

POLA DAKWAH DALAM ERA INFORMASI

Oleh: Abdul Karim Syeikh

ABSTRAK

Dengan tersedianya alat-alat teknologi informasi, seperti internet, e-mail, twitter, facebook, whatsapp, BBM, e-book, televisi digital dan lain-lain pada zaman sekarang, telah mengubah dunia menjadi sempit, karena setiap manusia bisa saling berkomunikasi dari belahan bumi yang satu dengan orang-orang yang berada di belahan bumi yang lain. Masa meluncurnya arus informasi dari suatu bangsa ke bangsa yang lain, melewati batas benua dan samudera, melalui alat-alat teknologi informasi yang sangat cepat itu disebut dengan era informasi.

Kehadiran alat-alat teknologi informasi yang telah menimbulkan era informasi dan globalisasi, disamping telah memberi dampak positif yang mampu membawa kemudahan-kemudahan dan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup umat manusia, juga telah menimbulkan efek negatif yang tidak dikehendaki yang dapat mengancam nilai-nilai agama, moral dan kehidupan manusia sendiri. Oleh karena itu, kehadiran alat-alat teknologi informasi di samping menjadi tantangan bagi pelaksanaan kegiatan dakwah, juga dapat menjadi peluang bagi penyelenggaraan aktivitas dakwah dalam era informasi ini. Berdasarkan asumsi tersebut, maka tulisan ini bertujuan untuk merumuskan pola dakwah dalam menghadapi problema masyarakat di era informasi sehingga proses dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan tantangan-tantangan yang muncul dapat diatasi secara bijaksana.

Ada beberapa kiat sebagai aktualisasi dari pola dakwah di era informasi yang ditawarkan dalam penulisan ini, di antaranya adalah makna *da'i* harus diperluas, tidak hanya terbatas pada apa yang disebut dengan *muballigh*, *teungku*, *ustadz* dan ulama yang tampil memberi ceramah, khutbah dan *taushiyah* keagamaan di tengah-tengah masyarakat, tetapi juga termasuk dalam makna *da'i*, seperti pekerja sosial yang muslim, dokter yang muslim dan konselor yang muslim, asalkan mereka ada usaha mengajak orang yang dihadapinya untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.

Pola dakwah selanjutnya yang perlu dipertimbangkan adalah agar materi dakwah dapat diperluas dan diaktualisasikan menjadi realitas kehidupan duniawi untuk menuju kehidupan ukhrawi yang abadi. Selanjutnya mengenai medan dakwah sebagai tempat beradanya mitra dakwah tidak hanya dipusatkan di mesjid-mesjid, mushalla, meunasah dan tempat-tempat pengajian, tapi perlu diperluas kepada objek dakwah yang berada di cafe-cafe, restoran, kantor pemerintah dan swasta, hotel, rumah sakit, lembaga

pemasyarakatan, stasiun kereta api, terminal bis dan terminal kapal udara dan di tempat-tempat yang lain. Dalam era informasi ini pendekatan dakwah tidak hanya dirasa cukup dengan menggunakan pendekatan konvensional, seperti yang biasa digunakan selama ini, tapi harus diperluas dengan penggunaan pendekatan multi-dimensional, meliputi pendekatan struktural, pendekatan kultural, pendekatan sentripetal, pendekatan amal, pendekatan ekonomi, pendekatan seni, pendekatan keilmuan serta menggunakan multi media.

KATA KUNCI : Pola Dakwah dan Era Informasi

A. Pendahuluan

Semua manusia yang hidup di zaman sekarang, termasuk umat Islam adalah berada dalam suatu era yang dinamai era informasi. Era dimana manusia bisa saling berkomunikasi dari belahan bumi yang satu ke belahan bumi yang lain dalam waktu yang sangat cepat. Era yang membuat pengiriman informasi jarak jauh melalui internet, e-mail, twitter, facebook, whatsapp, BBM, handphone, faximile dan cetak jarak jauh bukan lagi suatu khayalan, tetapi sudah menjadi kenyataan dan sudah dinikmati oleh hampir semua umat manusia.¹ Era yang telah mewujudkan program televisi digital dari suatu negara dapat ditonton secara serentak oleh jutaan, bahkan milyaran pemirsa di berbagai negara.

