dan minum harus dipenuhi sebagaimana mestinya.

Relasi generasi millennial dan teknologi informasi, terutama media sosial merupakan bagian tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kelompok tersebut, sebab semua aktivitas dilakukan kelompok millennial ini melibatkan media sosial di dalamnya. Dalam konteks dikemukakan, dai generasi millennial juga tumbuh dan berkembang sebagaimana generasi millennial lainnya tidak bisa jauh dari media sosial. Dalam kehidupan generasi millennial, teknologi informasi merupakan media utama dalam interaksi dilakukan, terutama dalam upaya terhubung dengan kelompok di luar dirinya. Pemanfaatan media teknologi informasi tidak hanya memiliki dampak pada proses cepatnya pengiriman pesan, tetapi juga sangat berpotensi menjadi kelompok pengguna aktif menjadi kelompok anti-sosial dengan lingkungan, sebab interaksi dilakukan lebih banyak menggunakan komunitas tidak langsung dengan objek menerima pesan komunikasi.<sup>8</sup> Untuk itu, dai millennial sebagai bagian dari kelompok masyarakat memiliki tingkat ketergantungan tinggi dengan pemanfaatan teknologi informasi, sehingga membentuk cara pandang dan cara bersosialisasi dengan lingkungannya.

Gambaran umum tentang generasi millennial merupakan penjelasan identitas dai millennial sebagai kelompok beraktivitas dalam bidang keagamaan, tetapi di sisi lainnya juga merupakan kelompok aktif pada pemanfaatan media teknologi informasi. Aktivitas dakwah dilakukan juga menjadi bagian tidak dapat dipisahkan dari keterlibatan generasi ini pada teknologi informasi, walaupun dalam prakteknya dakwah konvensional tetap menjadi bagian paling banyak dilakukan, tetapi sebagian kecil sudah berupaya menjadikan teknologi informasi, terutama pada sarana media sosial untuk memperluas penyebaran dakwah dilakukan. Partisipasi kelompok generasi dai millennial pada teknologi informasi ini dapat dilihat pada aspek “ketenggantung” kelompok ini pada gadget, seperti handphone, tablet dan lainnya, jelas menunjukkan bahwa generasi ini sangat “candu” pada gadget tersebut, sebab

---

<sup>8</sup>Harriot Beazley, “The Construction and Protection of Individual and Collective Identities by Street Children and Youth in Indonesia”, *Children, Youth and Environments*, 13 (1), 2003, 105-133.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

semua aktivitas kehidupan selalu dihubungkan dengan gadget menjadi satu-satunya sarana dan prasarana memudahkan aktivitas kehidupan, tingkat ketergantungan pada sarana komunikasi sangat jelas terlihat bahwa aktivitas dilakukan setiap harinya lebih banyak pada pemanfaatan media tersebut.<sup>9</sup>

Sejauh ini, ada dua bentuk “ketergantungan” dai millennial terhadap gadget sebagai bagian dari aktualisasi diri untuk selalu mengekspresikannya melalui media sosial, dan sekaligus juga gadget sebagai bagian dari sumber referensi keagamaan. Gadget sebagai media aktualisasi diri bagi para dai millennial tidak hanya berkaitan dengan aktivitas dakwah dilakukan, tetapi lebih dari pada itu unsur personalitas dengan menjadikannya sebagai bagian utama untuk diaktualisasikan pada ruang maya melalui gadget tersebut. Selain itu, gadget juga menjadikan sarana untuk belajar agama, sebab segala permasalahan berkaitan dengan aktivitas dakwah, khususnya masalah fikih selalu dirujuk melalui gadget karena selain mudah dan praktis untuk menemukan jawaban terhadap segala permasalahan, sekaligus juga efisien cukup dengan mengajukan pertanyaan, maka akan tersedia jawaban terhadap masalah yang dicari jawaban dan sekaligus juga tersedia sumber dijadikan referensi dalam informasi didapatkan tersebut. Ketersediaan segala informasi pada gadget tentu menjadi bagian tersendiri bahwa kelompok generasi dai millennial sebagai kelompok “dai gadget” karena sangat tergantung pada gadget tersebut.<sup>10</sup>

Identitas mengemuka dari dai millennial terlihat pada aspek pendidikan diperoleh bahwa umumnya kelompok ini merupakan sarjana, baik pada strata satu hingga strata tiga.<sup>11</sup> Aspek pendidikan sebagaimana dikemukakan tidak ditemukan pada dai generasi sebelum, walaupun umumnya para dai tersebut juga memperoleh pendidikan, tetapi jumlahnya sangat sedikit apabila dibanding dengan dai generasi millennial. Pada dai generasi millennial, pendidikan formal merupakan sesuatu yang penting, karena dengan pendidikan mendukung eksistensi dalam bekerja pada bidang masing-masing, serta aktivitas dakwah dilakukan. Aspek pendidikan tinggi ini

---

<sup>9</sup>Joshua Barker, “Playing with Publics: Technology, Talk and Sociability in Indonesia”, *Language and Communication*, 28 (2), 2008, 127-142.

<sup>10</sup>Gadget sebagai sumber referensi karena semua hal berkaitan dengan ceramah, khususnya materi diperoleh dari internet, melalui searching di google atau video di youtube. Biasa kelompok dai millennial ini menghabiskan waktu 3 sampai 4 jam sehari untuk kepentingan peningkatan kompetensi dakwah, selebihnya digunakan untuk media sosial. Siregar, 11/02/2018, Aritonang, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

<sup>11</sup>Untuk fokus penelitian ini pendidikan para dai millennial ini umumnya diperoleh di UIN Sumatera Utara, mulai dari jenjang strata satu hingga tiga. Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018 dan Samosir, 15/02/2018.

sebagai bagian dari legitimasi dari aktivitas dakwah dilakukan, sehingga mudah diterima di masyarakat, sekaligus juga mampu mendukung karir pada bidang lainnya. Pendidikan tinggi pada dai millennial menunjukkan bahwa aspek pendidikan formal menjadi bagian dari upaya meningkatkan eksistensi masing-masing. Di sisi lainnya, aspek pendidikan juga menjadi bagian tersendiri dari penguatan adanya kontestasi berlangsung antara dai, karena selalu saja terbuka ruang untuk “saling mengungguli” antara satu dengan lainnya. Pendidikan sebagai bagian yang dikontestasikan para dai dalam kaitan untuk meningkatkan eksistensi diri di masyarakat.

