



**DAKWAH ONLINE PADA MASYARAKAT PERKOTAAN
(SUATU KAJIAN KEMANFAATAN)**

Fatimah¹, Kamridah²

¹Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar ²Universitas Islam Negeri Datokarama
Palu

fatimahdakwah@gmail.com ; Kamridah@uindatokaramapalu.ac.id

Keywords

Dakwah online,
Kemanfaatan ,
Masyarakat
Perkotaan.

Abstract

This research aims to determine the social reality of urban communities in utilizing digital platforms which focuses on the use of Facebook as a medium for da'wah. The focus of this research study discusses online da'wah in urban communities, a study of benefits as an ethical principle in Islamic journalism. The benefit intended in this paper is a study of da'wah targets who use the Facebook application to access da'wah material. This type of research is qualitative with a communication science and da'wah approach. Data collection techniques through observation and interviews using content analysis. Urban communities respond well to the use of Facebook on social media platforms in online da'wah. It is very easy for people who use smartphones to access preaching materials according to Mad'u's needs. The use of Facebook as a social media platform is supported by the availability of an adequate internet network. Online Da'wah is a new construction of da'wah with the use of new media as a development of digital technology. The challenges of Online Da'wah can be seen in the aspects: connection, content, context and contact.

Kata kunci

Dakwah online,
Kemanfaatan ,
Masyarakat
Perkotaan.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui realitas sosial masyarakat Perkotaan dalam memanfaatkan *platform* digital yang difokuskan pada penggunaan *facebook* sebagai media dakwah. Fokus kajian penelitian ini membahas tentang dakwah *online* pada Masyarakat perkotaan suatu kajian kemanfaatan sebagai prinsip etika dalam jurnalistik Islam. Kemanfaatan yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah kajian tentang sasaran dakwah yang menggunakan aplikasi *facebook* dalam mengakses materi dakwah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan ilmu komunikasi dan dakwah. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan menggunakan *content analysis*. Masyarakat Perkotaan merespon baik adanya pemanfaatan *facebook* pada *platform* media sosial dalam dakwah online. Masyarakat pengguna *smartphone* sangat mudah mengakses materi dakwah sesuai dengan kebutuhan mad'u. Penggunaan *Facebook* sebagai *Platform* media sosial

didukung dengan ketersediaan jaringan internet yang memadai. **Dakwah Online** merupakan dakwah konstruksi baru dengan pemanfaatan *new media* sebagai perkembangan teknologi digital. Tantangan Dakwah Online dapat dilihat dalam aspek: *connection*, *content*, *context* dan *contact*.

Pendahuluan

Perkembangan dan perubahan pola interaksi manusia di era digitalisasi, terjadi bukan hanya berkaitan dengan aspek fisik manusia saja, tetapi juga *mindset* dan *mentality* manusia sebagai pengguna media internet. Perubahan terjadi dalam berbagai ruang lingkup aktifitas manusia, mulai dari aspek budaya, sosial, ekonomi, politik, pendidikan dan bahkan agama. Dalam bidang agama, salah satu fenomena yang berkembang sebagai implikasi kehadiran internet adalah pesatnya pemanfaatan teknologi digital sebagai *platform* dakwah. Transmisi, diseminasi dan transformasi pesan-pesan keislaman tidak hanya mengandalkan media dakwah yang bersifat konvensional saja, akan tetapi penggunaan *new media* dalam berdakwah atau dikenal dengan dakwah *online*.

Dakwah *Online* adalah proses dakwah yang menyajikan materi dakwah melalui media digital. Kajian tulisan ini hanya terbatas pada penggunaan *facebook* sebagai media dakwah. Media dakwah merupakan salah satu unsur-unsur dakwah.

Sejalan dengan itu, dakwah sebagai *agen of change* dituntut untuk selalu tampil sebagai sebuah kebutuhan dan harapan mad'u dalam memberikan solusi terhadap persoalan yang dihadapi. Oleh karena itu dakwah harus senantiasa dikemas sedemikian rupa agar kiranya menjadi sebuah inovasi dalam mengikuti perkembangan zaman.

