



At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i2.23468>

Vol. 10 No. 2 Tahun 2023 | Hal. 254-270

<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Dakwah Digital: Peluang dan Tantangan

Fauzi

Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen

fauzikalia@gmail.com

Abstract

DIGITAL DA'WAH: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES. This research focuses on how today's digital transformation is transforming da'wah activities. This research shows two objectives: 1) describe da'wah opportunities in the digital era and 2) describe da'wah activities in the digital era that face challenges. This research is qualitative research, which is a type of literature research. Data is collected through digital media, books, research reports, journals, and other literature related to Islamic da'wah to show opportunities and challenges. The validity of the data is tested by internal and external validity test techniques, reliability, and objectivity. Data analysis was also performed by analyzing the Miles and Huberman model of reduction, display and verifying. The results showed that the ease of getting da'wah messages anywhere and anytime is an opportunity for da'wah in the digital era. Another opportunity is the ease of building a da'wah community. The ability of preachers to package compelling messages is a challenge for da'wah in the modern era. Because the credibility and ability of the message conveyor is doubtful is the impact of information disclosure that affects the authenticity of the da'wah message. In addition, the spread of inappropriate and misleading da'wah content is the impact of easy access to information.

Keywords: Da'wah, Digital Age, Message

Abstrak

DAKWAH DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN. Penelitian ini berfokus pada bagaimana transformasi digital saat ini mengubah kegiatan dakwah. Penelitian ini menunjukkan dua tujuan: 1) menggambarkan peluang dakwah di era digital dan 2) menggambarkan kegiatan dakwah di era digital yang menghadapi tantangan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang merupakan jenis penelitian kepustakaan. Data dikumpulkan melalui media digital, buku, laporan penelitian, jurnal, dan literatur lainnya yang terkait dengan dakwah Islam untuk menunjukkan peluang dan tantangan. Keabsahan data diuji dengan teknik uji validitas internal dan eksternal, reliabilitas, dan objektivitas. Analisis data juga dilakukan dengan analisis model Miles dan Huberman yaitu reduksi, display dan memverifikasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan mendapatkan pesan dakwah di mana saja dan kapan saja adalah peluang dakwah di era digital. Peluang yang lain yaitu kemudahan untuk membangun komunitas dakwah. Kemampuan para da'i untuk mengemas pesan yang menarik merupakan tantangan bagi dakwah di era modern. Karena kredibilitas dan kemampuan penyampai pesan diragukan adalah dampak dari keterbukaan informasi yang memengaruhi otentitas pesan dakwah. Selain itu, menyebarnya konten dakwah yang tidak tepat dan menyesatkan merupakan dampak dari kemudahan akses informasi.

Kata Kunci: Dakwah, Era Digital, Pesan

A. Pendahuluan

Dakwah memiliki peran penting dan signifikan dalam memperbaiki kondisi yang lebih baik pada suatu masyarakat. Fokus utama dakwah adalah untuk mewujudkan umat Islam (manusia) yang lebih baik (Khoiruddin, 2012). Karena dakwah merupakan perintah Allah Swt kepada manusia sebagai upaya melakukan perubahan sosial untuk kepentingan manusia itu sendiri. Artinya setiap muslim memiliki kewajiban untuk melaksanakan dakwah sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Kewajiban ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 104 bahwa setiap muslim bertanggungjawab dalam memerintahkan kebaikan dan melarang kemungkaran. Hai ini menjadi tujuan utama yang harus didukung tinggi dalam menenamkan kalimat tauhid. Ini juga harus digunakan untuk membumikan nilai-nilai Ilahi dalam segala lini kehidupan manusia sesuai dengan perkembangan zaman.

Respon terhadap perkembangan zaman saat ini tidak dapat diabaikan begitu saja oleh para da'i, karena ini merupakan penentu berkembangnya syiar ajaran Islam. Kemampuan dalam membaca dan memahami perubahan ini menjadi indikasi untuk memahami perubahan dalam konteks sosio kultural keagamaan dan hubungannya dengan kemajuan yang sangat pesat dari era teknologi komunikasi. Kondisi ini

menuntut kegiatan dakwah direncanakan secara sistematis agar dapat hadir dengan berbagai dimensi dan tetap signifikan. Kemajuan teknologi yang begitu cepat di era digital saat ini merupakan peluang baru dalam metode dan media dakwah agar dapat diterima secara luas. Kehadiran internet merupakan peluang dan ruang yang harus dimanfaatkan kegiatan dakwah secara lebih efektif. Kemajuan teknologi ini memiliki karakteristik kreatif dan inovatif sehingga pemanfaatannya berpotensi sebagai memperluas kegiatan dakwah, memfasilitasi dan diversifikasi metode dakwah sehingga penyampaian dakwah lebih menarik (Paizin, 2021). Kemunculan internet sebagai media baru mendorong terjadinya proses transformasi dakwah.

