

DAKWAH ONLINE DALAM PERSPEKTIF MASYARAKAT MODERN DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*

PENULIS

¹Lukman Al-Hakim, ²Alfan Bachtiar

ABSTRAK

Dakwah menjadikan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *Rahmatan Lil'alam* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia. Fenomena dakwah yang berkembang saat ini begitu cepat dan dinamis dengan perkembangan teknologi informasi dan internet sehingga dakwah bisa dilakukan di dunia maya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan para da'i yang memanfaatkan media sosial YouTube sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Hal ini perlu diteliti untuk melihat Perspektif Masyarakat Modern di Media Sosial Youtube. Setiap aktivitas seseorang akan digerakkan melalui serangkaian teknologi digital seperti dakwah online saat ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seperti seseorang, individu, kelompok, organisasi (komunitas), suatu program atau situasi sosial. Studi kasus dilakukan untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode wawancara, pengamatan, penelaahan dokumen (hasil), survei, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci. Penelitian ini memberikan saran Penggunaan media online sebagai sarana dakwah Islam dewasa ini mulai menjadi alternatif dalam berdakwah. Selain itu dalam menyampaikan materi-materi dakwah di era media baru saat ini, seorang da'i telah memiliki beberapa akun di media sosial seperti; Facebook, Twitter, LINE, WhatsApp atau media online lainnya seperti; YouTube, Instagram, Weblog dan sebagainya.

Kata Kunci

Dakwah, Media Sosial, Youtube

ABSTRACT

Dakwah makes Muslim behavior in carrying out Islam as a religion of Rahmatan Lil'alam that must be preached to all people. The phenomenon of da'wah that is developing today is so fast and dynamic with the development of information technology and the internet so that da'wah can be done in cyberspace. This research aims to describe da'i who use YouTube social media as a tool to convey the message of da'wah. It is worth researching to see the Perspective of Modern Society on Youtube Social Media. Each person's activities will be driven through a series of digital technologies such as online da'wah today. The approach used in this study is a case study, which is a comprehensive description and explanation of various aspects such as a person, individual, group, organization (community), a program or social situation. Case studies were conducted to study as much data on the subjects studied as possible. They often use various methods of interviewing, observation, reviewing documents (results), surveys, and any data to describe a case in detail. This research provides advice on the use of online media as a means of Islamic da'wah today began to be an alternative in preaching. In addition, in delivering da'wah materials in the current new media era, a da'i already has several accounts on social media such as; Facebook, Twitter, LINE, WhatsApp or other online media such as; YouTube, Instagram, Weblog and so on

Keywords

Dakwah, Social Media, YouTube

AFILIASI

Prodi, Fakultas

Nama Institusi

Alamat Institusi

¹Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

²Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

¹Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

²Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

¹Jl. Ir. H. Djuanda No. 95, Ciputat, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia 15412

²Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Penulis

Email

Lukman Al-Hakim

lukman88united@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Dakwah adalah kegiatan menyeru, mengajak dan membimbing manusia menuju jalan kebenaran, yang di Ridhoi Allah *Subhanahu Wata'ala*. Kegiatan dakwah tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadits sebagai petunjuk dalam dakwah itu sendiri. Kegiatan dakwah pun didefinisikan juga sebagai kegiatan dimana salah satu fokusnya ialah amar ma'ruf nahi munkar atau mencegah dari perbuatan yang munkar.

Hadirnya internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi dewasa ini telah memungkinkan pengembangan aktivitas dakwah yang lebih konvergensi dan membedakannya dengan pola konvensional. Dakwah menjadi lebih mudah, tak terbatas ruang dan waktu serta murah dan terbuka. Perkembangan media internet saat ini telah dibayangkan oleh Marshall McLuhan sejak awal 1960-an, seperti lahirnya pasar *online*, kampanye *online*, hingga kehidupan keagamaan yang menggunakan internet dalam berbagai fungsi dan sifatnya. Aguilar menunjukkan bahwa media digital merupakan sumber yang menghadirkan agama dalam berbagai dimensinya, walaupun tidak jarang terjadi penolakan penggunaan internet bagi tujuan agama karena dianggap internet mengandung ancaman norma-norma sosial agama dan otoritas pemimpin agama. (Irwan, 2017:16)

