

Peluang dan Tantangan Pendakwah Baru di Era Digital

Muhammad Aziz

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

E-mail: muhziz432@gmail.com

DOI: 10.61693/elwasathy.vol12.2023.122-135



Copyright © 2023 penulis

Diajukan: 25/10/2023

Diterima: 29/11/2023

Diterbitkan: 30/11/2023

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peluang dan tantangan pendakwah baru di era digital. Ada dua temuan yang akan menjadi rumusan masalah yakni bagaimana peluang dan tantangan pendakwah baru di era digital serta relevansi pendakwah baru dengan media digital di zaman sekarang atau era digital? Untuk menjawab pertanyaan tersebut penulis menggunakan metode studi literatur dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analisis. Hasil dari penelitian ini yaitu peran pendakwah di era digital sangatlah dibutuhkan dan peluang yang diberikan lebih luas seperti seorang pendakwah dapat dengan mudah menyebarkan ajaran-ajaran agama melalui media sosial berupa Youtube dan Instagram. Tentunya dengan tawaran metode atau cara yang beragam yang dapat dipilih dan dikembangkan oleh seorang pendakwah selaras dengan latar belakang jamaah. Relevansi pendakwah di era digital sangatlah penting karena selagi ada pendakwah maka ajaran-ajaran agama akan selalu tersebar ke seluruh negeri bahkan pelosok dunia. Penelitian ini dapat membantu memudahkan para pendakwah baru dalam memulai berdakwah di era digital.

Kata Kunci: Peluang; Tantangan; Pendakwah

ABSTRACT

This article aims to find out how the opportunities and challenges of new preachers in the digital era. There are two findings that will be the formulation of the problem, namely how are the opportunities and challenges for new preachers in the digital era and the relevance of new preachers with digital media in the present or digital era? To answer this question, the author uses a literature study method using a descriptive analysis approach. The results of this study are that the role of preachers in the digital era is needed and the opportunities provided are wider, such as a preacher can easily spread religious teachings through social media such as Youtube and Instagram. Of course, with the offer of various methods or ways that can be chosen and developed by a preacher in line with the background of the congregation. The relevance of preachers in the digital era is very important because as long as there are preachers, religious teachings will always be spread throughout the country and even the corners of the world. This research can help facilitate new preachers in starting to preach in the digital era.

Keywords: Challenges; Opportunities; Preachers

PENDAHULUAN

Pendakwah merupakan pengundang, pengajak, mengundang dan penyeru manusia kepada Allah, yakni agar manusia mau beriman dan melaksanakan ajaran-ajaran Allah SWT. (Hasyim, 1983, p. 135) karena tugasnya para pendakwah ialah menyebarkan ajaran Islam sampai ke seluruh penjuru maupun pelosok dunia. Hal ini membuktikan peran pendakwah di masyarakat sangat signifikan. Tanpa pendakwah agama tidak mungkin bisa menyebar sampai keseluruh penjuru dunia.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas peluang dan tantangan pendakwah di era digital. *Pertama*, pemanfaatan media sosial, situs web, aplikasi seluler, dan teknologi informasi lainnya telah membuka peluang besar bagi pendidikan Islam kontemporer. Dakwah menjadi lebih mudah diakses, inklusif, dan jangkauan lebih luas. Namun, terdapat tantangan seperti risiko tersebarnya konten dakwah yang tidak akurat dan potensi alienasi sosial dalam komunitas. (Rani, 2023, pp. 207–216)

Kedua, maraknya media *online* saat ini memberikan peluang kepada Radio Dewi Anjani 104.6 FM untuk menyesuaikan fitur-fitur siaran dalam bentuk media streaming, maka Radio Dewi Anjani 104,6 FM tidak hanya bisa didengar melalui radio seluler namun juga bisa diakses dari platform media manapun dan tantangannya seperti terbatasnya pemancarluasan siaran di karenakan frekuensi yang hanya bisa mencakup beberapa wilayah saja. (Rahmawati, 2021)