Implikasi pendidikan pada aktivitas dakwah tidak hanya memperkuat eksistensi sebagai dai, tetapi juga di sisi lainnya berdampak pada honor diterima dari aktivitas dakwah tersebut, sebab di masyarakat ada upaya pembedaan honor berdasarkan pada jenjang dimiliki dai tersebut. Untuk itu, menyadari hal tersebut, bagi dai millennial pendidikan tinggi menjadi sesuatu wajib untuk mendukung karir dalam bidang dakwah, sebab pendidikan tinggi akan mendapat posisi tertentu di masyarakat.<sup>12</sup> Realitas dikemukakan, membentuk identitas dai millennial pada aspek pendidikan dimiliki, maka jenjang pendidikan tinggi sebagai bagian dari identitas umum dari kelompok dai millennial. Kesadaran akan pendidikan tinggi di kalangan millennial sebagai bentuk kesadaran baru bahwa pendidikan pada tingkatan strata satu dianggap tidak lagi mampu menjadi modal dalam kompetisi kehidupan berlangsung. Pilihan pada jenjang strata dua dan tinggi sebagai bagian dari startagi untuk dapat bertahan dan berkembang, termasuk pada ranah dakwah sebagai ruang tempat para dai millennial mengaktualisasikan diri, dan sekaligus juga menjadikan aktivitas dakwah sebagai bagian dari aktualisasi diri dalam kehidupan global.

Identitas pendidikan tinggi pada dai millennial berkaitan khusus dengan “medan dakwah” ditempuh karena kelompok disebut juga membedakan diri pada ruang untuk berdakwah berdasarkan pada jenjang pendidikan tersebut.<sup>13</sup> Untuk beberapa kasus ditemukan, seperti di perumahan elit hanya menerima dai memiliki jenjang pendidikan tinggi minimal starata dua atau tiga. Begitu juga di perkantoran biasanya diisi kelompok dai memiliki jenjang pendidikan tinggi atau memiliki

---

<sup>12</sup>Pembedaan honor dai di masyarakat ini terbentuk dengan sendirinya. Aspek pendidikan merupakan bagian dari salah satu unsur yang menjadi “alat pembeda”, maka semakin tinggi jenjang pendidikan seorang dai, tentu akan besar pula honor yang akan diterima dari aktivitas dakwah dilakukan.

<sup>13</sup>Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018 dan Samosir, 15/02/2018.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

legitimasi dengan status sosial di masyarakat. Dalam konteks dikemukakan, dapat dipahami bahwa para dai millennial menyadari tentang penting status pendidikan tinggi untuk mendukung kesuksesan aktivitas dakwah, sebab ruang publik tersedia memberikan ruang lebih pada kelompok dai yang memiliki pendidikan tinggi, sehingga dai millennial memandang bahwa pendidikan merupakan bagian dari hal tidak dapat dipisahkan dari aktivitas dakwah dijalankan tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut ada upaya dari pada dai ini untuk terus meningkatkan jenjang pendidikan formal, selain untuk memperkuat posisi pada bidang pekerjaan, sekaligus juga meningkatkan penampilan diri di masyarakat sebagai objek dakwah.

Identitas lain mengemuka membedakan dai millennial dengan dai lainnya adalah keterlibatan kelompok ini pada organisasi keagamaan. Keterlibatan di sini tidak hanya aktif secara organisatoris, tetapi juga menjadikan organisasi keagamaan sebagai bagian dari ekspansi mendukung perluasan aktivitas dakwah, karena posisi keterlibatan pada organisasi keagamaan menjadi bagian tidak dapat dipisahkan dari aktivitas dakwah. Keterlibatan pada organisasi bagi dai millennial lebih banyak pada aspek dakwah, terutama dakwah praktis di masyarakat, sebab keterlibatan pada organisasi keagamaan tidak hanya mendukung aktivitas dakwah, tetapi juga membuka ruang luas pada “medan dakwah” karena setiap organisasi keagamaan memiliki basis tertentu sebagai “objek dakwah”. Partisipasi pada organisasi memberi ruang luas kepada dai millennial untuk dapat mengekspresikan diri pada ruang tersedia tersebut secara lebih luas. Organisasi keagamaan sendiri menjadikan dakwah sebagai bagian salah satu bagian dari inti proyek kerjanya, sehingga partisipasi dai millennial di dalamnya, selain sebagai bagian dari upaya mempeluas jaringan, sekaligus juga membuka jalan pada aktivitas dakwah menjadi bagian dari meningkatkan status diri juga berimplikasi pada peluang dalam struktur organisasi keagamaan tersebut.

Partisipasi aktif pada organisasi keagamaan merupakan sesuatu yang penting bagi kelompok millennial, karena memberi peluang luas pada kemungkinan untuk mendapatkan kesempatan lebih dari sebelumnya, baik pada aspek dakwah ataupun lainnya. Organisasi keagamaan sebagai tempat berkumpulnya kelompok tertentu, memiliki visi dan misi bersama memberi peluang sama kepada semua komponen di dalamnya untuk bersama-sama mencapai tujuan organisasi,<sup>14</sup> walaupun dalam

---

<sup>14</sup>Hilman Latief, “Islamic Charities and Dakwah Movement in a Muslim Minority Island: The Experience of Niasan Muslim”, *Journal of Indonesian Islam*, 6 (2), 2012, 221-244.

organisasi selalu saja ada mekanisme harus dilalui, sekaligus adanya kontestasi antar sesama untuk mendapatkan posisi tertentu di dalamnya. Dalam konteks disebut, kelompok millennial sebagai kelompok muda yang aktif, selalu membaca peluang untuk terus meningkatkan kemampuan diri, terutama dengan memanfaatkan relasi untuk memperluas pergaulan, dan mendapatkan dukungan untuk kemajuan karir dimiliki.<sup>15</sup> Bagi generasi millennial, organisasi keagamaan tidak hanya persoalan ideologi semata, tetapi juga berkaitan khusus dengan kemajuan diri dalam semua aktivitas dilakukan.