Sehubungan dengan itu, peneliti melakukan kajian tentang Dakwah *Online* pada masyarakat Perkotaan suatu kajian tentang kemanfaatan sebagai salah satu prinsip etika jurnalis Islam. Kajian kemanfaatan dalam konteks dakwah diarahkan pada sasaran dakwah/madu dengan menggunakan media sosial dalam mengakses materi dakwah dari dai. Seiring dengan munculnya *new media* di era digitalisasi menandai adanya perubahan dalam berbagai aktivitas dakwah. Rekayasa teknologi informasi dan komunikasi yang menciptakan berbagai *platform* pada media sosial turut mempengaruhi perkembangan dakwah. Salah satunya, hadirnya konstruksi dakwah baru yang dikenal dengan dakwah *online* yang terpusat pada penggunaan internet sebagai media dakwah.

Dakwah dalam konteks ini menggunakan *new media*. *New media* dengan pola kerja yang memperkenalkan sebuah ide, gagasan atau produk baru kepada mad'u agar

masyarakat dapat mengadopsi pesan dakwah dan kemudian mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga apa yang telah diadopsi oleh mad'u akan melahirkan suatu konstruksi pemahaman dan pengalaman agama yang berlandaskan AlQuran dan hadist.

Untuk menyikapi hal tersebut, maka rumusan masalah yang dikedepankan adalah

1. Bagaimana realitas sosial Masyarakat Perkotaan dalam memanfaatkan teknologi *digital* sebagai media dakwah? 2. Bagaimana tantangan Dakwah Online pada Masyarakat Perkotaan?

Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang realitas sosial masyarakat Perkotaan dalam memanfaatkan teknologi *digital* sebagai media dakwah. Selain itu juga bertujuan untuk mendeskripsikan tantangan dakwah *online* pada masyarakat Perkotaan.

Metode Penelitian

Berdasarkan masalah yang dibahas dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif,¹ dengan pendekatan ilmu komunikasi dan dakwah. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut: Pertama: Pengumpulan data melalui wawancara kepada Mad'u sebagai pengguna facebook pada *platform* media sosial. Selain itu, peneliti juga menggunakan data yang sifatnya sekunder dari buku-buku yang ada kaitannya dengan tema penelitian. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*),² sebagai langkah dalam menggunakan metode kualitatif, dan selanjutnya dirangkum dalam bentuk kesimpulan

A. PEMBAHASAN

1. Realitas sosial Masyarakat Perkotaan dalam memanfaatkan teknologi *digital* sebagai media dakwah

Perkembangan teknologi dan komunikasi memudahkan para dai berdakwah secara massif di masyarakat. Hal ini disebabkan hampir semua wilayah diperkotaan

¹Muhammad Gade Ismail, "*Penelitian Kualitatif*", *Jurnal*, (Banda Aceh: Kerjasama Pendidikan dan Kebudayaan Daerah Istimewa Aceh dan Universitas Syiah Kuala, 1993), h.1.

²**Content analysis** sebagai teknik dalam menganalisis data dijelaskan oleh Lexy J.Moleang, **Metode Penelitian Kualitatif**, terj, Tjun Surjaman (ed),(Jakarta:Gramedia, 1978), h.66.

memiliki fasilitas internet yang mudah diakses oleh mad'u, termasuk penggunaan media baru.

Teori media baru telah dikembangkan untuk menjelaskan perkembangan dibidang komunikasi, baik yang bersifat massal maupun antar pribadi. Kemajuan dalam bidang komunikasi disebabkan adanya bentukan teknologi baru beserta perangkatnya, sehingga diperlukan sebuah teori dan paradigma baru untuk menjelaskan perubahan perilaku manusia.