Ketiga, Rubawati ia mengungkapkan bahwa pendakwah tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh jama'ah karena jamaah tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif, mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima serta membagikan kembali dalam media sosial yang dimilikinya. (Rubawati, 2018) Sedangkan menurut Tomi Hendra, tantangan dakwah itu ada pada diri pendakwahnya, yakni pendakwah menghadapi dua model tantangan dakwah yakni dakwah sebagai perubahan sosial dan dakwah sebagai proses komunikasi. (Hendra & Saputri, 2020)

Dilihat dari penelitian sebelumnya, dalam tulisan yang penulis teliti penelitian ini memiliki beberapa aspek terbaru. *Pertama*, penelitian ini lebih berfokus pada da'i atau pendakwah baru di zaman sekarang atau era digital. *Kedua*,

penelitian ini melihat secara mendalam peluang dan tantangan pendakwah baru di era digital. *Ketiga*, penelitian ini juga membahas keterkaitan antara pendakwah dengan teknologi digital sekarang. *Keempat*, terdapat perbedaan peluang dan tantangan pendakwah di era digital, yang penulis kemukakan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana peluang pendakwah di era digital, sekaligus bagaimana tantangan yang akan dihadapi pendakwah baru di era ini. Karena banyak pendakwah di pedesaan sekarang ini masih menyampaikan kajian di masjid-masjid saja bahkan tempat tertutup yang tidak dapat diakses orang banyak. (Nasrul, 2023) Hal ini menandakan para pendakwah yang seperti itu cenderung statis tanpa adanya sebuah kebaruan, model, gaya, metode dan kreativitas dalam berdakwah. Para pendakwah hanya merasa tugasnya sudah selesai, jika telah berdakwah di masjid-masjid dan sebagainya.

Pernyataan ini dilatarbelakangi oleh beberapa argument: pertama banyaknya pendakwah yang hanya mengharapkan *bisjarah*/upah dalam berdakwah dan lupa akan tujuan berdakwah. *Kedua*, banyak orang yang menganggap pendakwah itu tugasnya cuma di masjid saja. *Ketiga*, kurangnya dorongan atau motivasi bagi pendakwah baru dalam berdakwah. Hal ini mengakibatkan kurangnya semangat para pendakwah dalam berdakwah sekaligus menjadi bukti bahwa para pendakwah baru di era digital menginginkan sesuatu yang baru dan harus memiliki kreativitas dalam berdakwah.

Penulis ingin melihat sejauh mana para pendakwah baru di era digital dalam memainkan perannya dalam berdakwah, serta para pendakwah di era sekarang ini masih diperlukan secara signifikan atau malah tidak, karena sudah diganti dengan yang berbentuk teknologi digital bahkan AI. Maka penulis merumuskan ke dalam beberapa rumusan masalah yakni bagaimana peluang dan tantangan pendakwah baru di era digital? Selanjutnya bagaimana relevansi pendakwah baru di era digital? Penelitian ini dapat membantu memudahkan pendakwah baru dalam memulai berdakwah di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian menggunakan metode studi literatur yang di mana

data-data diambil dari buku-buku, artikel-artikel, jurnal-jurnal, majalah-majalah, koran-koran dan berita yang berhubungan dengan penelitian ini. Setelah itu, penulis akan menelusuri dengan menggunakan pendekatan kualitatif yakni di mana data-data yang telah dikumpulkan dan diperoleh akan penulis analisis secara mendalam terkait dengan penelitian ini. Sistematisa dalam pembahasan ini dimulai dari peluang pendakwah baru, keutamaan amar ma'ruf nahi munkar, alat berdakwah di era digital, peluang dan tantangan pendakwah baru di era digital serta relevansi pendakwah di era digital.