Penyampaian pesan dakwah dalam skala yang lebih luas dan tidak terbatas dapat dilakukan melalui internet sebagai medianya. Kesenambungan kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan ruang-ruang digital sebagai bentuk inovasi dan kreatifitas para da'i. Perkembangan media secara bertahap mengarah pada fase pemutakhiran seperti saat ini yang dikenal dengan era disruptif. Era ini menunjukkan bahwa media baru kini menjadi penyambung dan respon terhadap kendala jarak dan waktu bagi massifnya kegiatan dakwah. Dalam merespon perkembangan teknologi tersebut, dakwah juga harus mengalami perkembangan. Dakwah dapat dilakukan dengan inovasi, kreasi dan inisiasi sehingga dakwah tetap eksis dan kontinu dan di terima oleh berbagai kalangan. Di era digital saat ini, dakwahcyber menjadi sebuah keniscayaan karena tingkat keterhubungan subyek dan obyek dakwah dengan dunia maya sangat tinggi (In'ami, 2017). Media digital memiliki kelebihan dalam meraih khalayak dengan jumlah yang banyak secara lebih cepat. Meskipun pada dasarnya, media berperan dan mempunyai fungsi serta karakter masing-masing (Bakti, Andi Faisal, 2014). Untuk memperkuat jaringan khalayak dalam menyebarkan syiar Islam dapat digunakan media digital yang saat ini beragam informasi dapat diakses dengan mudah, karena untuk menjangkau belahan dunia tentunya dakwah tidak cukup dilakukan dengan metode dan media konvensional.

Kehadiran internet memberikan kemudahan untuk mengakses segala informasi secara terbuka termasuk informasi yang berkaitan dengan kehidupan keagamaan. Salah satu medium yang banyak digunakan untuk menggali dan menjadi referensi ilmu keagamaan adalah internet sehingga minat untuk belajar ajaran islam semakin meningkat (Ummah, 2020). Berdasarkan riset platform manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi marketing sosial *We Are Social*, jumlah pengguna internet di

Indonesia tahun 2023 sebanyak 212,9 juta atau 77% dari total populasi. Penggunaan internet tersebut rata-rata menghabiskan waktu 7 jam, 42 menit (Hootsuite, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak karena internet menawarkan kebebasan dan kemudahan untuk mengakses informasi yang beragam. Dakwah digital berkembang dari dakwah konvensional karena kemajuan teknologi dan media ini. Aktivitas dakwah ini dapat ditemukan di ruang-ruang virtual di masyarakat global. Seseorang semakin mudah mendapatkan informasi religius atau dakwah, terlebih jika mereka memiliki akses internet. Kecanggihan teknologi digital ini menjadikan dakwah lebih optimal dalam menyebarkan pesan-pesan keIslaman.

Dakwah dan teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah dan meningkatkan efisiensi baik dari segi proses, biaya, dan waktu (Habibi, 2018). Teknologi digital memengaruhi kegiatan dakwah dari berbagai aspek yaitu sebagai media dakwah dan sebagai penentu keberhasilan dakwah atau *trendsetter*. Internet sebagai media baru yang keberadaannya memiliki tingkat koneksi dan interaksi yang tinggi berdampak pada kegiatan dakwah yang lebih berkembang dan terintegrasi. Penyebaran dakwah di media berbasis internet menunjukkan proses kebudayaan yang luas, yang mencakup ruang partisipasi dakwah yang terbuka. Sekarang, khalayak sebagai mad'u tidak hanya sebagai objek untuk mengonsumsi pesan dakwah. Akan tetapi, mad'u juga berperan sebagai subyek dalam memproduksi pesan keagamaan. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait dakwah digital menunjukkan bahwa **perkembangan teknologi informasi khususnya internet mengakibatkan terjadinya pergeseran dalam pelaksanaan dakwah. Penggunaan internet dalam kegiatan dakwah didasarkan atas pertimbangan efisiensi waktu yang dapat diakses setiap saat jika dibandingkan dakwah secara tatap muka. Selain itu, pengguna internet jumlahnya semakin meningkat yang dapat dimanfaatkan sebagai target dakwah (Arifuddin, 2020).**

Era digital tidak terlepas dari internet sehingga kegiatan dakwah juga harus menggunakan media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, email, podcast, dan lain-lain. Penggunaan media cyber tersebut harus diselaraskan dengan pengemasan pesan dakwah yang menarik. Realitas ini memberikan pemahaman bahwa keberadaan internet sebagai media dakwah merupakan sebuah kebutuhan. Dalam penelitian lain dijelaskan bahwa penyebaran ajaran Islam melalui internet sebagai media baru yang disebut dengan cyberdakwah merupakan salah satu cara untuk menarasikan konten

Islam. Cyberdakwah adalah jenis dakwah digital yang memengaruhi keberlangsungan dakwah Islam di era globalisasi. Oleh karena itu, *cyberdakwah* menjadi metode modern untuk menyebarkan risalah Islam di era digital (Rustandi, 2020).