Media baru menurut Denis McQuail adalah media telematik, yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Perangkat media elektronik baru merupakan sekumpulan sistem yang saling berhubungan untuk membentuk suatu kesatuan fungsi-kinerja, meliputi sistem teknologi, sistem transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar yang dibuat dengan menggunakan teknologi komputer.³

McQuail orientasinya melihat adanya perbedaan antara media lama dengan media baru. Perbedaan dilihat pada aspek penggunaannya antara lain: melalui interaktif penggunaan media dengan rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan menggunakan media karena media yang digunakan sesuai dengan keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

Ciri utama media baru adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Ketika kita melakukan komunikasi secara tatap muka, kita cenderung lebih banyak menggunakan nada, suara, raut wajah, intonasi, jarak dsb. Namun dalam komunikasi online, kita kesulitan untuk menunjukkan tanda-tanda nonverbal tersebut.

Proses komunikasi pada penggunaan media baru memiliki kecepatan dalam menyajikan informasi, memiliki keterbukaan dan singkat. Media baru mengandaikan kehadiran pengguna yang tidak hanya dapat membuat konten multimedia sendiri, tetapi

³Denis MC.Quail, *Teori Komunikaai Massa McQuail*, (terjemahan Putri Iva Izzati) (buku 1), (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), h.145.

juga dapat mendistribusikannya dengan menggunakan program khusus, layanan, dan juga mengonsumsi teks dari pengguna lain.

Media baru memiliki konten digital yang ditempatkan pada *platform* dan layanan virtual (aplikasi, situs, web) yang tersedia untuk jutaan audiens. Misalnya Contoh penggunaan *Facebook* yang kini digunakan demikian massif. Melalui *facebook*, orang-orang berinteraksi dengan mudah, intensif dan murah. Pengguna dapat menukar informasi dalam bentuk visual, audio maupun audio visual. Mad'u sebagai Pengguna *facebook* juga dapat membuat kelompok virtual dalam berbagai latar belakang, motif, fungsi, relasi dan tujuan dalam dakwah *online*.

Penggunaan media baru bagi dai dituntut untuk menerapkan prinsip etika jurnalistik Islam, salah satu diantaranya adalah prinsip etika yang terkait dengan kemanfaatan. Etika jurnalistik merupakan seperangkat prinsip dan nilai yang mengarahkan dai dalam berdakwah. Etika jurnalistik Islam menekankan pada prinsip-prinsip moral dan spiritual yang sesuai dengan ajaran Islam. Salah satu prinsip yang penting dalam etika jurnalistik Islam adalah "kemanfaatan". Prinsip ini menekankan bahwa berita dan informasi yang disampaikan oleh dai dapat memberikan manfaat bagi mad'u. Manfaat yang dimaksudkan disini bukan hanya manfaat dari aspek material saja, akan tetapi juga manfaat secara spiritual, moral dan intelektual. Manfaat pesan dakwah bagi mad'u diantaranya dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan, membantu mad'u dalam mengambil sebuah keputusan, meningkatkan kesadaran Mad'u tentang berbagai isu serta mendorong perubahan sosial melalui dakwah *online*.

Dakwah online adalah proses yang dilakukan secara berkesinambungan yang melibatkan dai, mad'u, materi, metode dan media dakwah. Sejalan dengan perkembangan teknologi di era digitalisasi ini, maka unsur-unsur dakwah perlu penyesuaian dengan mengikuti perkembangan agar memudahkan mad'u dalam mengakses materi dakwah.

Berkembangnya Islam saat ini merupakan hasil dari aktifitas dakwah melalui penggunaan media baru baik secara visual, audio dan audio visual. Semuanya itu dapat tersampaikan melalui saluran dakwah *online*. Masyarakat Perkotaan sebagai obyek dakwah yang menggunakan media sosial dengan mudah dan tertarik menfilter pesan dakwah sesuai dengan kebutuhannya⁴

⁴Arya, pengguna *facebook*, Wawancara, Makassar, 02 Juni 2024.