Penelitian ini tergolong library research. Data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisa dengan memakai pendekatan deskriptif-analisis, yakni digunakan untuk mendeskripsikan peluang dakwah di era digital, peluang pendakwah baru, keutamaan amar ma'ruf nahi munkar, media dalam berdakwah, faktor-faktor penghambat, peluang dan tantangan pendakwah baru dan relevansi pendakwah di era digital secara obyektif. Setelah data-data yang diperoleh dianalisis dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami lebih jauh peluang dan tantangan pendakwah baru kemudian merelevansinya di zaman sekarang atau era digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PELUANG PENDAKWAH BARU DI ERA DIGITAL

Berdakwah di era digital bukanlah sesuatu yang dapat dianggap mudah maupun sulit karena banyak hal yang harus dipertimbangkan dan disesuaikan agar tidak terjadi kesalahpahaman. Apalagi bagi pendakwah baru yang belum berpengalaman dalam mengatasi berbagai kondisi masyarakat yang ada di Indonesia. Oleh karena itu penulis ingin melihat sejauh mana peluang yang dapat dilakukan oleh pendakwah baru di era digital. Adapun beberapa peluang yang dapat menjadi acuan bagi pendakwah baru yaitu; *Pertama*, pendakwah baru harus mengerti serta memahami materi yang akan disampaikan, karena masyarakat menganggap seorang pendakwah adalah orang alim dan pintar serta tempat untuk bertanya.

Kedua, seorang pendakwah harus mengikuti *trend* zaman yang semakin berkembang, sehingga berdakwah tidak hanya di masjid saja, namun dapat dilakukan di luar itu seperti di media sosial dan tempat dimana para anak muda

zaman sekarang berkumpul misalnya warung kopi dan sebagainya. *Ketiga*, pendakwah harus memiliki kreativitas baru dalam menyampaikan pesan-pesan agama agar tidak menjadi membosankan karena anak muda zaman sekarang mudah bosan ketika mendengarkan materi yang bersifat datar. *Keempat*, pendakwah dapat memunculkan materi yang sesuai dengan rentang usia baik anak-anak, remaja, dewasa, lanjut usia karena seringkali materi yang disampaikan pendakwah tidak sesuai dengan jama'ah yang hadir.

KEUTAMAAN AMAR MA'RUF NAHI MUNKAR

Dalam berdakwah seorang muslim perlu menegakkan amar ma'ruf nahi munkar di segala tempat dan zaman karena hal tersebut merupakan langkah awal dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam dengan baik dan benar. Hal ini menjadi perhatian yang sangat penting bagi seorang pendakwah dalam berdakwah karena dalam mengajak orang-orang untuk berbuat yang ma'ruf dan melarang berbuat yang munkar, terdapat beberapa keutamaan yang ada di dalamnya yakni: pertama, menggugurkan kewajiban, tugasnya seorang pendakwah ialah menyeru, mengajak untuk berbuat kebaikan dan melarang untuk berbuat kejahatan di segala tempat dan zaman.

Kedua, mendapatkan rahmat Allah, dengan orang-orang melakukan amar ma'ruf nahi munkar dapat mendatangkan rahmat dari-Nya yang begitu amat besar dan luas serta orang-orang juga akan menerima keberkahan baik di seluruh daerah, negeri, maupun pelosok dunia. *Ketiga*, terkabulnya do'a, seseorang yang melakukan perbuatan baik dan menjauhkan diri dari perbuatan dosa dapat memudahkan dan mempercepat terkabulnya do'a-do'a yang ia minta. *Keempat*, terhapusnya dosa, setiap manusia mempunyai dosa-dosa yang tidak terhindarkan baik dosa yang sengaja maupun tidak sengaja serta hal ini berlaku bagi seorang pendakwah. Oleh karena itu, dengan melakukan amar ma'ruf nahi munkar akan menghapus dosa-dosa yang telah lalu.

Kelima, keselamatan dunia dan akhirat, seseorang mengaplikasikan perbuatan baik dalam kehidupan sehari-harinya serta menjauhkan diri dari perbuatan munkar. Apalagi di zaman sekarang banyak terdapat tempat berbuat kemaksiatan yang kebanyakan orang-orang terlena dengan hal tersebut. maka dari itu, orang-orang yang berusaha meninggalkan segala bentuk kejahatan dan

kemaksiatan akan selalu memperoleh keselamatan dunia dan akhirat.