Arus informasi yang bergerak sangat cepat dari suatu bangsa ke bangsa yang lain, melewati batas benua dan samudera itu adalah karena kemajuan teknologi informasi. Berkat kemajuan teknologi informasi kita sekarang sudah berada dalam eraglobalisasi. Semua bidang kehidupan kita sekarang telah dilanda oleh proses mengglobalnya informasi.²

Keberadaan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang telah menimbulkan era informasi dan globalisasi tampaknya telah mengakibatkan timbulnya perubahan-perubahan yang sangat dahsyat dalam kehidupan umat manusia, termasuk dalam cara berfikir, bersikap dan bertindak laku. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi disamping mengandung nilai-nilai positif yang telah mampu membawa kemudahan-kemudahan dan kesejahteraan hidup umat manusia, juga telah menimbulkan efek samping yang tidak dikehendaki, yang kadang-kadang dapat mengancam nilai-nilai agama, moral dan kehidupan umat manusia sendiri.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi tersebut juga telah menimbulkan perubahan-perubahan sosial yang sangat dahsyat, dari masyarakat tradisional berubah menjadi masyarakat modern. Dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri dan dari masyarakat tertutup menjadi masyarakat terbuka, sehingga

1 Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 25-40.

2 TB Bachtiar Rifa'i, "Ilmu Teknologi Pembangunan dan Lingkungan : Problema Keseimbangan Menuju Kualitas Hidup," *Prisma*, Nomor 1, Tahun III, Februari 1974, Jakarta : LP3ES, hlm. 4 & 6.

menimbulkan problema sosial yang semakin kompleks di dalam kehidupan umat manusia.

Apabila kita sarikan perubahan-perubahan yang cukup mendasar sebagai akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi antara lain adalah terjadinya globalisasi, individualisasi, materialisasi, sekularisasi, demoralisasi, deislamisasi, prosetilisasi (pemurtadan), konsumerisasi dan hedonisasi.³

Problema kehidupan yang semakin rumit dan kompleks yang dihadapi umat manusia tersebut sebenarnya merupakan permasalahan dakwah yang harus dihadapi dan diatasi oleh para *da'i*. Sementara di pihak lain, aktivitas dakwah selama ini masih berpegang pada sistem konvensional yang berorientasi pada kebijakan dakwah yang bersifat *sentrifugal*, yakni metode dan pengolahan pesan dakwah ditentukan menurut selera pribadi *da'i*, kurang menyentuh dan memecahkan problema *mad'u* (objek dakwah). Dengan demikian, *da'i* sebagai pelaku dakwah dalam era informasi sekarang ini menghadapi tantangan dan intensitas perubahan zaman yang setiap kali memunculkan kajian baru, tetapi juga mengingat semakin beragamnya kebutuhan dan kepentingan manusia yang kini lebih kritis sebagai akibat dari keluasan informasi yang diterimanya. Untuk menghadapi problema tersebut tentunya para *da'i* perlu merumuskan dan melaksanakan kiat-kiat dakwah yang mampu menjawab tantangan-tantangan baru tersebut. Pertanyaan yang muncul sekarang adalah bagaimanakah poladakwah dalam menghadapi problema masyarakat di era informasi ini sehingga proses penyelenggaraan dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan tantangan-tantangan yang muncul dapat diatasi secara bijaksana?

Dalam rangka mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan ada baiknya terlebih dahulu dikemukakan paradigma dakwah dan hal ihwal informasi. Dengan memahami paradigma dakwah dan hal ihwal informasi akan memudahkan jalan untuk kita merumuskan pola dakwah yang lebih efektif dan konstruktif dalam menghadapi berbagai permasalahan umat manusia di era informasi.