Kegiatan dakwah menggunakan internet atau dakwah digital sebagai realitas saat ini menunjukkan suatu paradigma baru dalam keberhasilan dakwah. Keberhasilan pesan-pesan dakwah dapat diterima secara optimal oleh mad'u saat ini tidak hanya ditentukan oleh da'i sebagai faktor utama. Saat ini, mad'u aktif dalam memproduksi dan mendistribusikan pesan dakwah tidak lagi pasif sebagai penerima saja. Artinya, mad'u memiliki kemampuan untuk menghasilkan pesan dakwah dari apa yang mereka pelajari dan kemudian menyebarkannya. Media dianggap sebagai kekuatan yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan pesan atau ide keagamaan melalui sarana atau saluran tertentu. Apalagi sasaran dakwah adalah mad'u yang berasal dari generasi digital atau milenial yang sangat mahir dalam menggunakan teknologi canggih. Latar belakang masalah tersebut menjadi dasar penelitian tertarik untuk mengkaji peluang dan tantangan dari kegiatan dakwah secara digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis peristiwa, aktivitas sosial, fenomena, kepercayaan, sikap dan persepsi baik individu maupun kelompok. Deskripsi tersebut dipakai untuk menemukan penjelasan dan prinsip-prinsip yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan atau *library research* yaitu jenis penelitian yang mengumpulkan data dengan meninjau literatur, buku, dan laporan yang relevan. Sedangkan identifikasi teori, pencarian literatur, dan analisis dokumen yang berisi informasi tentang subjek penelitian adalah langkah-langkah umum dalam studi kepustakaan (Nazir, 2011, p. 27). Tahap-tahap dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan bahan-bahan penelitian yang bersumber dari jurnal, laporan penelitian, buku dan literatur ilmiah lainnya terkait media digital dan dakwah. Kemudian membaca bahan kepustakaan untuk menggali dan menemukan ide-ide baru terkait topik penelitian. (Zed, 2018, p. 3).

B. Pembahasan

1. Peluang Dakwah di Era Digital

Selama era digital, kehadiran internet sebagai media baru mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi. Istilah "media baru" mengacu pada berbagai perangkat teknologi komunikasi yang terkait dengan digitalisasi. Karakter utamanya adalah keterhubungan dengan akses yang luas, dapat mengirim dan menerima pesan secara interaktif, dapat diakses dan terbuka kapan saja dan di mana saja (McQuail, 2011, p. 43). Model komunikasi dengan media baru ini berfokus pada banyak komunikator ke banyak komunikan atau *many to many communication*, tidak lagi pada satu komunikator ke banyak komunikan atau *one to many communication*. Bagian terpenting dari media baru ini adalah internet dan sebagai ruang artifisial, tentunya internet memberikan keuntungan bagi interaksi manusia dalam kehidupannya. Pada era komputer dan internet saat ini, sistem informasi berjejaring yang efektif dan berkelanjutan diperlukan untuk pertukaran ide, pesan, dan konsep. Media baru lebih mudah diakses oleh semua orang, yang merupakan perbedaan utama antara media konvensional dan media baru. Respon atau umpan balik interaktif yang diciptakan melalui penggunaan medium ini adalah karakter utamanya.

Media baru dapat membantu menjembatani perbedaan kerangka referensi dengan mengurangi ambiguitas dan memberikan isyarat-isyarat yang lebih peka dan personal. Perbedaan lain dilihat dari pengendalian isi oleh pengguna dan sikap independen terhadap sumber, dapat digunakan sebagai hiburan, bersifat unik dan personal, dan penggunaan media atas konten yang dipilih (Ardianto, 2014, p. 14) Sebagai agama yang memiliki fondasi kuat, Islam juga harus mempertimbangkan hal ini. Dalam era modern, dakwah dapat menggunakan teknologi internet untuk menunjukkan dan menampilkan ajaran Islam. Internet telah berkembang menjadi sarana alternatif untuk menyebarkan dakwah sehingga nilai-nilai sakral ajaran Islam dapat disampaikan dengan efektif. Selain itu, internet telah menjadi tempat di mana seseorang dapat menemukan jawaban atas pertanyaan keagamaan mereka. Fenomena yang terjadi memberikan penjelasan tentang bagaimana generasi muda Muslim mengetahui tentang hijrah. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah online dapat meningkatkan 72% keinginan milenial muslim perkotaan untuk hijrah. Terlepas dari fakta bahwa media sosial belum sepenuhnya digunakan sebagai alat dakwah (Nugraha, Risris Hari, Muhamad Parhan, 2020). Generasi milenial yang terbiasa dengan media digital telah menggunakan media sosial dan sumber informasi online sebagai alat untuk mempelajari tentang Islam. Para da'i juga dapat menggunakan media sosial dan fitur-fitur ini dalam bentuk aplikasi untuk mendakwahkan ajaran Islam.