PELUANG DAKWAH UNTUK BERBAGAI KALANGAN

Perlu untuk diperhatikan bahwa seorang pendakwah harus memahami berbagai macam kalangan yang akan menjadi target dakwahnya karena hal ini sangat penting dan jika sasaran dakwahnya salah dapat menimbulkan dampak bagi pendengarnya seperti, tidak mau mendengarkan nasehat atau ceramah lagi, trauma, membosankan, mengantuk, bahkan tidak akan di undang lagi untuk memberikan dakwah. Oleh karena itu terdapat beberapa peluang dakwah untuk bermacam kalangan yakni: pertama, para pemuda, jika target dakwahnya adalah para pemuda maka, mereka lebih suka mendengarkan dakwah yang berisi tentang perjodohan dan tanggung jawab atau amanah dan pemimpin masa depan yang bisa membuat mereka lebih semangat dalam menjalani hidup yang begitu keras. Dalam artian jangan memaksakan diri untuk berdakwah tentang kematian karena anak muda menganggap dirinya belum mengarah hal tersebut sehingga mereka tidak akan melirik dan tidak tertarik.

Kedua, Lanjut usia, jika target dakwahnya adalah orang-orang lanjut usia maka, mereka akan cenderung lebih mudah menerima dan mendengarkan dakwah tentang hari akhir, amalan-amalan yang dapat menenangkan hati, dan kematian sebagai persiapan sebelum menghadap Allah. Karena mereka tidak lagi memikirkan untuk lama tinggal di dunia sehingga dunia tidak lagi terlalu menarik, bagi mereka dapat menjalani hidup dengan tenang di akhir-akhir kehidupan adalah sebuah kenikmatan yang besar. *Ketiga*, anak-anak, kalau targetnya anak-anak lebih kepada mengenalkan kepada mereka tentang amar ma'ruf nahi munkar, kisah-kisah nabi dan orang shaleh dengan keteladanannya. Karena mereka akan lebih diperkuatkan dalam hal akhlak dan moral agar ketika memasuki fase selanjutnya mereka tidak mudah terpengaruh dan terjerumus kepada perbuatan dosa.

Keempat, petani, kalau target dakwahnya ialah petani sebaiknya isi dakwahnya mengarah kepada perdagangan atau bisnis yang baik dan halal dalam Islam serta solusi agar hasil panennya melimpah karena hal ini merupakan langkah dalam membuka hubungan dan komunikasi yang baik dengan petani supaya mau mendengarkan dakwah. Tetapi berbeda halnya jika seorang pendakwah menyampaikan dakwahnya dengan berbicara tentang syirik, akidah yang mana

mereka akan menjauhkan dirinya.

Kelima, orang kaya, jika target dakwahnya adalah orang kaya maka, yang harus dilakukan disampaikan tentang pentingnya beramal shaleh seperti, bersedekah, zakat, waqaf, memberikan hadiah kepada fakir miskin, anak yatim, supaya membersihkan harta mereka dari syubhat dan agar mereka selalu bersyukur atas rezeki yang diberikan oleh Allah karena harta mereka hanyalah titipan semata dan lain sebagainya.

Dengan demikianlah, bahwa memperhatikan target dakwah adalah sesuatu yang perlu agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam berdakwah. Hal ini menjadi peluang yang besar bagi pendakwah baru jika dapat memahami hal tersebut. Apalagi di era teknologi ini semua serba cepat dan mudah tersampaikan melalui media-media *online* dan hal ini membuat seorang pendakwah harus lebih kreatif lagi dalam menyampaikan serta bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat.

MEDIA DALAM BERDAKWAH

Media dakwah ialah alat yang dipakai sebagai perantara untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Dalam buku Pengantar Ilmu Dakwah oleh Aminuddin Sanwar, ia membagi alat-alat tersebut dalam enam bentuk: pertama, dakwah melalui media lisan, yakni dakwah secara langsung di mana pendakwah menyampaikan ajarannya kepada jama'ah. Peralatan yang dipakai untuk berdakwah melalui lisan, seperti radio, TV, dan sebagainya. *Kedua*, dakwah secara tertulis. Dakwah melalui saluran tertulis ialah kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan-tulisan. Kegiatan secara tertulis ini dapat dikerjakan melalui surat kabar, majalah, buku-buku, brosur-brosur, selebaran, buletin, spanduk, dan lain sebagainya. *Ketiga*, dakwah melalui visual. Berdakwah melalui saluran visual ialah kegiatan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan alat-alat yang dapat dilihat oleh mata manusia serta dinikmatinya, seperti kegiatan pentas pantomim, seni lukis, seni ukir, kaligrafi dan lain sebagainya.