Secara praksis, organisasi keagamaan dapat menjadi lembaga menghubungkan tidak hanya kepada masyarakat, atau organisasi lainnya, tetapi juga kepada pemerintah menjadikan kelompok millennial mudah terhubung dengan segala hal, sehingga partisipasi pada organisasi keagamaan menjadi sarana untuk lebih memperluas ekspansi pada bidang lainnya, khusus pada ranah keagamaan. Dalam kaitan relasi dengan pemerintah, organisasi keagamaan merupakan sarana aktif terhubung, sebab fungsi organisasi ini tidak hanya mampu membantu, tetapi juga mendukung pemerintah dalam banyak hal, terutama pada ranah keagamaan.<sup>16</sup> Pilihan aktif bagi generasi millennial pada organisasi keagamaan sebagai bagian dari upaya untuk ikut serta dalam memperkuat relasi organisasi, ataupun diri dengan pemerintah, sehingga segala sesuatu berkaitan dengan aktivitas pada bidang dakwah akan semakin kuat di masyarakat karena adanya pengakuan dari organisasi keagamaan, serta relasi dengan pemerintah sebagai bentuk memperkuat eksistensi organisasi, dan sekaligus juga diri pribadi di masyarakat, sebab dengan adanya relasi dengan pemerintah akan membuka kesempatan lebih luas kepada dai millennial untuk eksis pada ranah keagamaan, ataupun sosial-kemasyarakatan.

Relasi terbangun antara organisasi keagamaan, atau individu pribadi dai merupakan bentuk dari upaya memperkokoh posisinya di tengah masyarakat, dan sekaligus juga sebagai kelompok memiliki relasi kuasa dengan pemerintah. Posisi ini sebagai bentuk dari representasi kuasa menguntungkan posisi tawar generasi millennial untuk bidang lainnya, termasuk untuk pengaruh, atau jabatan politik. Dai millennial sebagai generasi yang memilih jalur dakwah untuk kepentingan mendukung karir, dan sekaligus juga berupaya mendapatkan keuntungan ekonomi

---

<sup>15</sup>Samosir, 15/02/2018.

<sup>16</sup>Anies Rasyid Baswedan, "Political Islam in Indonesia: Present and Future Trajectory", *Asian Survey*, 44 (5), 2004, 669-690.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

dari aktivitas dilakukan tersebut. Dalam hal disebut, dapat dipahami bahwa bagi generasi millennial aktivitas dakwah tidak hanya semata sebagai bentuk kewajiban untuk kepentingan menjalankan doktrin keagamaan tentang misi keagamaan, tetapi juga bagian dari proses untuk membangun karir lebih baik, ataupun sumber ekonomi untuk kepentingan kehidupan supaya dapat dapat hidup layak sebagaimana kelompok lainnya dengan memanfaatkan modal pengetahuan dan partisipasi pada ranah keagamaan di masyarakat.

### Facebook sebagai Ruang Aktualisasi

Sebagaimana dikemukakan, bahwa kelompok dai millennial merupakan generasi yang sangat akrab dengan teknologi informasi. Aktivitas kelompok ini hampir setiap waktu digunakan selalu terhubung dengan internet, karena semua aktivitas dilakukan sangat tergantung pada teknologi informasi tersebut. Teknologi informasi bagi generasi millennial sama halnya dengan kebutuhan primer makan dan minum, sehingga segala sesuatu berkembang, atau isu aktual semuanya diperoleh melalui internet tersebut. Untuk itu, dai sebagai generasi millennial merupakan kelompok *update* dengan segala hal berkembang di dunia maya, karena mereka merupakan bagian dari kelompok terlibat aktif pada media maya, terutama sebagai pengguna, ataupun kontributor terhadap segala sesuatu yang berkembang.<sup>17</sup> Ruang maya bagi generasi millennial merupakan ruang untuk aktualisasi diri, karena partisipasi aktif di dalamnya sangat intens dengan durasi waktu sangat tinggi dalam penggunaannya, sebab media teknologi informasi digunakan sebagai media untuk berkomunikasi, dan bertukar informasi antara satu dengan lainnya.<sup>18</sup>

Berbagai sarana teknologi informasi paling banyak digunakan dai millennial ini, yaitu facebook, twitter, instagram, dan lainnya. Dalam konteks penelitian ini hanya difokuskan pada penggunaan facebook, karena aplikasi ini paling banyak digunakan sebagai media untuk aktualisasi diri.<sup>19</sup> Penggunaan facebook di sini melalui netbook, tablet, dan smarphone, walaupun umumnya lebih banyak menggunakan perangkat teknologi terakhir, karena sangat praktis untuk digunakan di mana saja dan kapan saja. Sejauh penelitian dilakukan, facebook sebagai ruang maya

---

<sup>17</sup>Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018 dan Samosir, 15/02/2018.

<sup>18</sup>Doran C. French, Urip Purwono, Airin Triwahyuni, "Friendship and the Religiosity of Indonesian Muslim Adolescents", *Journal Youth and Adolescence*, 40 (12), 2011, 1623-1633.