Penggunaan internet secara luas dalam kegiatan dakwah saat ini berdampak pada dakwah digital telah menjadi tren dan kebutuhan. Kelebihan internet sebagai media dakwah adalah kemampuan untuk menembus ruang dan waktu dengan harga yang relatif murah. Dakwah sekarang dapat mencapai lebih banyak sasaran secara global berkat era digital. Selain itu, para da'i dapat menyebarkan dakwah dengan lebih cepat dan luas berkat kemudahan mengakses informasi melalui berbagai aplikasi berbasis teknologi, seperti platform media sosial, situs web, dan lainnya. Sesuai dengan penjelasan teori komunikasi massa yang menyebutkan bagaimana media massa dapat menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas (Iwan, 2021). Sebab khalayak dapat memilih materi dan da'i yang mereka sukai, platform media sosial banyak digunakan sebagai media dakwah. Konten dakwah yang menarik, interaktif, dan mudah diakses melalui berbagai platform digital mendorong minat dan partisipasi mad'u. Dengan menggunakan media internet, dakwah dapat bersifat inklusif dan menjangkau lapisan masyarakat yang beragam. Sebab kemampuannya untuk melampaui batas waktu dan ruang, dakwah melalui internet dianggap sangat potensial dan efektif.

Peningkatan pengguna internet berdampak juga pada jumlah sasaran dakwah, dan para da'i dapat fokus pada setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i (Rubawati, 2018). Sebab kemampuan untuk menjangkau populasi yang luas, dakwah melalui internet menjadi opsi yang menarik bagi masyarakat dan dianggap efektif. Munculnya akun media sosial, Al-Qur'an digital, maktabah syamilah, dan lainnya telah mempermudah akses ke informasi Islam di era digital saat ini. Muncul solusi baru untuk dakwah dengan teknologi modern, yang merupakan dinamika positif dalam kegiatan dakwah ini. Memanfaatkan internet sebagai media dakwah adalah cara untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman (Saefulloh, 2012). Keberhasilan dakwah salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan untuk menggunakan media dengan baik. Karena memiliki potensi untuk diikuti oleh orang-orang di seluruh dunia, kegiatan dakwah menjadi sangat massif dan progresif. Karena itu, dakwah digital menawarkan peluang yang sangat baik untuk keberlangsungan dakwah di era globalisasi karena memanfaatkan internet sebagai sarana yang sangat besar untuk menyebarkan Islam. Selain itu, metodenya substantif dan kontemporer.

Aktivitas seorang muslim yang begitu padat terkadang membatasi kesempatan untuk mengikuti dakwah secara langsung atau *face to face*. Oleh sebab itu, para da'i perlu menyiasati permasalahan ini sebagai peluang untuk berdakwah melalui media

internet seperti memanfaatkan media sosial youtube, facebook dan sebagainya. Kelebihan dakwah dengan menggunakan media ini yaitu pesan dakwah lebih cepat diterima mad'u dengan sifat heterogeny dimanapun karena tidak ada halangan jarak fisik. Target dakwah juga lebih umum dapat menjangkau semua lini masyarakat dan dakwah dapat berulang-ulang (Julis, 2018). Jadi, penggunaan internet sebagai media dakwah harus dikombinasikan dengan inovasi dan kreativitas para da'i. Tingkat signifikan dakwah melalui internet sangat besar dikarenakan beberapa hal yaitu:

1. Internet lebih mudah dan cepat diakses sehingga pencarian informasi keagamaan dapat dipenuhi.
2. Meningkatnya jumlah pengguna internet sebanding dengan kecanggihan berbagai fasilitas internet yang memiliki berbagai fitur. Da'I dapat menggunakan berbagai platform seperti Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya untuk menyebarkan pesan Islam dan menanggapi masalah saat ini.
3. Dakwah melalui internet sebagai alternatif pilihan dengan metode kontemporer dan beradaptasi dengan kehidupan modern (Arifuddin, 2020).