Keempat, dakwah melalui audio. Berdakwah dengan memakai media audio ialah dakwah yang dilakukan melalui dan dipakai dengan perantaraan pendengaran. Yang termasuk dalam media audio ini seperti radio, kaset (rekaman), dan sebagainya. *Kelima*, dakwah melalui audio visual. Dakwah melalui media ini merupakan gabungan dari media audio dan media visual. Dakwah dapat dinikmati

jama'ah dengan mendengar dan melihat secara langsung. Peralatan audio visual ini antara lain TV, seni drama, wayang kulit, video youtube, Instagram, dan sebagainya. *Keenam*, penyampaian dakwah melalui keteladanan ialah penampakan konsekuensi pendakwah antara pernyataan dan pelaksanaan. Dengan keteladanan ini, memudahkan jama'ah untuk meniru perbuatan yang dilakukan oleh pendakwah. Jadi yang dimaksud dengan media dakwah ialah alat yang dipakai oleh pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada jama'ahnya. (Sanwar, 1986, pp. 66–67)

FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT PENDAKWAH

Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat bagi pendakwah dalam berdakwah, yaitu: pertama, isi materi yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi maupun latarbelakang jama'ah yang berada saat itu. Hal ini akan menjadi penghambat karena dapat menimbulkan kegaduhan, apalagi materi yang disampaikan bersifat ejekan, hinaan maupun cacian kepada orang lain. Kedua, pendakwah tidak memiliki rekam jejak maupun latar belakang yang jelas, karena sekarang banyak fenomena orang-orang yang mendadak menjadi ustadz di media sosial seperti *youtube*, *instagram* hanya karena terkenal, tetapi tidak ada rekam jejak keilmuan Islam yang jelas.

Ketiga, pendakwah memiliki rekam jejak kejahatan meskipun ia telah melupakannya atau bertaubat karena masa lalu seseorang akan terus diingat jika hal tersebut berupa keburukan, sehingga akan menjadi penghambat dalam berdakwah. Keempat, metode yang digunakan pendakwah terlalu membosankan dan tidak menarik. Kelima, media dakwah yang dipakai tidak mengikuti arus perkembangan zaman.

Sementara itu, penulis juga mencermati bahwasanya jika dilihat dari fenomena-fenomena yang sering terjadi perbedaan antara pendakwah zaman *old*/lama dengan pendakwah zaman *now*/sekarang memiliki berbagai macam perbedaan yakni: pertama, jika pendakwah zaman *old* lebih sering berdakwah di tempat-tempat masjid atau musholla. Sedangkan pendakwah zaman *now* dapat berdakwah banyak tempat seperti hotel, kafe, lapangan, auditorium, dan sebagainya. *Kedua*, jumlah pendakwah di zaman *old* masih sedikit, sehingga pendakwah yang berdakwah menjadi terbatas. Sedangkan zaman *now* jumlah

pendakwah sudah banyak dan bervariasi sehingga dapat memilih pendakwah siapa yang ingin di dengarkan dakwahnya.

Ketiga, isi materi pendakwah zaman *old* lebih banyak dan condong untuk mengajak kepada perintah berbuat baik dan melarang berbuat munkar. Sedangkan isi materi pendakwah zaman *now* lebih sering di integrasikan, di interkoneksi dan di kolaborasi dengan berbagai keilmuan yang ada. *Keempat*, pendakwah zaman *old* masih terbatas dalam menyampaikan pendapatnya. Sedangkan zaman *now* sudah dapat menyampaikan berbagai pendapat melalui media sosial secara bebas. *Kelima*, pendakwah zaman *old* dalam jangkauan penyebaran dakwahnya masih terbatas dari lisan ke lisan atau tulisan. Sedangkan zaman *now* jangkauan penyebaran dakwah sudah sangat luas dengan dibantu teknologi digital.