Dalam berkembangnya media online (*cyber*), yang banyak sekali penggunaannya kian hari menunjukkan grafik peningkatannya menjadi dakwah mengalami perubahan bentuk lagi. Produksi siaran dakwah menjadi lebih mudah diakses oleh siapa pun. *Smartphone* berbasis android menjadikan arus informasi tidak lagi hanya televisi. Namun media televisi tetap menjadi produsen arus utama siaran dakwah dan informasi lainnya. Akan tetapi, keberadaan android yang semakin menyebarluas hingga berbagai pelosok, ditambah lagi dengan terus ditingkatkannya akses jaringan teknologi informasi menjadi *smartphone* sebagai mesin yang selalu ada di genggaman tangan. Informasi apa pun yang ingin didapat oleh audiens, sudah tidak lagi memerlukan waktu yang cukup lama untuk diakses.

Penggunaan media online sebagai sarana dakwah Islam dewasa ini mulai menjadi alternatif dalam berdakwah. Selain itu dalam menyampaikan materi-materi dakwah di era media baru saat ini, seorang da'i telah memiliki beberapa akun di media sosial seperti; facebook, Twitter, LINE, WhatsApp atau media online lainnya seperti; *YouTube*, Instagram, Weblog dan sebagainya. Dalam visi dan misinya dakwah sendiri mengandung pengertian sebagai suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya dalam usaha mempengaruhi orang lain supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap amalan ajaran agama. (Arifin, 1991:6)

Pada era media baru saat ini seperti munculnya para da'i di media online, menjadikan agama dan spiritualitas umumnya tampil sebagai kebutuhan mendasar masyarakat modern. Banyaknya jumlah penonton para da'i lewat akun sosialnya menjadi bukti kongkrit eksistensinya dalam menyebarkan risalah agama Islam ini yang mudah di terima secara masal. Begitu besarnya arus informasi melalui media online di era media baru saat ini ditambah dengan arus globalisasi yang tidak mungkin dibendung sehingga perlu dilakukan upaya agar media online bisa menjadi sarana komunikasi dakwah Islam. Sedangkan tingkat efektivitas adalah ukuran yang menyatakan seberapa jauh target dakwah (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai, dimana semakin besar prosentase capaian variable target maka semakin besar pula hasil yang diperoleh

Berbagai macam bentuk dan cara berdakwah dalam Islam sehingga kewajiban berdakwah juga harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian masing-masing orang, setiap orang tidak harus berdakwah seperti layaknya seorang penceramah atau da'i, karena dakwah bisa dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja yang terpenting semua dilakukan dengan tujuan utama yaitu *amar ma'rufnahi munkar*. (Aripudin, 2011:4)

Sebagaimana di ketahui dakwah Islam adalah risalah penutup yang turun dari Allah *subhanahu wata'ala* atas Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* dalam kitab Al Qur'an yang tidak akan dapat dimasuki kebatilan dari depan maupun belakang. (Taufik, 2011:9) Dalam Al-Qur'an kata dakwah dapat kita jumpai pada beberapa tempat, dengan berbagai macam bentuk dan redaksinya (An-Nabiry, 2008:17-18), seperti pada firman-Nya dalam Al-Qur'an surat *An-Nahl* ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan carayang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Departemen Agama RI, 2002:282).

Sementara itu media dakwah memiliki peranan atau kedudukan yang sama dalam komponen dakwah, seperti metode dakwah, objek dakwah dan lainnya. (Syukir, 1983:164) Penggunaan media online yang penulis teliti melalui akun *YouTube* para da'i sebagai media dakwah Islam cukup efektif. Hal ini berdasarkan tingginya jumlah respons dan antusiasme penonton (*viewer*) di laman media sosial *YouTube* para da'i. Seperti tuasahnya ustadz Abdul Somad, ustadz Hanan Attaki, ustadz Khalid Basalamah, ustadz Adi Hidayat, dan ustadz-ustadz lainnya dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, respons komentar yang cepat, serta respon positif dari pengunjung sehingga dapat dikatakan mereka mampu menjadikan akun *YouTube* sebagai media dakwah Islam yang cukup efektif.