2. Tantangan Dakwah di Era Digital

Perkembangan teknologi saat ini secara bersamaan juga menghadirkan tantangan bagi para da'i. Dalam konteks ini, dakwah menghadapi dua tantangan. Pertama adalah tantangan keilmuan, di mana ilmu dakwah tampak stagnan dalam perkembangan keilmuannya, dan yang kedua adalah tantangan praksis dakwah. Karena media merupakan wahana hiburan yang tidak dapat dihindari, kemajuan teknologi dapat membantu para da'i menyampaikan pesan mereka dengan cara yang menarik dan menghibur. Namun, pada sisi lain, kemajuan teknologi ini berdampak negatif pada orientasi da'i yang semakin berkembang, yang mungkin menjadi bias (Ahmad, 2014). Pada awalnya, dakwah yang lebih berkaitan dengan ranah ibadah selalu dilandasi dengan motivasi ibadah juga. Namun, pergeseran metode dakwah melalui media sebagai hasil dari kemajuan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi da'i. Ini karena, seperti halnya selebriti, da'i mungkin juga dinilai dengan materi seperti selebriti.

Tantangan dakwah melalui ruang-ruang virtual adalah potensi terjadinya perluasan makna pesan. Pada awalnya ruang virtual menjadi media dakwah alternatif, berkemungkinan menjadi sarana dakwah yang tidak maksimal. Karena tidak sedikit dakwah digital ini hanya dijadikan ajang "AdSense" sehingga tujuan syiar ajaran Islam

dapat berubah menjadi ajang bisnis (Permadi, 2023). Konten-kontek dakwah pada platform digital saat ini lebih condong pada orientasi keuntungan. Sedangkan mad'u berpotensi dijadikan sebagai komoditas daripada sebagai subjek yang membutuhkan asupan spiritualitas. Pemanfaatan internet sebagai media dakwah tidak dapat menghindari bias terhadap ajaran Islam, sehingga bercampur aspek ajaran Islam dengan informasi yang tidak benar. Hal ini menyebabkan makna ajaran Islam menjadi lebih bias dan identitas simboliknya hilang. Selain itu dampak yang muncul dari penggunaan internet sebagai media dakwah adalah perdebatan terkait otoritas keagamaan. Karena konstruksi identitas di internet begitu bebas dan terbuka. Ini terjadi karena memang karakter internet yang terbuka sehingga siapapun boleh saja merepresentasikan wajah identitasnya dalam ruang maya.

Keterbukaan akses internet tersebut tanpa disadari dapat berdampak pada krisis bagi otoritas dan otentisitas kebenaran ajaran Islam itu sendiri. Tidak jelas siapa yang mengelola situs web Islam, apakah itu ulama atau hanya pendukung yang ingin menampilkan konten Islam (Fakhruroji, 2017). Tantangan ini muncul bersamaan dengan konsep identitas, yang memungkinkan pengelola memiliki pemahaman yang salah tentang identitas dan makna. Kadang-kadang, pengelola situs dakwah Islam di internet diragukan kredibilitasnya dan tingkat pemahaman mereka tentang Islam. Sebelum era digital, kebenaran ajaran agama dipahami hanya milik orang-orang yang memang mumpuni dalam khazanah ilmu agama. Disamping itu, otoritas kebenaran juga dimiliki oleh mereka yang dipandang saleh secara individu dan sosial. Dasar inilah yang menjadi pijakan dalam berdakwah yang mengharuskan da'i dengan kriteria memiliki akhlak mulia dan kemampuan menguasai berbagai disiplin ilmu.

Hal ini sejalan dengan pandangan teori komunikasi yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan maksimal apabila pesan disampaikan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas dan kepribadian yang menarik (Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss, 2012). Proses penjagaan secara substansi tidak ada menyebabkan terjadi pembauran dan kekaburan makna ajaran Islam merupakan tantangan lain bagi dakwah di era digital. Karena tidak ada batas, sulit untuk membedakan antara hal-hal sakral dan profan. Selain itu, budaya kritis, literasi, dan autentik tentang ajaran Islam pengguna internet terkadang sulit dijaga dan dipelihara. Akibatnya, mereka hanya akan menyerap informasi yang diberikan oleh internet (Rustandi, 2020). Penyebaran konten yang melanggar ajaran Islam dengan mudah terjadi di platform digital, mengaburkan

pesan dakwah yang sebenarnya. Tantangan dakwah di era digital kepada generasi milenial memerlukan strategi khusus yang sesuai karakteristik mereka. Selain itu, pembelajaran agama melalui materi singkat di media sosial saat ini meningkat. Akan tetapi apa yang disebarakan melalui media sosial terkadang tidak sesuai dengan ajaran Islam dikarenakan hanya untuk meraih popularitas sehingga mengabaikan substansinya.