Penggunaan media dakwah yang sesuai dengan harapan mad'u, sebagai upaya dai agar dakwah diterima oleh mad'u atas dasar keinginan dan kesadaran mad'u itu sendiri, bukan dengan paksaan. Untuk merubah pemahaman dan tingkah laku mad'u tentunya membutuhkan proses, pendekatan, metode, materi dan media dakwah yang disesuaikan dengan kondisi mad'u (**human oriented**) yang dijelaskan dalam surah QS An-Nahl ayat 125.⁵

Konteks *Bil Hikmah* dalam QS An Nahl ayat 125 menurut peneliti, bukan hanya terkait dengan metode dakwah, akan tetapi *bil hikmah* lebih luas dapat dipahami dalam konteks penggunaan media dakwah sebagai salah satu unsur dakwah. Artinya, dai dalam menggunakan media dakwah kepada mad'u disesuaikan dengan kondisi dan zamannya mad'u yang dihadapi. Salah satu contoh penggunaan media dakwah secara *bil hikmah* pada mad'u di era digital pada masyarakat perkotaan adalah berdakwah secara *Online*.

Dakwah yang memanfaatkan teknologi internet dikenal dengan istilah dakwah *online* atau dakwah digital⁶ *cyberdakwah* dan mediatisasi dakwah⁷. Kesemuanya ini digunakan untuk mendefinisikan aktifitas penyampaian pesan amar makruf nahi mungkar dengan memanfaatkan teknologi internet.⁸ Aktifitas dakwah *online* dilakukan melalui proses kreatif dalam mendesain pesan dakwah yang tidak hanya bersifat auditif saja, tetapi juga mengkombinasikan visualisasi pesan dakwah baik dalam bentuk gambar, image, foto, animasi, video, teks dan simbol.⁹

Dakwah Online semakin populer sebagai sebuah kajian sejak munculnya teknologi internet yang digunakan untuk mengemas konten-konten keislaman. Kemasan konten ini dilakukan secara kolektif yang melibatkan bukan hanya figur dai atau muballigh secara tunggal, tetapi juga melibatkan tim kreatif media meliputi *script writer*, *cameraman*, *editor*, *talent* dan sebagainya. Hal ini disebabkan karena dakwah dalam ruang lingup internet merupakan dakwah kolektif yang dilakukan untuk menjangkau

⁵Samsul Munir Amin, *Ilmu...*, h.108.

⁶Moch Fakhruroji, *Dakwah Diera Media Baru*, (Bandung: Simbiosas Rekatama Medai, 2017), h. 65.

⁷Rustandi R. *Cyberdakwah; Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah Islam*, Nalar: *Jurnal peradaban dan pemikiran Islam*, 3 (2), 2019, h.84-95.

⁸Rustandi R, *Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam system komunikasi dakwah Islam*, *Jurnal*, h. 95.

⁹Nasrullah R & Rustandi, R, *Meme dan Islam: Simulakra bahasa agama di media sosial*, ilmu dakwah: *Academic Journal For Homiletic studies*, h. 113.

berbagai obyek dakwah yang terhubung di internet. Contohnya dakwah ustadz Adi Hidayat pada penggunaan *facebook*.

Karakteristik utama dakwah diruang digital didasarkan pada *interconnectivity dan interactivity*. Internet merupakan *platform* teknologi yang bersifat *connected*, sehingga memudahkan interaksi dan aktifitas diantara penggunaanya. Interaksi yang terjalin bersifat *two-one communication* sehingga mendorong adanya partisipasi, demokratis, dan keterbukaan. Selain itu aktifitas berinternet berlangsung dalam waktu yang relatif cepat, biaya relatif murah dan daya jangkau yang relatif luas. Sehingga pelaksanaan dakwah dilakukan tidak hanya secara *face to face*, tetapi juga dengan format *mediated communication*.¹⁰

Pengaruh dakwah online signifikan dalam kehidupan mad'u. Dakwah dengan menggunakan internet sangat penting dengan alasan bahwa internet merupakan gudang informasi yang menghimpun berbagai konten dan dapat diakses oleh siapapun secara mudah. Dalam hal ini internet melalui media sosial memberikan kemudahan dalam layanan informasi yang berkaitan dengan konten keagamaan misalnya dakwah yang membahas tentang model pembelajaran kontekstual yang terpusat pada siswa ada di *facebook*.¹¹