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video. *YouTube* merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para *vlogger*, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi. (Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, 2020:81-93)

YouTube akan memfasilitasi para pengguna akun sosial untuk melakukan apa saja di internet, hanya dengan bekal kamera dan modem untuk dapat meng-*upload* rekaman gambar yang dimiliki. Mereka dapat bergaya sesuka hatinya dan masyarakat diseluruh dunia dapat dengan mudah menonton aksinya. Hal ini semakin menguatkan pendapat bahwa siapa pun dapat berbuat apa saja dengan teknologi dengan memperoleh keuntungan sekaligus ataupun mendapatkan banyak kerugian. Setiap aktivitas seseorang akan digerakkan melalui serangkaian teknologi digital seperti dakwah online saat ini. Teknologi ini dioperasikan dengan menekan beberapa digit (angka) yang di susun dengan berbagai urutan. Relasi yang terbangun di antara individu adalah relasi pertukaran digital, seseorang hanya melakukan serangkaian transaksi atau interaksi melalui simbol-simbol digital.

II. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan teori perubahan sosial yang berlandaskan pada pemikiran Emile Durkheim (1858-1917) yaitu bagaimana tatanan sosial dipertahankan dalam berbagai bentuk masyarakat. Ia memusatkan perhatian pada pembagian kerja yang membedakan antara masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Penulisan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kasus untuk mengetahui bagaimana proses dan tingkat perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat modern yang menjadikan internet sebagai kebutuhan primer mereka dan beralih dari dakwah offline ke online di media sosial *YouTube*. Jenis penulisan yang digunakan adalah penulisan deskriptif yaitu penulisan yang berusaha untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa ataupun kejadian yang sekarang terjadi.

Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara yang digunakan oleh penulis dalam penulisan ini adalah wawancara terbuka (*Opened interview*). Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. (Mulyana, 2002:71)
Pihak yang menjadi narasumber yaitu fans militan dakwah online dan data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut dijadikan sebagai data primer, yaitu data yang diperoleh dari informan melalui wawancara baik langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh penulis.
2. Observasi
Yaitu pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Observasi berguna untuk menjelaskan dan merinci gejala-gejala yang terjadi. (Chrasswell, 2015:505) Observasi ialah teknik pengumpulan data dengan mengadakan peninjauan secara langsung di akun media sosial *YouTube* para da'i yang menjadi sarana dan wadah untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan penulis dalam penulisan ini, penulis mengamati segala sesuatu yang berhubungan dengan jumlah penonton (*viewer*), komunikator (da'i), pesan yang disampaikan, sampai dengan respon penonton terhadap kegiatan ini, serta mengklasifikasi jumlah penonton berdasarkan urutannya mulai dari yang paling tinggi hingga terendah.

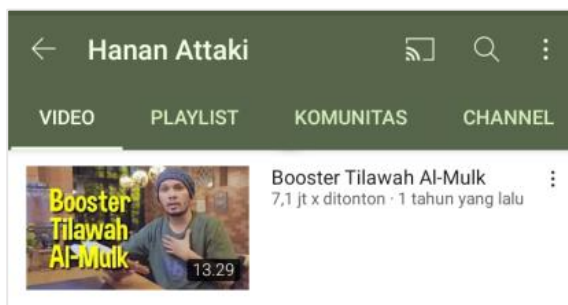
3. Dokumentasi
Yaitu menggali informasi atau pengetahuan yang ada hubungannya dengan penulisan melalui dokumentasi video yang di upload di *YouTube*.
4. Kajian Kepustakaan
Yaitu mencari atau menggali informasi atau pengetahuan yang berhubungan dengan penulisan ini melalui sumber-sumber ilmiah seperti buku-buku, jurnal dan lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan perspektif kritis yaitu bagaimana seorang da'i harus kritis dalam menyampaikan kebenaran dakwahnya baik offline maupun online tidak membeda-bedakan sasaran dakwahnya sehingga meningkatkan profesionalisme (ihsan) para da'i. Sebuah kebenaran yang tidak tertata dengan baik akan dikalahkan oleh kebathilan yang tertata dengan baik. Itulah pesan yang disampaikan oleh Sahabat Rasulullah *shollallahu 'alaihi wasallam* yaitu Ali bin Abi Thalib *rhodiallahu 'anhu*, yang bila kita mencoba memahaminya lebih jauh sebuah dakwah yang tidak dilakukan secara profesional akan ditumbangkan oleh kemaksiatan yang dikerjakan dengan penuh profesionalisme. Berkaitan dengan pembentukan sikap ihsan tersebut, maka profesionalisme para da'i di media online akan terus terpupuk dengan sendirinya seiring dengan teknologi yang akan terus berkembang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah klasifikasi para da'i yang penulis batasi dengan kategori tertinggi 7 juta lebih penonton dan urutan terendah 1 juta lebih penonton di akun *YouTube* para da'i sebagai berikut:

No	Akun Youtube Para Da'i Berdasarkan Urutan Tertinggi Hingga Urutan Terendah
1	Ustadz Hanan Attaki, Lc



Keterangan:

Tema : Booster tilawah Al-Mulk

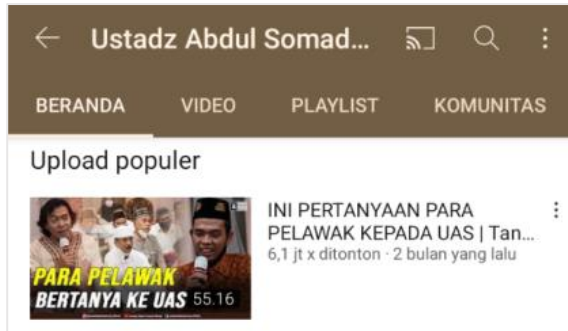
Jumlah penonton : 7,1 juta.

Komentar Dari Fans Militan

Dede Mercy, 25 tahun, mahasiswi UIN Jakarta:

1. Penyampaiannya lebih ringan dan cocok buat generasi milenial. Penyampaiannya menggunakan bahasa yang mudah dicerna. Suaranya bagus, apalagi kontennya itu lebih ke remaja diimbangi dengan ayat-ayat dan hadis yang ringan, jadi seru banget apalagi kalo konten yang mengenai nikah yang bikin pemuda hijrah
2. Yang didapetin mulai dari sabar, ikhtiar dengan bahasanya yang membius. Tapi mungkin belum terlalu keliatan di perubahan perilaku saya
3. Kehidupan spiritual tentunya lebih baik, setelah mengikuti kajian ust Hanan Attaki, karna gimana kita lebih kuat imannya. hijrah menjadi keharusan. Tapi yang pasti dia pake bahasa yang membius, misalnya dia selalu mengedukasi kita dimana kalo kita ada masalah, ada mau nya, minta dulu kepada Allah, ngadu dulu ke Allah. Jangan ke temen. Karna jawabannya itu datang dari Allah. Jadi lebih spiritual nya pikiran kita dibukakan lewat kajian ini dimana ngelakuin apapun itu kita harus ke Allah dulu.
4. Di era kita ini banyak banget yang sibuk, bahkan di sibuk sibukin. Tapi sebenarnya tidak menghalangi kita untuk belajar agama. Nah buat kalian yang ingin belajar agama lewat media online, sekarang banyak banget ust-ust yang memanfaatkan digitalisasi untuk *religion enggement*. Jadi bisa lewat YouTube, IG, FB dan lain-lain. Jadi tidak ada lagi alasan sibuk dan lain-lain. Karna dunia dalam genggamannya apa pun yang kamu butuhkan bisa kamu dapatkan lewat *smartphone*.

2 Abdul Somad, Lc. MA., Ph.D.

Keterangan:

Tema: Ini pertanyaan para pelawak kepada UAS
Jumlah penonton: 6,1 juta.