Hal ini juga menunjukkan permasalahan yang terjadi di dunia maya yang terbuka sehingga kriteria penentu kualitas da'i tidak ada lagi batas atau semakin hilang. Saat ini siapa saja dapat menyampaikan gagasannya. Artinya, pemilik otoritas tidak lagi dilihat dari stabilitas keilmuannya, akan tetapi lebih kepada ukuran masa atau *followers* yang dimilikinya. Inilah yang diistilahkan dengan matinya kepakaran (*death of expertise*) yang dimaknai sebagai serangan terhadap kemapanan pengetahuan seorang pakar karena semakin luas keterbukaan informasi (Nichols, 2017). Istilah ini merupakan kritikan terhadap masyarakat modern yang merasa pandai meskipun pola pikirnya kurang luas sehingga tidak membutuhkan lagi informasi dari ahlinya. Di era digital ini, pemahaman tentang pakar dan masyarakat awam mulai kehilangan batas. Masyarakat awam bisa menyampaikan pandangan seperti seorang pakar hanya dengan melihat pengaruh pengikutnya. Fenomena ini menjadi tantangan dakwah di era digital. Meskipun di satu sisi kehadiran teknologi digital dapat mempermudah tersebarnya pesan-pesan keIslaman, akan tetapi di sisi lain dapat membawa perubahan terhadap otoritas kebenaran. Anehnya, justru banyak orang yang mengikuti pemahaman yang tidak jelas kebenaran tersebut tanpa proses penelusuran (Setia, Paelani, 2021). Lebih aneh lagi dengan kehadiran da'i dadakan yang masih dipertanyakan pengetahuan keagamaannya justru menghalangi gerak da'i tradisional.

Kondisi ini berdampak terjadinya kekacauan perspektif tentang ajaran Islam yang dengan mudah menerima informasi tanpa mengkritisi sumbernya. Akibatnya, masyarakat awam seringkali merendahkan kemampuan intelektual dari seorang pakar dan sebaliknya lebih suka mengikuti orang yang viral. Ajaran Islam telah memberikan rambu-rambu yang jelas terkait etika menerima informasi. Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 12 memberikan peringatan kepada umat Islam untuk selalu mengafirmasi setiap informasi yang diterima. Kandungan ayat tersebut berkaitan dengan situasi sekarang di era transformasi digital. Kemampuan intelektual seorang pakar sebagai sebuah keniscayaan untuk mendapatkan pengetahuan yang lurus. Maka, agar tidak terjerumus

dalam kondisi kebohongan informasi harus dipertimbangkan kredibilitas sumber tersebut. Kualitas kemampuan memahami kebenaran suatu informasi harus ada mendampingi keterbukaan informasi sekarang ini (Hayatunnisa, 2021). Sebab, digitalisasi yang ditandai dengan perubahan globalisasi berdampak pada semakin terbukanya ruang publik, sehingga siapa saja dapat memberikan dan menerima informasi.

Keterbukaan ini di satu sisi bermanfaat bagi kemudahan penyebaran ajaran agama Islam sebagai sebuah pesan yang harus tersampaikan. Namun, di lain sisi keterbukaan ini berpotensi mendegradasi otoritas ahli agama yang memiliki keilmuan mumpuni dalam menyampaikan ajaran agamanya (Wafa Ridwanulloh, 2023). Al-Qur'an menegaskan kembali dalam surat An-Nahl ayat 43 yang mengingatkan umat Islam untuk menggali informasi kepada pakarnya. Dalam pandangan Al-Qur'an sangat penting kepakaran dalam menyebarkan informasi karena dalam Al-Qur'an dikatakan bahwa akal adalah anugerah Allah kepada manusia dan akal ini lah yang membedakan manusia dengan makhluk lain di bumi. Melalui akal ini, manusia memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang tidak diketahui dan membuatnya menjadi apa yang diketahui. Manfaat menggali informasi langsung dari pakarnya merupakan wujud untuk mengembalikan peran penting dari seorang pakar dalam mengembangkan keilmuannya. Selain itu juga untuk menghindari dari kesalahpahaman terhadap informasi yang disampaikan oleh orang tidak memiliki kompetensi. Dalam konteks dakwah di era digital, hal ini merupakan tantangan bagi da'i untuk menyampaikan pesan yang berasal dari sumber terpercaya.

Transformasi dakwah di era digital juga perlu ditunjang dengan memberikan pemahaman kepada mad'u bahwa meneguhkan peran pakar dalam mendapatkan informasi keagamaan adalah sangat penting. Maka, untuk mendapatkan sumber yang kredibel perlu melalui tahap-tahap penting mulai dari bertanya, menganalisis, mengolah informasi sampai pada tahap akhir menyebarkan informasi tersebut. Teknologi digital menawarkan banyak peluang untuk kegiatan dakwah. Teknologi digital juga memunculkan risiko informasi yang tidak sahih atau diragukan kebenarannya, bahaya radikalisme dan menyebarnya konten negatif. Peningkatan literasi digital pada masyarakat sangat diperlukan agar mereka dapat mengoptimalkan media digital untuk menyebarkan kebaikan dan kemaslahatan serta mencegah perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam (Wahyudi, 2021). Pedoman etika dakwah digital dibuat untuk

mencegah penyebaran konten dakwah yang salah atau menyesatkan. Tantangan besar dan serius dalam kegiatan dakwah digital adalah penyebaran konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam dengan mudah di berbagai platform digital. Selain itu, adanya kesenjangan digital di antara umat Islam.