B. Paradigma Dakwah

Pada hakekatnya dakwah adalah segala upaya orang Islam yang bersifat mengajak atau memotivasi umat manusia untuk menerima, merealisasikan dan mengaktualisasikan ajaran Islam dalam setiap aspek kehidupannya yang dilaksanakan secara teratur dan sungguh-sungguh dengan menggunakan media dan metode tertentu.⁴ Dakwah yang dimaksudkan adalah dakwah dalam dimensi kerisalahan dan dimensi kerahmatan. Dakwah dalam dimensi kerisalahan ialah usaha seseorang atau sekelompok muslim untuk meneruskan tugas Rasulullah Muhammad SAW menyampaikan dinul Islam kepada seluruh umat manusia agar mereka lebih mengetahui, memahami, menghayati (mengimani) dan mengamalkan ajaran Islam sebagai pandangan hidupnya. Dengan

3 Marwah Daud Ibrahim, *Teknologi, Emansipasi dan Transedensi (Wacana Peradaban Dengan Visi Islami)*, (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 190.

4 Bandingkan dengan Amarullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Prima Duta, 1983), hlm. 2.

pengetahuan, pemahaman, penghayatan dan pengamalan yang demikian, maka dakwah sebenarnya mengarah pada perubahan perilaku manusia pada tingkat individual maupun kelompok atau masyarakat ke arah perilaku yang semakin Islami.⁵ Dengan demikian, dakwah bermakna upaya menumbuhkan kesadaran dari dalam diri objek dakwah, yakni suatu kesadaran yang memungkinkan objek dakwah mempunyai persepsi, pemahaman dan kesadaran yang cukup sempurna tentang Islam sebagai sumber nilai dalam hidupnya, dan juga dapat menumbuhkan kekuatan dan kemauan dalam dirinya untuk menginternalisasikan, merealisasikan dan mengaktualisasikan nilai-nilai Islam tersebut dalam kehidupannya sehari-hari.

Dengan menggunakan paradigma dakwah dalam dimensi kerisalahan seperti tersebut di atas maka dakwah dapat dipandang sebagai proses komunikasi karena pada tingkat objek individual, kegiatan penyampaian pesan dakwah dari *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* (komunikan) melalui media dan metode tertentu, agar terjadi perubahan pada diri *mad'u* meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap dan tindakan individu yang menyangkut 'aqidah, ibadah, mu'amalah dan akhlak. Perubahan tersebut dimungkinkan oleh karena terjadinya perubahan nilai yang secara aktual dianut oleh seseorang *mad'u*.⁶

Dakwah juga dikatakan sebagai proses perubahan sosial karena perubahan nilai pada tingkat individu-individu dapat merambah ke tingkat masyarakat sebagai akibat interaksi sosial antar individu anggota masyarakat, baik sebagai objek maupun subjek dakwah. Dengan timbul pandangan tentang dakwah sebagai proses komunikasi dan proses perubahan sosial tersebut maka pola gerakan dakwah yang terfokus pada dakwah secara lisan menjadi tidak memadai lagi, apalagi bila aktivitas dakwah berhadapan dengan berbagai masalah dan tantangan sosial di era informasi sekarang ini.

Dakwah dalam dimensi kerahmatan ialah upaya menjadikan Islam sebagai sumber konsep bagi manusia dalam meniti kehidupannya di dunia ini sehingga Islam menjadi rahmat, yakni dapat mensejahterakan, membahagiakan dan memecahkan berbagai persoalan umat manusia. Dengan demikian, dakwah dalam dimensi kerahmatan menghendaki validitas dan aktualitas Islam sebagai sumber konsep untuk mengantisipasi permasalahan yang dihadapi umat manusia dan untuk mengembangkan sistem budaya yang islami.⁷ Dalam pengertian ini, pelaksanaan tugas dakwah berarti menunaikan tugas kekhalfahan di dunia ini, tentunya perealisasi tugas-tugas kekhalfahan tersebut harus sesuai dengan titah Allah sebagai Pencipta alam semesta ini.