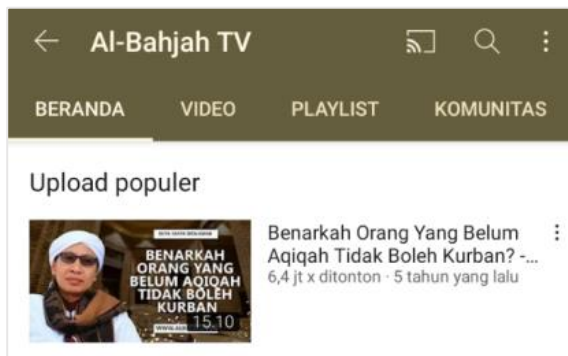
Komentar Dari Fans Militan

Deni, 36 tahun, mahasiswa UIN Jakarta:

1. Banyak *follower*-nya dan metode dakwahnya juga menarik
2. Pesan dakwah yang mudah di terima oleh masyarakat luas
3. Banyak mempelajari cara dakwah beliau yang mudah diterima pesan dakwahnya bagi semua kalangan

Jangan langsung mencerna ilmu bulat-bulat di media online karena keterbatasan ilmu yang ada disana, sebaiknya diteliti dulu kebenarannya. Alangkah lebih baiknya mempelajari ilmu agama lewat jalur akademis biar lebih komprehensif dan tidak parsial

3 Buya Yahya

Keterangan:

Tema: Ini pertanyaan para pelawak kepada UAS.
Jumlah penonton: 6,1 juta.

Komentar Dari Fans Militan

Ikhtiyartarigan, 37 tahun, karyawan swasta.

1. Memudahkan mobilitas saya dan mengisi waktu luang saya dengan mendengarkan kajian yang bermanfaat dari Buya Yahya
2. Adab, kajian-kajian dasar Islam, salah satunya rukun Islam dan Iman
3. Merasa lebih tenang dan damai mendapatkan ilmu dari Buya Yahya

Silahkan mempelajari ilmu dari media online, dan harus mempunyai guru sebagai tolak ukur baik benarnya ilmu yang kita dapat agar tidak tersesat

4 Ustadz Dr. Syafiq Riza Basalamah, Lc, MA

Keterangan:

Tema: Ada apa dengan Jumat 15 Ramadhan?
Jumlah penonton: 4,1 juta

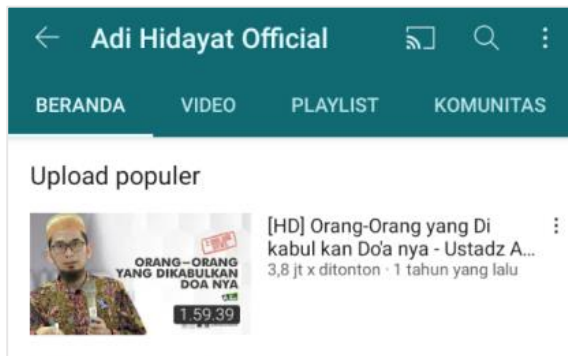
Komentar Dari Fans Militan

Izul, 38 tahun karyawan swasta

1. Menambah ilmu agama
2. Ilmu dan rasa ingin taat kepada Allah, dan bias menambah iman insya Allah
3. Berusaha menjauhi laranganNya, dan berusaha menjalankan perintahNya, di tambah rasa takut kepada Allah jika mau berbuat dosa

Setelah ngaji online, sebaiknya ikut kajian langsung karena beda pahala dan suasana batinnya.

5 Ustadz Adi Hidayat, Lc, MA

Keterangan:

Tema: Orang-orang yang dikabulkan do'anya
Jumlah penonton: 3,8 juta.