Selain itu, dakwah online merupakan model dakwah masa depan. Hal ini didasarkan pada fakta peningkatan pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat. Teknologi internet dikemas melalui berbagai aplikasi, fitur, dan program yang menawarkan berbagai potensi sebagai metode pengembangan Dakwah Online. Dakwah melalui internet dapat dikatakan sebagai metode dakwah kontemporer yang memanfaatkan media baru ditengah modernitas, pluralitas, multikulturalitas dan heterogenitas masyarakat sebagai obyek dakwah. Oleh karena itu dalam konteks kekinian, realitas sosial masyarakat Perkotaan sebagai *user* dakwah *online* menggunakan *Facebook* untuk mendapatkan pesan-pesan dakwah dapat dilihat dalam beberapa contoh:

Pertama: dakwah digital melalui *facebook*. Dakwah *online* ini berbasis pada teks yang dikemas secara menarik dan atraktif. Tipologi dakwah ini menggunakan metode karya tulis. Kemasan dakwah melalui teks sering digunakan dengan cara membaca

¹⁰Faroqi Adam&Ismail Nanang, "Portal Mui Online: Optimalisasi Dakwah Islam memalui Internet (Studi Kasus Mui Kecamatan Ujung Berung), dalam ISTEK, *Jurnal* Vol.7 No.1. 1 juli 2013, h.1.

¹¹Nursia (60 tahun), pengguna *facebook*, *Wawancara*, Makassar, 02 Juni 2024.

informasi tentang bagaimana cara mendidik anak secara Islami, kiat jadi istri sholeha, dan sehat ala Rosul.¹²

Kedua, Dakwah digital melalui *reels facebook* dengan pesan dakwah yang disampaikan melalui audio visual baik dalam bentuk video, film, dan lain sebagainya. Ustadz AA Gym melalui Kemasan dakwahnya yang sangat arif dan bijaksana membuat mahasiswa terinspirasi dengan taktik dakwahnya yang terkesan memberikan motivasi dalam aspek proses menuntut ilmu dengan pendekatan manajemen qalburnya.¹³ Ustadz Adi Hidayat dalam ceramahnya pada kajian ayat-ayat alquran dan hadist nabi dikupas secara tuntas. Kesan dakwahnya disampaikan secara tegas dan tidak terlalu banyak muatan humornya.¹⁴ Dakwah bukan hanya dalam bentuk ceramah dan karya tulis, akan tetapi dakwah bisa dikemas dalam bentuk video kisah inspiratif sehingga mad'u tertarik dengan jalan menonton video kisah inspiratif tersebut melalui instagram.¹⁵

Ketiga, Dakwah *online* melalui *facebook* dengan tema dakwah yang membahas tentang Aqidah, fikih dan pola hidup di era modern. Dakwah ini digolongkan pada dakwah *bil Qalam*, sehingga untuk mengkomsumsi informasi mad'u menggunakan Indera penglihatan dengan cara membaca materi dakwah secara tertulis.¹⁶

Masyarakat Perkotaan merespon baik adanya *facebook* sebagai *platform* media sosial yang dijadikan sebagai media dakwah. Hal ini disebabkan karena penggunaanya sangat mudah dan terjangkau sehingga dapat diakses secara luas melalui *smartphone* dalam menyebarkan pesan dakwah disamping waktu yang digunakan sangat cepat. Hal yang terpenting adalah masyarakat sudah banyak yang menggunakan *smarphone* dan ketersediaan jaringan internet yang cukup memadai. Selain itu, penggunaan *facebook* sebagai media dakwah memiliki kekurangan karena tidak adanya pendampingan yang dilakukan oleh dai secara langsung kepada mad'u sehingga berpotensi melahirkan multi tafsir terhadap pesan dakwah yang ada di *facebook*.