Terakhir, metode dalam berdakwah yang digunakan di zaman *old* masih sedikit yang dikembangkan. Sedangkan metode berdakwah zaman *now* sudah memiliki berbagai variasi. Untuk lebih memudahkan melihat secara singkat perbedaan pendakwah zaman *old* atau lama dan zaman *now* atau sekarang terdapat pada tabel sebagai berikut.

No	Pendakwah	
	OLD/LAMA	NEW/BARU
1.	Pendakwah lebih sering berdakwah di masjid-masjid.	Pendakwah sudah dapat berdakwah di semua tempat.
2.	Jumlah pendakwah masih sedikit, sehingga yang berdakwah menjadi terbatas.	Jumlah pendakwah sudah banyak dan beragam sehingga dapat memilih pendakwah siapa yang ingin di dengarkan.
3.	Isi materi pendakwah lebih condong mengajak kepada perintah berbuat baik dan melarang berbuat munkar.	Isi materi pendakwah lebih sering di integrasi dan interkoneksi dengan berbagai keilmuan.
4.	Pendakwah zaman dahulu masih terbatas dalam menyampaikan pendapatnya.	Pendakwah zaman sekarang sudah dapat menyampaikan bermacam pendapat melalui media sosial secara bebas.
5.	Jangkauan penyebaran dakwah masih terbatas dari lisan ke lisan atau tulisan.	Jangkauan penyebaran dakwah sudah luas dengan dibantu teknologi digital.
6.	Metode dalam berdakwah masih sedikit.	Metode berdakwah sudah memiliki berbagai variasi.

Tabel. 1 Perbedaan Pendakwah zaman dahulu dan sekarang.

TANTANGAN PENDAKWAH BARU

Perjalanan pendakwah tidak lah selalu mulus dalam artian akan selalu ada tantangan yang akan dihadapinya. Adapun beberapa tantangan pendakwah di era digital yang pertama adalah berbeda golongan, karena pendakwah akan kesulitan dalam berdakwah disebabkan berbedanya golongan, sehingga memunculkan perbedaan pendapat. Hal ini masih sangat sering terjadi di masyarakat karena mereka akan melihat seseorang berdasarkan golongan. *Kedua*, pendakwah harus menguasai banyak ilmu karena pendakwah yang biasa-biasa saja, tidak akan terlalu dilirik oleh masyarakat. *Ketiga*, seorang pendakwah harus *good looking*, karena rekam jejak maupun asal-usul pendakwah harus jelas, karena masyarakat tidak mau menerima materi dakwah dari orang yang memiliki asal-usul jelek.

Keempat, seorang pendakwah harus melek dengan teknologi karena di era digital berdakwah tidak hanya dilakukan di dalam masjid saja. *Kelima*, memiliki ciri khas tersendiri karena kebanyakan pendakwah di era digital memiliki ciri-cirinya masing-masing seperti Mama Dedeh yang selalu tampil di TV yang memiliki gayanya tersendiri dalam berdakwah. *Keenam*, hoaks, tantangan pendakwah baru adalah menyangkal hoaks yang sangat cepat menyebar di media sosial, apalagi hoaks tersebut berupa hal yang dapat memecahkan kelompok ataupun golongan masyarakat bahkan dapat mengakibatkan perang agama. Hal ini menjadi tanggung jawab sekaligus tantangan bagi pendakwah untuk meluruskannya, karena pendakwah merupakan orang yang dapat dipercayai oleh masyarakat. (Urahman, 2018) *Ketujuh*, berdakwah sekarang tidak hanya menjelaskan kepada umat yang seagama, namun juga dengan yang berbeda agama dapat dilakukan. *Kedelapan*, berdakwah tidak hanya kepada satu suku saja, namun kepada berbagai suku, karena berdakwah tidak memandang warna kulit, suku maupun golongan di masyarakat. (Jalal & (dkk), 2018, pp. 45–51)