Dengan melihat paradigma dakwah dalam dimensi kerahmatan akan mengantarkan kita kepada satu sasaran, yakni lapangan dakwah meliputi kawasan yang amat luas, seluas medan kehidupan umat manusia.⁸ Dengan demikian, maka pengertian *da'i* bukan saja *muballigh* dalam arti sempit, melainkan termasuk juga mereka yang tekun mengkaji

5 Ahmad Watik Pratiknya, *Islam dan Dakwah : Pergumulan Antara Nilai dan Realitas*, (Yogyakarta: PP Muhammadiyah Majlis Tabligh, 1988), hlm. 4.

6 *Ibid.*, hlm. 5.

7 *Ibid.*, hlm. 5-6

8 Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1986), hlm. 11-12.

dan menjabarkan nilai-nilai normatif Islam menjadi konsep-konsep operasional yang secara teknis mudah dijalankan dalam kehidupan masyarakat. Demikian pula terma *da'i* termasuk orang-orang sebagai pekerja sosial, para pembina dan penggerak masyarakat, konsultan muslim, para pengasuh/penyantun anak-anak yatim dan fakir miskin, para penulis, para pendidik dan siapa saja yang kegiatannya itu dalam rangka menerjemahkan ajaran Islam sebagai rahmat bagi umat manusia dan alam semesta.⁹

C. Ihwal Informasi

Informasi tidak mungkin terwujud tanpa aktivitas komunikasi. Membicarakan informasi berarti sekaligus kita membicarakan komunikasi. Jaringan komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat dapat dianalogikan dengan jaringan urat nadi dalam tubuh manusia. Oleh karena itu, komunikasi dan informasi merupakan komponen vital dalam kerangka pengembangan kehidupan manusia secara sehat dan wajar.

Proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka dinamakan dengan komunikasi.¹⁰ Penemuan alat-alat teknologi komunikasi yang selanjutnya menjadi media komunikasi atau saluran informasi menyebabkan dunia kini berada dalam suatu era, yaitu era informasi.

Salah satu jenis media komunikasi yang sangat berkaitan dengan tema yang dikemukakan di sini adalah media massa. Media massa adalah sarana untuk penyampaian informasi kepada khalayak. Sifat informasi melalui media massa ialah meluas dan serempak, artinya media massa itu dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan yang sangat luar biasa.¹¹ Oleh karena informasi melalui media massa itu bersifat meluas dan serempak, maka jangkauannya menjadi universal, mengenai segala hal, ruang, berbagai usia, jenis kelamin, suku bangsa dan berbagai tempat di seluruh dunia.

Menurut Onong Uchjana Effendi, sifat lain dari informasi melalui media massa adalah di samping bersifat sejenak (hanya untuk sajian seketika) juga memberi pengaruh yang cukup kuat terhadap kehidupan manusia. Pengaruh itu bisa berwujud positif dan bisa juga negatif tergantung pada pengelolaannya.¹²

Berdasarkan survey yang penulis lakukan pada akhir tahun 2014 di pemukiman penduduk sekitar kampus Darussalam didapatkan hasil bahwa pesan-pesan yang ditayangkan lewat media massa elektronika, apakah berbentuk film, iklan, hiburan atau atraksi lainnya memberi pengaruh besar kepada khalayak pemirsa, terutama para remaja. Media elektronik, terutama televisi dan internet dapat dikatakan menjadi agen terkemuka dalam menyebarkan nilai-nilai positif atau negatif bagi para pemirsa.

9 Ahmad Watik Pratiknya, *Op. Cit.*, hlm. 6.

10 Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 62.

11 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 126-127.

12 Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 1986), hlm. 155.