<sup>19</sup>Para dai millennial memiliki berbagai akun media sosial, tetapi umumnya kelompok ini paling eksis pada facebook. Pilihan pada facebook sangat berkaitan dengan mudah dan praktis penggunaannya, serta paling banyak diminati dari pada media sosial lainnya.

untuk mengekresikan diri, baik bersifat individual, ataupun kelompok karena memang aplikasi tersebut menyediakan ruang luas dalam penegasan identitas diri, serta sekaligus untuk menciptakan “citra” untuk dapat meyakinkan masyarakat maya. Partisipasi aktif dai millennial pada facebook ditemukan dalam 2 (dua) bentuk umum, yaitu aktualisasi personal dan aktualisasi dakwah. Kedua aktualisasi ini merupakan bagian paling mengemuka dari aktivitas dai millennial dalam menggunakan facebook sebagai sarana untuk eksis di dunia maya.

*Pertama*, aktualisasi personal

Partisipasi para dai millennial pada teknologi informasi secara jelas terlihat pada penggunaan media sosial, khususnya facebook. Aktualisasi diri pada ruang maya ini lebih bersifat individual, karena berbagai facebook sendiri sebagai media menjadi tempat terhubungnya antara individu dengan lainnya. Secara umum, para dai millennial merupakan kelompok yang selalu *update* status facebook dengan selfie tentang diri sendiri dalam berbagai bentuk dan gaya. Upaya menampilkan aktivitas diri dengan selfie berkaitan khusus dengan mengikuti tren umum berlaku pada facebook, selalu dijadikan sebagai ruang untuk menampilkan foto terbaik tentang diri supaya mendapatkan pujian dan pendapat positif tentang diri. Aktualisasi melalui selfie menunjukkan bahwa facebook telah berhasil menggeser sistem nilai tentang diri, terutama menampilkan foto diri dengan berbagai bentuk menegaskan identitas diri sebagai kelompok memiliki kelas tertentu.<sup>20</sup> Berdasarkan penelitian ini, beberapa dai millennial menjadi fokus penelitian, setiap hari selalu melakukan *update* status pada facebook, juga diikuti dengan menjawab setiap komentar terhadap statusnya tersebut. Kemudian, kelompok ini terlibat aktif dalam memberikan komentar terhadap status orang lain di facebook, khususnya kelompok yang memang dikenal di dunia nyata, sehingga ditemukan juga sebuah status memiliki komentar, dan jawaban terhadap komentar berlangsung cukup panjang.

Aktivitas lain menjadi bagian umum dilakukan dai millennial selalu meng-*upload* berbagai foto selfie yang menghubungkan dengan berbagai kegiatan menunjukkan perannya dalam kegiatan di masyarakat, baik sebagai guru atau pengajar, serta keterlibatan pada instansi tertentu untuk menegaskan eksistensi diri pada khalayak dunia maya. Foto selfie tidak selalu berkaitan dengan kapasitas

---

<sup>20</sup>Perkembangan awal ada anggapan bahwa mem-posting foto diri sendiri dianggap sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kesombongan, tetapi dalam perkembangan penggunaan facebook, selfie dianggap sesuatu yang lazim saja karena semua orang melakukannya di ruang maya.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

kelompok ini sebagai bagian dari pelaksana dakwah di masyarakat, sebab beberapa foto selfie ditampilkan sebagai bentuk penegasan tentang eksistensi diri sendiri sebagai kelompok umumnya masyarakat. Dalam beberapa foto ditemukan juga banyak di antaranya berupaya untuk memperkenalkan keluarga, yaitu isteri dan anak atau lainnya. Upaya aktualisasi diri melalui *upload* foto selfie dilakukan ini juga menunjukkan adanya pergeseran nilai di masyarakat karena praktek selfie di media sosial merupakan praktek umum, sehingga segala bentuk upaya menampilkan foto diri sendiri dianggap sebagai sesuatu yang lazim di tengah masyarakat maya.<sup>21</sup>

Ekspresi lain ditampilkan dai millennial dalam kaitan foto selfie ditemukan dengan meng-*upload* berbagai foto diri dengan orang tertentu, khususnya kelompok tertentu dianggap sebagai kelompok terhormat, atau memiliki kelas tertentu di masyarakat, seperti pejabat, politisi, pengusaha, dan lainnya. Pilihan *upload* foto dengan kelompok tertentu dimaksudkan bahwa dai sebagai generasi millennial juga memiliki relasi khusus dengan kelompok tersebut, walaupun umumnya foto di-*upload* tidak selalu menunjukkan adanya relasi khusus antara yang meng-*upload* dengan di-*upload* tersebut.<sup>22</sup> Berdasarkan berbagai komentar terhadap foto selfie dai millennial dengan tokoh, umumnya mendapatkan pandangan positif terhadap adanya relasi di dalamnya, walaupun tetap saja ditemukan ada kelompok tertentu, memilik relasi ditampilkan dalam foto sebagai bentuk relasi tidak positif, sebab seorang dai dipandang tidak layak untuk berdampingan dengan kelompok tertentu, apalagi terkesan ada unsur kebanggaan di dalam foto selfie tersebut.<sup>23</sup>

Praktek aktualisasi diri pada ruang maya dilakukan dai millennial dengan cara men-*share* dan mengomentari informasi tertentu, baik isu lokal, atau nasional hingga luar negeri. Beberapa aktualisasi dilakukan tidak selalu menunjukkan bahwa dai millennial merupakan kelompok terpelajar dan memiliki wawasan mendalam tentang isu tersebut. Pandangan atau respons diberikan menjelaskan ketidakpahaman tentang isu berkembang tersebut karena disajikan tanpa analisis mendalam. Di sisi lainnya, upaya *share* dan komentar terhadap isu aktual menunjukkan bahwa

---

<sup>21</sup>Lucy Pujasari Supratman dan Aep Wahyudin, "Digital Media Literacy to Higher Student in Indonesia", *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 2 (5), 2017, 51-58, Gerard T. Flaherty dan Joonkoo Choi, "The "Selfie" Phenomenon: Reducing the Risk of Harm while using Smartphones during International Travel", *Journal of Travel Medicine*, 23 (2), 2016, 1-3.