2. Tantangan Dakwah Online Pada Masyarakat Perkotaan

¹²Erna (40 tahun), pengguna *facebook*, Wawancara, Makassar, 03 Juni 2024.

¹³Nurmiati (30 Tahun), pengguna *facebook*, Wawancara, Makassar, 02 juni 2024.

¹⁴Rahmat Muhajir (22 tahun), pengguna *facebook*, Wawancara, makassar, 02 Juni 2024.

¹⁵Sulaiha (50 Tahun), pengguna *facebook*, Wawancara, Makassar, 02 Juni 2024.

¹⁶ Arya (24 tahun), pengguna *facebook*, Wawancara, Makassar, 03 Juni 2024.

Dakwah *online* bukan hanya menyuguhkan pesan dakwah dengan segala potensi kemudahan dari perangkat internet sebagai media dakwah, tetapi juga dihadapkan pada tantangan dan ancaman digital yang seringkali terkontaminasi sakralitas atas pesan-pesan dakwah yang ditransmisikan. Dalam hal ini, tantangan digital dipandang sebagai implikasi teknologis, sosiologis dan psikologis, dalam proses interaksi diantara penggunanya. Salah satunya berkaitan dengan konten-konten media yang tidak sedikit menampilkan sisi negatifnya. Misalnya, pesan yang bernada *hoaks*, *hatespeech*, ejekan, pelecehan, dan penghinaan diantara para penggunanya. Sejalan dengan pendapat bapak Syaifuddin yang mengatakan bahwa, sebagai tokoh masyarakat sangat merespon antusias masyarakat untuk menggunakan *smartphone* dengan segala fitur yang dimiliki sebagai media dakwah, yang penting masyarakat mampu menyaring dan menelaah apa yang ditonton di media sosial karena maraknya berita *hoaks* yang harus diwaspadai.¹⁷

Problematika sosiologis yang muncul sebagai akibat perubahan struktur interaksi manusia menghadirkan permasalahan etika berinternet. Dengan kata lain, aspek moralitas dan etika pengguna internet perlu mendapat perhatian lebih dalam konteks pelaksanaan dakwah. Hal ini disebabkan karena teknologi internet menyebabkan adanya fenomena dehumanisasi digital. Super canggih secara teknologi, tetapi berakibat pudarnya empati dan bahkan hilangnya kesadaran kemanusiaan dari penggunanya. Sehingga pada titik inilah aktifitas dakwah digital seharusnya disertai dengan peningkatan kesadaran literasi bermedia, literasi digital, dan literasi dakwah yang mengatur secara komprehensif berbagai aktifitas mad'u dalam berbagai dimensi ruang dan waktu.

Dakwah *online* berkembang dengan pesatnya perkembangan perangkat teknologi digital yang mempengaruhi berbagai ruang lingkup aktifitas manusia. Ada beberapa aspek yang terkait dengan tantangan dakwah diruang virtual, antara lain: aspek *connection*, aspek *content*, aspek *context* dan aspek *contact*.¹⁸

Tantangan dakwah *online* dalam aspek *connection* berkaitan dengan keterampilan dan kesadaran dai saat terkoneksi dengan perangkat digital. Kecakapan digital (*digital skill*) yang melingkupi aspek *knowledge*, dan *skill*, baik secara fisik maupun psikis mempengaruhi proses dan aktifitas dakwah yang akan dilakukan. Tantangan ini misalnya

¹⁷Syaifuddin (61 Tahun), Tokoh masyarakat, *Wawancara*, Makassar, 02 Juni 2024.

¹⁸Ridwan Rustandi, Impelementasi Dakwah Digital Melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai, *Jurnal*, h.7.

dalam bentuk keterampilan dai dan mad'u dalam penggunaan *facebook* sebagai media dakwah.