Munculnya berbagai platform media sosial juga sering menyebabkan pesan dakwah terbagi-bagi dan kurang konsisten dalam penyampaiannya. Penggunaan teknologi digital dan media sosial juga dapat menyebabkan alienasi sosial dan perpecahan dalam komunitas. Artinya dakwah di era digital ini tantangan yang dihadapi semakin banyak karena perkembangan media yang sangat signifikan. Generasi milenial sekarang ini memandang bahwa internet dan media sosial adalah suatu sarana yang sangat penting maka penting adanya suatu panduan akhlak dalam menggunakan media digital. Perkembangan teknologi ini merubah kebiasaan generasi milenial menjadi sangat bergantung pada teknologi dan menghabiskan banyak waktu berinteraksi di media sosial. Maka menjadi tantangan dakwah digital untuk mengemas pesan yang sesuai dengan kondisi kekinian sehingga milenial tertarik untuk mengetahui pesan tersebut. Dalam hal ini penting kiranya upaya kolaboratif antara da'i dengan ahli teknologi informasi untuk menjawab tantangan tersebut sehingga dakwah dapat lebih relevan dan responsive terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, sangat penting bagi para da'i untuk mengubah metode dan media dakwah mereka agar sesuai dengan dinamika kehidupan. Generasi milenial sebagai sasaran dakwah saat ini, cenderung tidak konvensional dan selalu terhubung ke internet, sehingga mereka lama kelamaan meninggalkan dakwah konvensional. Dampaknya mulai muncul keengganan untuk mengakses sumber primer terkait ajaran Islam dan masalah filter kualitas da'inya.

Maraknya penggunaan teknologi digital dalam kegiatan dakwah tampak dari bermunculannya media keIslaman yang tersedia secara online. Para da'i harus mengantisipasi perubahan ini dengan cepat dan tepat. Situs web Islam semakin populer dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat. Dengan mempertimbangkan keanekaragaman dan pluralitas masyarakat Indonesia, masalahnya adalah meningkatkan dakwah Islam moderat. Islam moderat dipromosikan melalui berbagai platform media sosial. Karena generasi milenial sangat terhubung dengan internet, penggunaan media sosial dalam kegiatan dakwah sangat tepat (Campbell, 2005, pp. 309–315). Selain itu terjadi perubahan pola dan kecepatan penyebaran informasi, transformasi digital ini memengaruhi kehidupan masyarakat. Penyalahgunaan

teknologi digital dan media sosial yang mengakibatkan kerusakan moral juga merupakan tantangan bagi dakwah. Untuk itu, metode dan media yang digunakan untuk mendakwahkan masyarakat juga harus diubah.

Di era digital, perubahan ini semakin menantang untuk dakwah. Karena keadaan ini, da'i tidak hanya harus pandai berdakwah, tetapi juga harus dapat memahami sifat dan preferensi masyarakat. Da'i harus mampu menggunakan berbagai alat teknologi yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Mereka juga harus mampu mengembangkan strategi dan metode dakwah yang sesuai dengan perkembangan era digital. Tantangan dakwah di era digital diantaranya:

1. Kemampuan untuk menguasai teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam aplikasi maupun perangkatnya;
2. Memahami secara efektif kecenderungan dan karakteristik masyarakat yang mengalami perubahan sebagai akibat dari transformasi digital;
3. Mengoptimalkan penggunaan media dakwah baru berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang muncul di berbagai platform;
4. Mengembangkan strategi dan metode komunikasi yang efektif dan efisien di tengah transformasi digital yang mengubah tradisi dan kebudayaan masyarakat modern secara luas.
5. Dampak dari penggunaan berbagai media dakwah berbasis digital terhadap nilai-nilai dan praktik dakwah harus dipahami dengan cermat (Ridwan, 2022).

Dakwah menggunakan media digital merupakan jawaban dan fungsi untuk memberikan jawaban terhadap berbagai arus perubahan sosial. Karena itu meskipun dakwah menggunakan media digital sanga relevan dengan zaman, akan tetapi dakwah konvensional juga masih dibutuhkan (Abrori, Abrori, 2023). Pada mad'u-mad'u tertentu masih ada yang lebih suka mendengarkan dakwah secara langsung tatap muka karena selain dapat beremu langung jua dianggap mendapatkan berkah dari kehadiran langsung. Artinya, perlu dipahami bahwa transformasi digital yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi telah menyebabkan lalu lintas informasi menjadi lebih terbuka dan tidak terawasi, serta distribusi nilai tanpa filter dan perubahan lain yang semuanya berdampak pada budaya dan kehidupan masyarakat secara keseluruhan.