<sup>22</sup>Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

<sup>23</sup>Komentar negatif biasanya datang dari kelompok tidak begitu mengenal secara baik para dai tersebut, sebab pertemanan facebook sangat banyak sekali, sebagian di antaranya ada yang tidak kenal dan belum pernah bertemu. Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

kelompok millennial merupakan kelompok antusias terhadap segala hal berkembang di masyarakat. Untuk itu, upaya *share* dan komentar dilakukan sebagai bentuk dari upaya aktualisasi diri para dai millennial dengan cara berupaya memposisikan diri sebagai referensi, tetapi di ruang maya semua informasi tersedia. Pendapat seseorang tidak menjadi tunggal, sebab selalu saja tersedia berbagai pandangan berbeda dalam melihat dan memahami suatu peristiwa tertentu.

Upaya aktualisasi diri para dai millennial dengan melibatkan diri pada ruang maya menunjukkan bahwa aktivitas seorang dai dapat dilihat dari partisipasinya pada ruang tersebut, sebab ruang maya merupakan dunia bagi generasi millennial, termasuk para dai millennial di dalamnya tidak dapat menutup diri dari segala bentuk perkembangan yang berlangsung dalam kehidupan. Praktek *upload* foto selfie merupakan sebuah kelaziman berlangsung di dunia maya, maka dai millennial sebagai bagian dari masyarakat di dalamnya juga terlibat dalam dengan praktek umum tersebut. Aktualisasi diri melalui facebook tidak selalu berdampak positif pada peningkatan eksistensi dai millennial di dunia nyata, sebab apa berlangsung pada dunia maya juga bisa akan berlangsung pada dunia sebenarnya. Dalam konteks ini, dai millennial sebagai kelompok muda lebih banyak “mengikuti arah” dari pada mengarahkan arus tersebut, khususnya dalam kaitan bagaimana kelompok dai millennial ini dalam menginterpretasikan dirinya dalam perkembangan teknologi informasi tersebut.

### *Kedua*, aktualisasi dakwah

Aktualisasi dakwah di ruang maya menjadi bagian tersendiri dalam ekspansi generasi millennial untuk menegaskan dirinya sebagai kelompok terlibat dalam ranah dakwah. Para dai millennial merupakan kelompok “melek” teknologi informasi, dan super aktif dalam pemanfaatan teknologi, khususnya media sosial sebagai bagian tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari kelompok tersebut. Dai generasi millennial merupakan kelompok yang “menggantungkan” kehidupannya pada media sosial, sebab semua aktivitas dilakukan, terutama dakwah selalu dihubungkan dengan media sosial sebagai bagian dari aktualisasi dakwah karena peran dakwah dilakukan tidak hanya dilakukan pada dunia nyata, tetapi juga dunia maya menjadi bagian tidak dapat dipisahkan di dalamnya. Dalam konteks dunia maya, tidak selalu aktivitas dakwah dilakukan hanya dengan menggunakan cara konvensional, tetapi juga berkaitan dengan entitas dai itu sendiri terhubung langsung untuk memanfaatkan partisipasi sebagai dai dalam setiap aktivitas dilakukan. Aktualisasi dakwah

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

dilakukan dai millennial, walaupun tidak langsung menyebut sebagai aktivitas dakwah, tetapi peran sebagai dai sebagai sesuatu menyatu, sehingga segala bentuk aktivitas dilakukan dai dapat dipahami sebagai bagian dari aktivitas dakwah tersebut.<sup>24</sup>

Aktualisasi dakwah melalui partisipasi pada media sosial adanya upaya pemaknaan baru di kalangan dai millennial bahwa dakwah tidak hanya dipahami sebagai bentuk kewajiban keagamaan semata, tetapi secara tegas menunjukkan bahwa aktivitas dakwah dilakukan sebagai bentuk dari profesi atau pekerjaan.<sup>25</sup> Pandangan upaya memahami dakwah sebagai profesi di kalangan dai ini terlihat selalu menghubungkan aktivitas dakwah dengan sesuatu bersifat material. Pandangan ini dibangun dalam perspektif profesi umum bahwa segala hal berkaitan dengan aktivitas profesi selalu kaitan dengan unsur material bayaran dari praktek profesi tersebut. Pandangan dai millennial tentang dakwah sebagai profesi ini terlihat dari aktivitas dakwah sebagai aktivitas yang akan menghasilkan keuntungan material, baik dilakukan secara terang, ataupun sembunyi dari status facebook milik dai tersebut selalu menghubungkan aktivitas dakwah dengan nilai material dalam bentuk honor dari hasil kegiatan dilakukan.

Beberapa unsur mempertegas pandangan para dai millennial tentang dakwah sebagai profesi, ada kebanggaan di antara dai untuk menyebutkan jadwal ceramah atau khatib jumat, atau sengaja menunjukkan honor diterima dari hasil aktivitas dakwah tersebut, dan lainnya.



Gambar 1, Jadwal Ceramah

<sup>24</sup>Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

<sup>25</sup>Penting dicatat, setiap para dai millennial ini bertemu offline biasanya dibicarakan tentang jadwal dan honor diterima dari aktivitas dakwah dilakukan.

Pandangan dai millennial tentang dakwah sebagai profesi ini terus mengalami perkembangan, karena ditemukan juga berbagai status facebook di kalangan antar dai secara tegas menyebutkan praktek dakwah dilakukan sebagai bagian dari komodifikasi untuk mendapatkan keuntungan material, misalnya ada beberapa dai menyebut istilah dakwah dengan “tangkapan” atau “mencari makan”<sup>26</sup> menunjukkan bahwa bagi dai millennial aktivitas dakwah tidak hanya sebatas profesi untuk menghasilkan unsur material, tetapi dakwah itu sendiri diartikan sebagai material itu sendiri. Dalam kaitan aktualisasi dakwah, para dai millennial sering meng-*upload* foto, atau rekaman ceramah di tempat tertentu, seperti di masjid, instansi, ataupun rumah pribadi dengan menegaskan bahwa aktivitas dakwah dilakukan sebagai bagian dari upaya memperkuat praktek komodifikasi dakwah di ruang nyata dan maya.