Aspek *content* sebuah tantangan dakwah *online*. Tantangan ini berkaitan dengan pola pengemasan dakwah yang mampu menarik perhatian mad'u. Dai dihadapkan dengan pertarungan ideologi yang terbuka dan beragam. Tantangan dakwah dalam aspek ini berkaitan dengan upaya dai dalam menghadirkan semangat Islam yang *rahmatan lil alamin*, sehingga mampu membangun kontra narasi terhadap konten-konten media yang menyudutkan Islam seperti islamophobia dan terorisme. Tantangan dakwah dalam hal ini berkaitan dengan keterampilan konseptual (*concept*) dai dalam mendesain dan mendesiminasikan pesan dakwah yang inklusif.

Aspek *context* juga merupakan tantangan dakwah *online*. Tantangan ini berkaitan dengan kreatifitas dan inovasi dai dalam menghadirkan nilai dan semangat Islam diruang virtual. Para dai dituntut untuk mampu mendesain dan mengelola pesan dakwah yang mampu menyentuh dimensi rasionalitas mad'u yang biasa dikenal dengan istilah strategi rasional dalam dakwah. Disamping itu dai dituntut untuk mengemas pesan dakwah yang mampu menggugah emosionalitas atau hati dan jiwa mad'u. Dalam konteks dakwah dikenal dengan strategi tazkiyah.¹⁹ Melalui strategi ini mad'u tergerak hatinya dan tersentuh jiwanya untuk bertindak berdasarkan kontekstualisasi pesan yang disampaikan oleh dai melalui dakwah *online*.

Untuk aspek *contact*, tantangan dakwah berkaitan dengan aspek *attitude*, *emphaty*, dan kesadaran moralitas dai dalam memberikan keteladanan kepada mad'u. Dai harus mampu menampilkan sikap bersahaja dan menjadi panutan bagi mad'u. salah satunya berkaitan dengan kepribadian, karakter, dan pengendalian diri, dalam membangun interaksi dengan mad'u. Pada saat dai tampil, banyak yang menampilkan sikap paradoksal saat tampil didunia virtual dengan dunia nyata atau dai tidak memperhatikan kode etik dakwah yaitu tidak memisahkan antara ucapan dan perbuatan.²⁰ Dai dalam berdakwah tidak mampu memiliki secara komprehensif bakat dan keterampilan dalam hal mengarahkan mad' baik pembawaan (*biogenetic*), lingkungan (*sosio genetik*),

¹⁹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.351.

²⁰ Ali Mustafa Yakub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997), h. 223.

maupun agama (*theogenetic*) menjadi perilaku yang diinginkan oleh visi dakwah,²¹ sehingga mengakibatkan pesan dakwah yang disampaikan dai sebatas penyampaian pesan dakwah secara kognitif dan tidak mampu menyentuh perasaan dan kesadaran mad'u secara afektif.

Probematika dakwah *online* tersebut harus disikapi secara bijak. Perlunya menyiapkan dai yang memiliki kemampuan baik dari segi kompetensi substansi maupun metodologi. Untuk kompetensi substansi diperlukan kompetensi dai dengan memiliki kualifikasi keilmuan yang mumpuni, khazanah pengetahuan yang luas dan berwawasan. Sementara kompetensi metodologi dalam bentuk penguasaan teknologi sebagai media dakwah dan keterampilan untuk menggunakan media. Dengan kedua kompetensi ini merupakan ikhtiar untuk menopang dan menampilkan wajah Islam yang *rahmatan lil alamin* diruang virtual.

Dai harus memahami nilai, simbol, dan makna yang mewarnai pola hidup masyarakat sebagai obyek dakwah. Namun, dakwah *online* adalah dakwah yang berlangsung di dunia maya sehingga menyebabkan dai mengalami kesulitan dalam merubah alam pikiran masyarakat untuk memurnikan pelaksanaan syariat Islam. Dai kesulitan dalam hal mengevaluasi efek dakwah kepada mad'u karena sejatinya antara mad'u dengan dai hanya dipertemukan secara online di dunia maya. Hal Ini merupakan kelemahan dakwah dalam menghadapi masyarakat Perkotaan terhadap dakwah *online*. ***Indikator keberhasilan dakwah online ada dua, yaitu pertama, Kuantitas mad'u yang mengakses dakwah online, dan kedua kecepatan mad'u dalam mengakses pesan dakwah melalui dakwah online serta mad'u mampu mengaplikasikan pesan dakwah dalam kehidupan sehari hari sebagai konstruksi sikap mad'u.***