RELEVANSI PENDAKWAH BARU DI ERA DIGITAL

Pendakwah di era digital memiliki peran yang sangat penting. Karena pendakwah lah manusia akan selalu mengingat yang namanya berbuat baik dan larangan berbuat mungkar. Dapat dibayangkan jika tidak ada pendakwah, maka agama tidak tersebar ke seluruh penjuru dunia sampai sekarang ini. Mungkin kita tidak akan mengenal yang namanya agama beserta ajaran yang dibawanya. Apalagi

di era digital peluang pendakwah sangatlah besar karena para pendakwah dapat dengan leluasa menyebarkan dakwahnya melalui media yang sering dipakai sehari-hari salah satunya handphone. Materi-materi dakwah bertebaran sangat banyak di media sosial yang dapat dipilih sesuka hati.

Pendakwah di era digital cenderung menggunakan berbagai media dalam berdakwah. Hal ini membuat mereka lebih mudah dalam menyebarkan dakwah. Akses media sosial yang begitu banyak menjadi sumber yang paling tepat dalam berdakwah. Pendakwah tidak kesulitan lagi berdakwah seperti orang-orang zaman dulu karena pilihan atau platform untuk berdakwah tersedia dengan berbagai macam, sehingga pendakwah dapat memilih kemana ia akan menyebarkan dakwahnya. Akan tetapi, pendakwah yang tidak melek dengan teknologi akan merasa malas untuk mempelajari sesuatu yang baru karena rumit, atau menghabiskan waktu untuk mempelajari hal baru atau takut terkenal. Pendakwah seperti ini lama-kelamaan akan tenggelam tidak akan terdengar lagi suaranya karena kebanyakan pendengar sekarang lebih banyak mengonsumsi media sosial dibanding harus datang ke tempatnya.

Berdakwah bukan lah hal yang mudah dilakukan di era digital karena orang-orang di era ini, terlalu pemilih dalam melihat pendakwah dan mudah menyerang pendakwah yang tidak sesuai dengan pemikirannya. Hal ini lah yang akan menjadi tantangan besar dalam berdakwah di era sekarang. Pendakwah tidak dapat bicara sembarangan atau seenaknya karena mudah mengundang sensitifitas orang-orang yang mendengarnya. Apalagi banyak pendakwah di media sosial melakukan klarifikasi terhadap dakwahnya karena bagi orang-orang yang tidak setuju pasti akan terus meminta klarifikasi. Karena seperti kata pepatah 'mulutmu adalah harimau mu' yang berarti setiap perkataan yang keluar dari mulut akan selalu ada yang mengawasinya.

Selain itu, terutama untuk pendakwah baru yang belum terlalu mengenal teknologi maupun pengalaman yang kurang, tentunya memiliki tugas yang berat untuk dipikul karena seorang pendakwah diuji kemampuan maupun keilmuannya bukan hanya sekadar ingin terkenal atau mendadak menjadi ustadz karena sebagai figur publik yang paham akan agama. Justru seorang pendakwah akan menjadi pusat perhatian di kalangan masyarakat. Hal ini tentunya tidak dapat dihindari

karena seorang pendakwah membawa nama agama dan sangat beresiko jika terjadi kesalahan maupun kekhilafan.

Maka dari itu, seorang pendakwah harus paham dengan apa yang akan dibicarakan. Apalagi berhubungan dengan penyebaran dakwah melalui media sosial seperti youtube, facebook, instagram karena orang yang melihat dan mendengar tidak hanya satu jama'ah masjid tetapi berjuta orang akan mendengar dan melihatnya. Sebagai pendakwah baru pasti akan menjadi tanggung jawab yang besar baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu diperlukan strategi bagi seorang pendakwah agar lebih siap dan optimal dalam menyampaikan dakwah, baik berupa materi, kondisi jama'ah atau masyarakat, latarbelakang kebanyakan masyarakat perlu diketahui sebelum berdakwah dan masih banyak lagi. Hal ini dilakukan agar objek dakwah tidak salah sasaran karena dapat menimbulkan perpecahan di kalangan masyarakat, sehingga mesti dilakukan riset terlebih dulu.