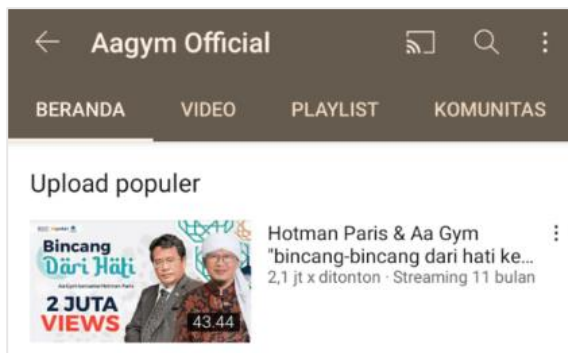
Komentar Dari Fans Militan

Khairulmam, 25 tahun, mahasiswa Universitas Pamulang

1. *YouTube* mudah di akses dan mempermudah mencari ilmu tentang agama
2. Cara menjadi manusia, tugas manusia.
3. Menjadi lebih baik

Belajar lewat media online itu mempermudah untuk mendapatkan ilmu agama, namun pilihlah ustadz yang tidak mengkritik orang lain dan menyebut nama dan kesalahan orang lain dalam setiap kajian

6 Ustadz Abdullah Gymnastiar

Keterangan:

Tema: Hotman Paris dan Aa Gym "bincang-bincang dari hati kehati"
Jumlah penonton: 2,1 juta.

Komentar Dari Fans Militan

Roy Mahendra, 37 tahun, mahasiswa UIN Jakarta

1. Disamping beliau berkompeten dibidangnya, saya merasa nyaman ketika melihat dan mendengar beliau ceramah. Materi yang disampaikan cocok dengan kondisi kekinian dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada.
2. Kesadaran untuk selalu memperbaiki diri ke arah yang lebih baik lah
3. Lebih khusyuk dan amalan ibadah bertambah

Sebaiknya dalam sehari minimal buka atau tonton pesan-pesan agama melalui akun *YouTube* ustadz-ustadz yg berkompeten, biar iman tertata dengan baik, *fastabiqul khairat*

7 Ustadz Dr. Khalid Basalamah, Lc, MA

Keterangan:

Tema: Kajian tematik - saudaraku inilah rahasia rizkimu

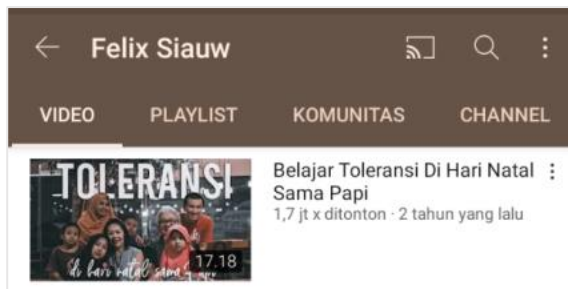
Jumlah penonton : 2 juta.

Komentar Dari Fans Militan

Arief Pribadi, 38 tahun, karyawan swasta

1. Jarak dan waktu untuk ke tempat kajian tidak terjangkau
2. Ilmu
3. Jauh lebih baik
4. Siapkan kuota dan jaringan yang bagus
 - waktu dan tempat yang kondusif
 - buku catatan
 - headphone atau handsfree
 - ustadz yang bermanhaj lurus
 - *muroja'ah* hasil belajar dari catatan yang dicatat saat kajian online

8 Ustadz Felix Siauw

Keterangan:

Tema: Belajar toleransi di hari natal sama papi

Jumlah penonton: 1,7 juta

Komentar Dari Fans Militan

Nurkholifah, 26 tahun, mahasiswi UIN Jakarta:

1. Selain kajian bertema umum, ustadz felix juga banyak berceramah tentang tema-tema anak muda seperti hukum pacaran, jodoh, hijab. Semua disampaikan secara ramah, tegas, namun ada humornya atau gaul, dan disertai contoh-contoh.
2. Tercerahkan terkait tema-tema larangan pacaran dan juga bagaimana cara memilih jodoh yang baik juga sejarah-sejarah Islam seperti sejarah turki dan konstantinopel.
3. Lebih tenang perihal hijrah, jodoh, dan lebih berhati-hati tentang interaksi dengan lawan jenis. Karena jodoh kita adalah cerminan perilaku kita.