Menguatnya praktek komodifikasi dakwah secara terang di ruang maya, melalui akun facebook para dai millennial, karena memang di kalangan kelompok ada kontestasi antara dai dengan menunjukkan bahwa seorang dai akan dianggap berhasil apabila memiliki jadwal banyak dan penuh, serta aktivitas dakwah di tempat elit tertentu menjadi bagian menegaskan bahwa dai tersebut merupakan kelompok banyak diterima semua kalangan, sedangkan penyebutan tempat tertentu sebagai upaya menjelaskan kepada dai lainnya, khusus sesama dai millennial bahwa dai tersebut merupakan kelompok memiliki pengaruh luas di masyarakat.<sup>27</sup> Dalam upaya menjelaskan kepada masyarakat maya para dai juga selalu meng-*upload* spanduk, atau sejenis tentang keterlibatannya sebagai “penceramah” dalam kegiatan diadakan. Fungsi berbagai penyebarluasan berbagai agenda kegiatan ini bertujuan untuk menjelaskan dan sekaligus menunjukkan eksistensi sebagai kelompok dai banyak terlibat dalam pelbagai ranah keagamaan.

Aktualisasi dakwah melibatkan dai millennial dalam bentuk upaya memanfaatkan status sebagai dai untuk kepentingan politik tertentu, terutama untuk mendukung calon pejabat, atau pejabat secara personal. Aktivitas dukung mendukung dilakukan dai ini dengan menggunakan akun facebook pribadi untuk menyatakan dukungan politik kepada calon pejabatan tertentu. Beberapa status facebook dai millennial ini ditemukan misalnya untuk mendukung calon pejabatan.

---

<sup>26</sup>Siregar, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

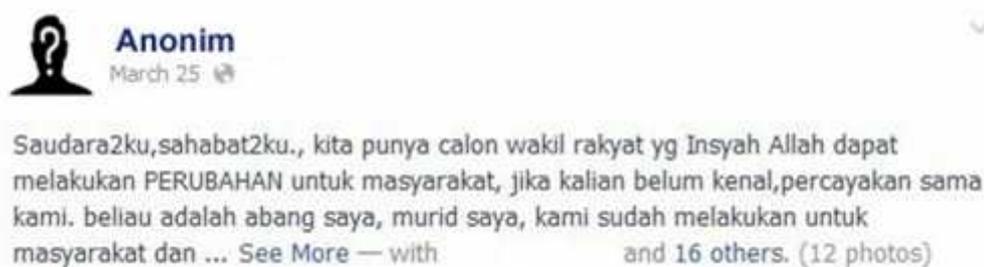
<sup>27</sup>Aritonang, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA



Gambar 2, Dukungan politik

Status sama juga ditemukan pada akun facebook dai tersebut dengan menyebutkan kebaikan calon tertentu.



Gambar 3, Dukungan politik

Berbagai status facebook dai millennial secara praktis kelompok dai ini terlibat dalam ranah politik praktis. Sikap politik dengan mendukung calon tertentu dengan berupaya memanfaatkan posisinya sebagai dai untuk meyakinkan masyarakat maya untuk memilih calon tertentu. Dalam konteks dikemukakan, bahwa aktualisasi dakwah dilakukan dai millennial tidak hanya pada ranah dunia maya, tetapi sebenarnya dalam dunia nyata telah ada relasi khusus antara dai tersebut dengan politisi tertentu, sebab posisi dai tidak hanya sebatas sebagai kelompok hanya mendukung politisi saja dalam kaitan ikatan emosional keagamaan, tetapi lebih dalam dari itu juga telah berperan sebagai tim sukses dari politisi tertentu dengan berupaya meyakinkan masyarakat untuk memilih politisi pada momen politik yang berlangsung.<sup>28</sup>

### Perspektif Etika Dakwah di Facebook

Etika dakwah sebagai bagian dari ranah pengkajian filsafat dakwah, sebab etika dakwah merupakan filsafat dakwah itu sendiri. Mengkaji etika dakwah

---

<sup>28</sup>Aritonang, 11/02/2018, Harahap, 11/02/2018.

berkaitan khusus dengan filsafat etika dianut di dalam dakwah, sebab etika dakwah sebagai sistem nilai dirumuskan berdasarkan epistemologi dakwah untuk mengajak kepada kebaikan sebagian prinsip umum dari etika dakwah. Dalam kontes diskursus etika, atau lebih khusus etika dakwah untuk ditegaskan bahwa etika bukan merupakan sesuatu yang kaku, karena etika bersumber dari sumber nilai tidak statis, etika juga harus dipahami sebagai sesuatu dinamis mengikuti berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat menganut sistem etika tersebut. Etika dakwah berkembang seiring berkembangnya ranah dan objek dakwah, walaupun etika sebagai prinsip umum tetap saja berlaku berdasarkan prinsip umum dianut di dalam dakwah sebagai aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat Islam.<sup>29</sup>

Prinsip umum etika dakwah ini secara konvensional berkaitan dengan tugas *amar ma'uf nahi munkar* dan *mau'izha al-hasanah*. Prinsip ini menjadi landasan dalam aktivitas dakwah karena harus dilakukan dalam kaitan untuk menganjurkan kebaikan dan menghindarkan kebutuhan, serta dalam pelaksanaannya harus dengan *mu'izah al-hasanah* (contoh baik) karena posisi dai sebagai sumber teladan bagi masyarakat.<sup>30</sup> Untuk itu, seorang dai harus menjadikan etika sebagai sumber referensi dalam segala aktivitas dilakukan karena aktivitas dakwah tidak hanya pada aktivitas ceramah atau mengajar, tetapi aktivitas dakwah merupakan aktivitas yang tidak dibatasi dengan apapun karena seorang dai sebagai kelompok yang terlibat dalam dakwah bahwa semua aktivitas dilakukan, baik pada ranah individu ataupun sosial merupakan bagian dari dakwah itu sendiri. Dalam konteks tersebut etika dakwah harus menjadi perhatian utama bagi para karena tugas dakwah merupakan bidang kegiatan yang luas, sebab tidak dibatasi oleh ruang dan waktu karena semua aktivitas dai selalu dihubungkan dengan dakwah yang dilakukan tersebut.