Dalam era sekarang ini apa yang disebut massifikasi informasi merupakan salah satu ciri yang paling menonjol. Yang dimaksudkan dengan massifikasi informasi ialah berbagai ragam jenis informasi bertebaran mendunia tanpa dapat dibendung lagi. Antena parabola dan televisi jaringan digital dapat menangkap bermacam-macam siaran televisi dari berbagai negara. Di samping itu, teknologi komputer yang ber-ISDN (*Integrated Service Digital Network*), internet, faximile, e-mail dan berbagai temuan teknologi komunikasi mutakhir juga menunjukkan betapa informasi itu telah mengalami massifikasi.¹³

Dengan massifikasi informasi di satu pihak telah memperkaya budaya dan wawasan khalayak pemirsa, tetapi di pihak lain juga bisa mendatangkan kerawanan-kerawanan moral, etika, aqidah dan nilai-nilai agama yang mereka anut. Kerawanan-kerawanan itu muncul karena tayangan atraksi-atraksi maksiat, kriminal dan adegan kekerasan kini juga sudah mengalami massifikasi informasi. Perjudian *online* dan tindakan-tindakan penipuan melalui SMS, BBM, facebook dan twitter adalah contoh-contoh tentang telah terjadinya peningkatan kualitas dan kuantitas yang ada hubungannya dengan massifikasi informasi dengan penggunaan alat-alat teknologi komunikasi mutakhir. Kemaksiatan yang berhubungan dengan *sex-hedony*, seperti *prostitusi online* dan apa yang diistilahkan dengan menjamurnya “ayam kampus” di beberapa daerah di Indonesia dan alat-alat apa yang dinamakan dengan *sex-industry* yang dijual bebas di kota-kota besar, menjadi bukti kuat bahwa telah terjadinya massifikasi informasi yang dapat diakses melalui internet, facebook, BBM, twitter dan televisi jaringan digital.¹⁴

Atas dasar indikasi-indikasi tersebut maka zaman sekarang ini disebut dengan era informasi. Era informasi ini ditandai dengan semakin banyaknya jumlah anggota masyarakat fungsional, yakni masyarakat yang masing-masing warganya sekedar menjalankan fungsinya dalam semua aspek kehidupan. Hubungan sosial terjadi hanya karena dilatarbelakangi oleh motif-motif kepentingan yang biasanya berkonotasi uang, materi atau jabatan. Dalam masyarakat yang seperti ini nilai agama, batas nilai halal dan haram kurang mendapat pertimbangan di kalangan mereka karena dianggap tidak fungsional, tidak menguntungkan dirinya secara material.¹⁵

Masyarakat era informasi cenderung menjadi masyarakat teknologis, yakni masyarakat yang semua urusan dan kegiatannya dikerjakan dengan menggunakan alat-alat teknologi mutakhir dengan tekniknya masing-masing yang cenderung sudah baku dan pekerjaannya dapat diselesaikan secara mudah dan cepat. Jika sebelum ditemukannya alat-alat teknologi mutakhir kakek dan nenek kita menggunakan alat yang sangat sederhana untuk menghitung, seperti jari tangan dan jari kaki, batu kerikil dan simpul-simpul pada tali untuk mencatat bilangan yang mereka gunakan dalam perhitungan. Selanjutnya ditemukan alat hitung yang masih dikategorikan yang agak lebih maju

13 Marwah Daud Ibrahim, *Op. Cit.*, hlm. 186.

14 *Ibid.*, hlm. 187.

15 PP Muhammadiyah Majelis Tabligh, *Gerak Dakwah Muhammadiyah Menatap Masa Depan*, (PP Muhammadiyah Majelis Tabligh, 1988), hlm. 29-30.

yang disebut sempoa (*abacus*), dan sampai sekarang sempoa masih digunakan dalam perhitungan cepat dalam kegiatan perdagangan, khususnya digunakan oleh pedagang Cina. Seiring dengan perkembangan kemajuan alat-alat teknologi modern manusia semakin banyak yang beralih ke digital, seperti kalkulator dan komputer untuk mendapat hasil perhitungan yang lebih cepat dan akurat. Dengan kalkulator atau komputer proses perkalian, penambahan, pembagian, pengurangan, atau fungsi *sinus*, *cosinus* dan *tangen* dapat dengan mudah dihitung oleh operatornya.¹⁶