C. Simpulan

Peluang dakwah di era digital adalah memberikan kemudahan bagi para da'i dan mad'u. Platform digital menjadikan mad'u dapat mengikuti kegiatan dakwah secara cepat dimanapun dengan hanya berada di depan gadgetnya. Keterbukaan informasi di era digital memberi peluang pesan dakwah dapat diakses oleh semua orang dan rekam jejak digital tersebut dapat digunakan kapan saja. Selain itu juga peluang membentuk komunitas dakwah secara mudah dan meningkatkan popularitas para da'i.

Tantangan dakwah di era digital adalah para da'i harus mengemas pesan dakwah secara menarik dengan kreatifitas yang tinggi karena ciri generasi milineal ini adalah mudah bosan. Kreatifitas adalah *skill* penting bagi para da'i untuk menunjang konten dakwah yang diminati generasi milenial. Kemudahan akan akses informasi keagamaan berdampak pada otentisitas kebenaran ajaran Islam dan otoritas atau kepakaran orang yang menyampaikan pesan. Terkadang orang yang mengelola situs dakwah Islam di internet diragukan kapasitas dan kredibilitasnya tentang ajaran Islam. Kemudian karena tidak ada pengawasan secara substansi, maka terjadi pembauran dan kekaburan makna ajaran islam. Dampaknya akan sulit membedakan antara hal-hal sakral dan profan. Hal ini menimbulkan risiko penyebaran konten dakwah yang tidak tepat dan menyesatkan.

Daftar Pustaka

- Abrori, Abrori, M. S. A. (2023). Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat." *Jurnal Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(1), 29-40.
- Ahmad, N. (2014). Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik , Popularitas , dan Materi di Jalan Dakwah. *Addin*, 8(2), 319–344.
- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifuddin. (2020). "Dakwah through Internet: Challenges and opportunities for Islamic preachers in Indonesia." *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3(1), 161-188.

- Bakti, Andi Faisal, V. E. M. (2014). "Trendsetter komunikasi di era digital: tantangan dan peluang pendidikan komunikasi dan penyiaran Islam." *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 20-44.
- Campbell, H. (2005). Making space for religion in Internet studies.". *He Information Society*, 21(4), 309-315.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (1st ed.). Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Habibi, M. (2018). Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial.". *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12(1), 101-116.
- Hayatunnisa, F. (2021). *Tabayyun Menurut Para Mufasir (Studi Komparasi Tafsir Al-Ṭabarī Dan Tafsir Al-Munīr Terhadap Qs. Al-ḤujurĀt/49: 6)*. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Hootsuite, W. are S. (2023). Indonesian Digital Report 2023. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- In'ami, M. (2017). Penguatan Dakwahcyber dalam Menghadapi Era Digital. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(2), 80–99. <https://doi.org/https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3195>
- Iwan, A. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 84-95.
- Julis, S. (2018). Komunikasi Dakwah di Era Cyber. *An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam*, 42(2), 30–51.
- Khoiruddin. (2012). Aktualisasi Dakwah dalam Perspektif Transformasi Sosial". *Jurnal Al-Mishbah*, 8(1), 123–134.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nichols, T. (2017). *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why it Matters* (7th ed.). New York,: Oxford University Press.

- Nugraha, Risris Hari, Muhamad Parhan, A. A. (2020). "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(2), 175–194.
- Paizin, M. N. (2021). Potential of New Media as a Contemporary Method of Dakwah Zakat Towards Inviting the Community to Pay Zakat. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 219–234. <https://doi.org/https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/12342/pdf>
- Permadi, D. P. (2023). Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse.". *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(1), 95-112.
- Ridwan, A. (2022). Dakwah dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 74–84. Retrieved from <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2526>
- Rubawati, E. (2018). "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 126–142.
- Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- Saefullah, A. (2012). "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 138-160.
- Setia, Paelani, A. M. I. (2021). "Adaptasi media sosial oleh organisasi keagamaan di Indonesia: Studi kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel." *ISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(2), 359-378.
- Stewart L.Tubbs-Sylvia Moss. (2012). *Human Communication Prinsip - Prinsip dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ummah, A. H. (2020). DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Jurnal Tasamuh*, 18(1), 54–78. Retrieved from <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>

- Wafa Ridwanulloh, M. (2023). FENOMENA MATINYA KEPAKARAN: Tantangan Dakwah di Era Digital. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam*, 5(1), 121–127.
- Wahyudi, T. (2021). “Penguatan Literasi Digital Generasi Muda Muslim Dalam Kerangka Konsep Ulul Albab.” *Jurnal Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18(2), 161-178.
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan* (5th ed.). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.