Berkaitan hal tersebut, aktivitas dai millennial yang banyak terlibat di ranah dunia maya tentu menjadi bagian tersendiri dari pentingnya etika dakwah di dalamnya, sebab media sosial, khususnya facebook paling banyak digunakan tidak hanya menjadi media penghubung antara sesama, tetapi lebih dari pada itu identitas seorang dai juga diproduksi di dalamnya. Aktualisasi diri dan dakwah yang dilakukan para dai millennial di media sosial tidak hanya menunjukkan etika sebagai dai tidak dijalankan sebagaimana mestinya, tetapi juga berimplikasi pada

---

<sup>29</sup>Larry Poston, *Islamic Da'wah in the West: Muslim Missionary Activity and the Dynamics of Conversion to Islam* (New York, Oxford: Oxford University Press, 1992), 36.

<sup>30</sup>Arifuddin, "Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia", *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3 (1), 2016, 161-118.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

melemahnya unsur sakralitas aspek dakwah yang dilakukan para dai millennial tersebut, sebab dakwah lebih pada aktivitas yang bersifat seremonial, sehingga upaya menghubungkan dakwah sebagai bagian dari aktivitas ekonomi terjadi karena lemahnya unsur sakralitas dari aktivitas dan doktrin dakwah yang diajarkan kepada masyarakat. Relativisme dakwah tidak hanya dapat mengakibatkan berubahnya tujuan dari dakwah itu sendiri, tetapi lebih pada aktivitas untuk memperoleh keuntungan ekonomi.

Aktualisasi diri dan dakwah di dunia maya sebagaimana dilakukan para dai millennial ini tentu merupakan bentuk dari lemahnya etika dakwah bagi kelompok tersebut, karena etika dakwah secara umum mengajarkan bahwa seorang dai harus memperhatikan pada aspek ucapan dan perbuatannya di masyarakat, walaupun dalam konteks di sini dunia maya, tetapi relasi antara dunia maya dengan dunia nyata merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Berbagai upaya aktualisasi diri dan dakwah yang dilakukan dai millennial, seperti selfie merupakan bentuk yang tidak hanya bertentangan tentang etika dakwa tentang keharusan dai untuk bersikap tawadu' dan tidak mementingkan aspek kedirian, sebab eksistensi dai sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari umat, sebab segala bentuk selfie lebih pada bentuk narsisme tentu merupakan praktek yang dapat mengakibatkan para dai millennial lebih mementing pada "aspek penampilan" dari substansi mengakibatkan tidak hanya berdampak pada aktivitas dakwah dilakukan karena ekspresi selfie lebih pada aspek simbolik untuk kepentingan yang dapat bertentangan dengan tujuan dakwah tersebut.

Aktivitas lain dari kelompok dai millennial yang telah merubah tujuan dakwah sebagai kepentingan ekonomi tidak hanya bertentangan dengan prinsip dakwah sebagai aktivitas *amar ma'uf nahi munkar* dan *mau'ziah al-hasanah*, tetapi juga menjadikan dakwah mengalami disorientasi karena praktek dakwah sudah untuk kepentingan ekonomi karena setiap aktivitas dakwah selalu diukur dengan hasil yang diperoleh dari aspek ekonomi. Ekspresi aktivitas dakwah ditampilkan dai millennial sebagai aktivitas ekonomi tidak hanya berdampak pada dai itu sendiri, tetapi juga kepada objek dakwah, masyarakat untuk memahami hal sama dakwah sebagai aktivitas ekonomi. Dalam perkembangan masyarakat global memisahkan dakwah dengan aktivitas ekonomi merupakan sesuatu sulit,<sup>31</sup> tetapi secara terangan sebagaimana dilakukan dai millennial tentu tidak hanya menunjukkan bahwa

---

<sup>31</sup>Anis Ahmad, "Dakwa: The Contemporary Challenges", *Insights*, 3 (2), 2010, 5-54.

aktivitas dakwah lebih berorientasi pada kepentingan ekonomi semata tanpa memperhatikan aspek lainnya.

Unsur lain menarik bahwa para dai millennial juga telah berupaya membawa praksis dakwah pada ranah politik praktis, sebagaimana sebelumnya para dai millennial secara terbuka berupaya menjadi agensi untuk kepentingan politisi tertentu di dunia maya. Upaya menggiring dakwah dilakukan dai tidak hanya bertentangan dengan etika dakwah tentang keikhlasan dalam menjalankan dakwah, tetapi telah menjadikan dakwah sebagai sarana untuk kepentingan politik praktis dengan memanfaatkan eksistensi sebagai dai dalam upaya meyakinkan umat untuk memilih politisi tertentu. Upaya membawa dakwah pada ranah politik merupakan bentuk dari upaya memanfaatkan dakwah dalam upaya mencapai kepentingan politik tertentu dengan memanfaatkan posisi sebagai dai tersebut. Posisi sebagai dai tentu saja memberi pengaruh di masyarakat karena kelompok tersebut dipercayai apa disampaikannya dan diikuti pada dilakukannya.<sup>32</sup> Secara generik antara dakwah dengan politik memiliki relasi saling menguatkan, tetapi dalam praksis politik dai millennial ini justru menjadikan dakwah sebagai bagian untuk kepentingan politik tidak beraitan dengan eksistensi agama di dalamnya. Dalam relasi tidak seimbang ini justru dakwah yang akan dirugikan dijadikan sebagai alat politik kepentingan tertentu.