Relevansi pendakwah dengan teknologi sangatlah dekat dan tidak dapat dihindari karena di era digital orang-orang dapat menerima dan membagikan informasi dengan sangat cepat. Sehingga seorang pendakwah harus dapat mengontrol dan memverifikasi mana informasi atau dakwah yang hoaks dan yang benar karena berita yang begitu cepat datang membuat orang-orang kebingungan dengan dakwah yang menyebar. Disini lah posisi pendakwah yang terpercaya dan menjunjung tinggi kebijaksanaan memberikan jawaban yang benar agar dakwah yang telah terlanjur menyebar luas tidak menjadi api yang dapat menyulut kemarahan, perpecahan ataupun peperangan di kalangan masyarakat.

Seorang pendakwah tidak hanya duduk berdiam diri di dalam masjid saja tanpa melihat dan mencermati yang terjadi di sekelilingnya. Tetapi pendakwah harus ikut bergerak baik di media sosial, sebagai bentuk perjuangan berdakwah di era digital. Hal ini menjadi bukti bahwa posisi pendakwah di dalam masyarakat masih sangat dibutuhkan apalagi di era digital yang menjadi kunci dalam penyebaran ajaran-ajaran Islam baik di dunia nyata maupun di dunia maya.

KESIMPULAN

Terbukti, bahwa peluang pendakwah di era digital sangatlah besar yakni berupa kemudahan akses dalam menyebarkan dakwah seperti melalui media

youtube, instagram, twitter, whatsapp, dan sebagainya. Seorang pendakwah harus dapat melakukan kreativitas baru yang dapat menarik banyak jama'ah untuk dapat mendengarkan isi materi dakwah, seperti mengemas dakwah dalam bentuk video konten yang sangat menarik perhatian dan minat para pendengarnya. Selain itu, seorang pendakwah baru memiliki tantangan yang harus dihadapi yakni harus menguasai banyak keilmuan baik materi dakwah, metode atau cara dalam berdakwah dan teknologi digital sebagai media penyebarannya dan dalam menyangkal hoaks yang bertebaran dan tersebar sangat cepat di era digital.

Relevansi pendakwah baru di era digital sangat lah penting yang dimana seorang pendakwah diharuskan turut andil dalam berdakwah melalui media sosial yang serba menggunakan teknologi digital terbaru. Seorang pendakwah harus memahami cara kerja dari teknologi digital agar tidak ketinggalan zaman karena teknologi digital memudahkan para pendakwah dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam sampai ke penjuru dunia, yang di mana di zaman dahulu belum ada yang namanya youtube, intagram dan sebagainya. Hal ini menjadi kemudahan bagi pendakwah baru di era digital dalam berdakwah.

DAFTAR RUJUKAN

- Hasyim, U. (1983). *Mencari Ulama' Pewaris Nabi*. Bima Ilmu.
- Hendra, T., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial. *Al-Hikmah, Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Jalal, B., & (dkk). (2018). Dinamika Pendakwah Melaksana Dakwah Pelbagai Etnik. *Journal of Education and Social Sciences*, 9(1), 45–51.
- Nasrul, E. (2023). *Hadapi Disrupsi Digital, Pendakwah Harus Bertransformasi*. Khazanah.Republika.Co.Id.
<https://khazanah.republika.co.id/berita/s4pmy3451/hadapi-disrupsi-digital-pendakwah-harus-bertransformasi>
- Rahmawati. (2021). "*peluang dan tantangan dakwah di era Teknologi modern (studi pada media Radio Dewi Anjani 104.6 FM Lombok Timur)*" Tesis. UIN Mataram.
- Rani, S. (2023). "Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital : Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer". *Al-Mikraj, Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 207–216.
- Rubawati, E. (2018). Media Baru : Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 126–142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>
- Sanwar, M. A. (1986). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.

Urahman, D. (2018). *FENOMENA BERITA HOAX DAN TANTANGAN DAKWAH DI KOTA BANDA ACEH*, Skripsi. UIN AR-RANIRY BANDA ACEH.