Seberapa pun kita sibuk jangan lupa untuk belajar ilmu agama meski dengan akun-akun sosial media. Siapapun ustadznya, apapun manhajnya jangan fanatik, ambil yang baik dan tinggalkan yang sekiranya tidak sepemahaman dengan kita. Namun pada dasarnya apa yang disampaikan oleh setiap ustadz adalah baik tergantung ketertarikan kita mau ke ustadz siapa yang gaya ceramahnya bias kita terima.

Dari ke delapan da'i yang peneliti klasifikasi mulai dari ustadz Hanan Attaki dengan jumlah total penonton terbanyak 7,1 juta hingga Felix Siauw dengan 1,7 juta penonton, membuktikan dakwah online masih disukai dan diminati oleh masyarakat modern yang ingin mendengarkan kajian Islam secara online. Transformasi dakwah offline ke online ternyata berdampak positif dikalangan fans militan para da'i di era media baru ini. Antusiasme mengikuti kajian Islam secara online sudah menjadi kebiasaan mereka sehari-hari.

Ilmu-ilmu yang didapatkan tidak jauh berbeda dengan mengikuti kajian Islam secara offline. Pemanfaatan teknologi internet baik da'i maupun mad'u (fans militan) sama-sama saling menguntungkan kedua belah pihak. Seorang da'i dengan mudah menyebar luaskan pesan dakwahnya ke berbagai penjuru dunia setelah meng-*upload* dan men-*share* video ceramahnya di akun *YouTube* nya dan seorang mad'u tidak perlu repot-repot dan bersusah payah mengunjungi lokasi dakwah para da'i. Namun cukup dengan membuka akun *YouTube* para da'i yang mereka inginkan maka secara otomatis bisa langsung mengikuti kajian dakwah secara online bahkan secara *live streaming*. Dengan memahami fenomena tersebut, maka keberadaan internet sebagai media dakwah online telah menjadi sebuah kebutuhan masyarakat modern.

Fenomena dakwah online saat ini telah memberikan suatu paradigma baru mengenai kesuksesan dakwah Islam. Da'i "tidak lagi" menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh mad'u (objek dakwah) karena terbukti dalam konteks masyarakat modern, mad'u tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif. Mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesan-pesan yang mereka terima dan sering tidak terpengaruh oleh identitas penyampainya.

IV. PENUTUP

Dakwah online merupakan inovasi terbaru dalam syiar Islam dan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media online sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media online tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi informasi.

Menggunakan internet sebagai media dalam aktivitas dakwah bukanlah hal baru, namun internet juga telah membuka sejumlah kemungkinan baru bagi lahirnya gerakan-gerakan dan aktivisme dakwah. Internet dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dapat dipandang sebagai medium bagi aktivitas dakwah. Misalnya dengan menyebarkan beragam informasi keislaman secara luas melalui website, blog, media sosial, atau platform lainnya.

Para da'i harus kreatif dan tentunya proaktif memanfaatkan teknologi tersebut sebagai media dakwah mereka. Karena ke depan yang berkuasa adalah mereka yang menguasai informasi, dan media adalah sebagai pengangkut informasi tersebut. Arus informasi yang dibawa oleh dinamika perkembangan teknologi tidak saja membawa pesan yang sifatnya informatif, tetapi juga dapat bersifat *dis-informatif* atau menyesatkan bahkan mungkin hanya sekedar menjadi *junk information* (informasi sampah).

REFERENSI

- An-Nabiry, Fathul Bahri, *Meniti Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*, (Sinar Grafita Offset, 2008).
- Arifin, H. M. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar (Cetakan Pertama)*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991
- Aripudin, A. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, (2011).
- Cresswell, John, *Penulisan kualitatif dan desain riset: Memilih di antara 5 Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015.
- Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Kelompok Gema Insani, Edisi Tahun 2002).
- Irwan A. Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet. *Jurnal Sabda-Fakultas Ilmu Budaya UGM*, 12 (2), (2017).
- Mulyana, Deddy. *Analisis Framing*. Jogjakarta: LKiS. 2002.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93.
- Syukir, A. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Iklas: Surabaya, 1983.
- Taufik al-Wa'iy, *Adda' watu ilallah Dakwah ke Jalan Allah Muatan, Saran & Tujuan*, (Robbani Press 2011).