### KESIMPULAN

Dai millennial sebagai kelompok dai muda yang akrab dengan ruang maya karena segala aktivitas dilakukan selalu berkaitan media sosial, terutama facebook. Berbagai bentuk ekspresi ditampilkan kelompok ini pada ruang maya sebagai penegasan eksistensi dalam masyarakat. Aktualisasi diri dan aktualisasi dakwah merupakan bagian dari aktivitas dilakukan melalui facebook sebagai media sosial paling berpengaruh saat ini. Ekspresi dai millennial ini mengikuti tren umum berkembang, maka aktualisasi juga terkonstruksi dalam wujud selfie dan narsisme sebagai ekspresi sebagai kelompok *uptodate* dengan perkembangan berlangsung. Secara etis, dai millennial sebagai subjek dakwah berbeda dengan masyarakat umum, sebab seorang dai idealnya harus mampu menjaga diri dari aspek yang dapat merendahkan dan menjadikan relativisme unsur dakwah. Idealnya, dai harus mampu menjadikan etika

---

<sup>32</sup>Mathias Diederich, "A Closer Look at Dakwah and Politics in Indonesia: The Partai Keadilan some Insights into its History and an Analysis of its Programs and Statues", *Archipel*, 64, 2002, 101-115.

## AKTUALISASI DAKWAH DAI MILLENNIAL DI RUANG MAYA

dakwah sebagai acuan utama dalam semua aktivitas dilakukan. Dalam konteks ini, ditegaskan bahwa para dai millineal belum menjadikan etika dakwah dalam aktivitasnya menjadikan dakwah mengalami disorientasi, dan kehilangan makna “sakralnya” sebagai aktivitas suci keagamaan.

Revitalisasi etika dakwah di ruang maya menjadi penting untuk tetap menjaga dakwah dari aktivitas kelompok tertentu hanya menjadikannya sebagai sarana untuk kepentingan pribadi. Dakwah hanya akan dapat benar-benar mencapai tujuannya dengan menerapkan etika di dalamnya, terutama kepada kelompok dai sebagai bagian dari komponen utama dalam aktivitas dakwah harus terintegrasi di dalamnya. Berbagai aktivitas diri dan dakwah ditampilkan para dai millennial merepresentasikan sebagai kelompok dai tidak profesional dengan tugas dakwah dilakukan. Di sini relevansi untuk menegakkan etika dakwah, terutama etika sebagai dai dalam konteks aktualisasi dakwah dalam kehidupan global, sebab dakwah sebagai aktivitas untuk mengajak pada kebaikan dan menghindari segala hal buruk hanya akan dapat tercapai dengan hikmah apabila etika dakwah benar-benar dijaga dalam aktivitas dakwah dilaksanakan dalam setiap aktivitas dai, baik bersifat individual, ataupun kelompok.

### DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel

Abaza, Mona, “*Markets and Faith: Jakarta Da’wa and Islamic Gentrification*”, *Archipel*, (67), 2004, 173-202.

Ahmad, Anis, “Dakwa: The Contemporary Challenges”, *Insights*, 3 (2), 2010.

Arifuddin, “Dakwah through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia”, *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3 (1), 2016.

Barker, Joshua, “Playing with Publics: Technology, Talk and Sociability in Indonesia”, *Language and Communication*, 28 (2), 2008.

Baswedan, Anies Rasyid, “Political Islam in Indonesia: Present and Future Trajectory”, *Asian Survey*, 44 (5), 2004.

Beazley, Harriot, “The Construction and Protection of Individual and Collective Identities by Street Children and Youth in Indonesia”, *Children, Youth and Environments*, 13 (1), 2003.

Diederich, Mathias, "A Closer Look at Dakwah and Politics in Indonesia: The Partai Keadilan some Insights into its History and an Analysis of its Programs and Statues", *Archipel*, 64, 2002.

Epafras, Leonard, "Religious-Expression among the Youths in the Indonesian Cyberspace", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 (1), 2016.

Falahah dan Dewi Rosmala, "Study of Social Media Networking usage in Higher Education Environment", *Social and Behavioral Sciences*, 67 (10), 2012.

Flaherty, Gerard T. dan Joonkoo Choi, "The "Selfie" Phenomenon: Reducing the Risk of Harm while using Smartphones during International Travel", *Journal of Travel Medicine*, 23 (2), 2016.

French, Doran C., Urip Purwono, Airin Triwahyuni, "Friendship and the Religiosity of Indonesian Muslim Adolescents", *Journal Youth and Adolescence*, 40 (12), 2011. Latief, Hilman, "Islamic Charities and Dakwah Movement in a Muslim Minority Island: The Experience of Niasan Muslim", *Journal of Indonesian Islam*, 6 (2), 2012.

Poston, Larry, *Islamic Da'wah in the West: Muslim Missionary Activity and the Dynamics of Conversion to Islam* (New York, Oxford: Oxford University Press, 1992).

Slama, Martin, "A Subtle Economy of Time: Social Media and the Transformation of Indonesia's Islamic Preacher Economy", *Economic Anthropology*, 1 (4) 2017.

Supratman, Lucy Pujasari dan Aep Wahyudin, "Digital Media Literacy to Higher Student in Indonesia", *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 2 (5), 2017.

Weng, Hew Wai, "Dakwah 2.0: Digital Dakwah, Street Dakwah, Cyber-Urban Activism among Chinese Muslim in Malaysia and Indonesia", Nadja-Christina Schneider dan Carola Richter, ed., *New Media Configuration and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World* (Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2015).

Interviewee

Aritonang, 30 tahun

Harahap, 32 tahun

Samosir, 40 tahun

Siregar, 32 tahun