B. Kesimpulan

Masyarakat Perkotaan merespon baik adanya dakwah *online* pada kajian aspek kemanfaatan sebagai salah satu prinsip etika jurnalistik Islam. Kajian kemanfaatan yang dimaksudkan dalam tulisan ini difokuskan pada aplikasi *facebook* sebagai media dakwah di media sosial yang digunakan dai dalam menghadapi tipologi mad'u/masyarakat perkotaan. Dakwah *online* dapat diakses mad'u melalui penggunaan *smartphone* yang

²¹ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999), h.147.

terhubung dengan internet untuk mendapatkan materi dakwah sesuai kebutuhan mad'u. Disamping kelebihan Dakwah *Online* juga memiliki kekurangan diantaranya tidak adanya pendampingan kepada mad'u yang dilakukan oleh dai secara langsung sehingga menyebabkan penerimaan pesan dakwah tidak seutuhnya dipahami. Imbasnya adalah pemahaman terhadap materi dakwah melalui dakwah online berpotensi melahirkan pemahaman yang multi tafsir dari *mad'u*.

Pemanfaatan dakwah *online* sebagai media dakwah dalam menghadapi masyarakat perkotaan melalui aplikasi *facebook* di media sosial dihadapkan pada realitas dan tantangan dakwah yang beragam. Ada beberapa aspek yang terkait dengan tantangan Dakwah *Online*, antara lain: aspek *connection*, aspek *content*, dan aspek *contact*.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999.
- Adnan.R, Divusi Inovasi Bus Suroboyo, Tantangan Dan Peluangnya, *Jurnal Ilmiah Teknik Informasi dan Teknologi*.
- Ali Mustafa Yakub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- Denis MC.Quail, *Teori Komunikaai Massa McQuail*, (terjemahan Putri Iva Izzati) (buku 1), Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Faroqi Adam&Ismail Nanang, "Portal Mui Online: Optimalisasi Dakwah Islam memlalui Internet (Studi Kasus Mui Kecamatan Ujung Berung), dalam ISTEK, *Jurnal Vol.7 No.1*. 1 juli 2013.
- Lexy J.Moleang, **Metode Penelitian Kualitatif**, terj, Tjun Surjaman (ed), Jakarta:Gramedia, 1978.
- M. arifin, **Psikologi Dakwah Suatu Pengantar**, Jakarta: Bumi Akasara, 1994.
- Moch Fakhruroji, *Dakwah Diera Media Baru*, Bandung: Simbiosas Rekatama Medai, 2017.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta:Kencana, 2009.
- Muhammad Gade Ismail, "**Penelitian Kualitatif**", *Jurnal*, Banda Aceh: Kerjasama Pendidikan dan Kebudayaan Daerah Istimewa Aceh dan Universitas Syiah Kuala, 1993.
- Nasrullah R & Rustandi, R, Meme dan Islam: Simulakra bahasa agama di media sosial, ilmu dakwah: *Academic Journal For Homiletic studies*.
- Rustandi R, Impelementasi Dakwah Digital Melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai, *Jurnal*.
- Rustandi R. Cyberdakwah; Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah Islam, Nalar: *Jurnal peradaban dan pemikiran Islam*, 3 (2), 2019.
- Samsul Munir Amin, **Ilmu Dakwah**, Jakarta: Amzah, 2009.

Suharsono, **Pola Transformasi Islam Refleksi Atas Sistematika Nuzulnya Wahyu**,
Jakarta: Inisiasi press, 1999.

Toto Tasmara, **Komunikasi Dakwah**, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.

Uchjana Effendi, **Ilmu, Teori dan Falsafat Komunikasi**, Bandung: Citra Adiitya Bakti,
1993.