Dengan keberadaan teknologi informasi, jaringan internet dan percepatan informasi membuat terjadinya pergeseran paradigma, terutama dalam dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan. Dalam era informasi, dengan bantuan alat-alat teknologi mutakhir proses belajar-mengajar antara dosen dan mahasiswa tidak perlu lagi dilakukan secara bertatap muka di dalam ruang kelas, tapi dosen cukup membuat materi kuliah yang dimasukkan ke dalam *website*, diskusi di *mailing list* dan *chatting*, sementara mahasiswa hanya mengakses *website* dosen bersangkutan. Demikian pula tugas-tugas yang dibuat oleh para mahasiswa dapat dikirim ke *e-mail* dosen dan si dosen setelah menelaah tugas-tugas mahasiswa tersebut dapat mengirim informasi perbaikannya kepada mahasiswa kembali melalui *e-mail*-nya pula.

Pada sisi yang paling ekstrem, dengan kehadiran internet apa yang dinamakan ilmu pengetahuan tidak terpusat lagi pada guru atau dosen, tidak diperlukan lagi adanya sekolah dan tidak diperlukan lagi perguruan tinggi. Ilmu pengetahuan bisa langsung diperoleh dari siapa pun melalui internet. Di sini komunikasi dan interaksi antara siswa dengan gurunya dan komunikasi tatap muka antara mahasiswa dengan dosennya tidak terjadi lagi. Dalam hal ini pola pengajaran yang selama telah dianut oleh lembaga pendidikan mendapatkan tantangan yang sangat besar dengan kehadiran teknologi informasi internet yang memberi ruang dan kemudahan bagi siswa dan mahasiswa untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dari berbagai sumber.

Era informasi juga ditandai dengan semakin berperannya teknologi informasi dalam setiap aspek kehidupan umat manusia, baik dalam kegiatan ekonomi, sosial, budaya, ideologi, politik, pendidikan maupun dalam kehidupan beragama. Berkembangnya penemuan-penemuan dalam bidang *hardware* dan *software* informasi dengan cepat serta penyebarannya yang kian menjangkau seluruh penjuru dunia merupakan ciri era informasi selanjutnya.¹⁷

Perkembangan penggunaan multimedia dalam menyebarkan informasi, disadari atau tidak disadari pasti memberi pengaruh terhadap tatanan hidup masyarakat, termasuk masyarakat Islam. Menyebarnya informasi dari waktu ke waktu yang menembus batas-batas negara, benua dan samudera mengakibatkan wawasan masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi di kawasan dunia mana pun menjadi sangat terbuka. Dengan terbukanya informasi yang dapat diakses secara bebas oleh masyarakat melalui teknologi

16 *Ibid.*, hlm. 30-31.

17 Marwah Daud Ibrahim, *Op. Cit.*, hlm. 186.

multimedia, baik secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh besar terhadap pergeseran nilai-nilai agama, budaya dan moral yang telah dianut oleh masyarakat sehingga timbulah persoalan-persoalan keagamaan dan moral dalam kehidupan masyarakat. Untuk menghadapi tantangan tersebut maka para *da'i*, ulama, ustadz dan cendekiawan muslim harus mengantisipasi dan membuat pola dakwah antisipatif, responsif, komunikatif, produktif dan aplikatif dengan memanfaatkan teknologi multimedia dan menggunakan pendekatan multi-dimensional sehingga berbagai persoalan yang muncul itu dapat teratasi dengan baik.

D. Kiat Pengefektifan Dakwah

Berhubung kiat pengefektifan dakwah yang hendak dikemukakan di sini berkaitan dengan era informasi, maka pertanyaan yang muncul sekarang adalah terfokus pada bagaimana mengelola informasi itu, bukan lagi pada bagaimana cara memperoleh informasi tersebut. Siapa pun orangnya dengan sangat mudah memperoleh informasi kapan pun dan dimana pun mereka berada, tetapi mereka mungkin merasa bingung bagaimana mengolah dan mengelola informasi tersebut. Jika mereka tidak jeli mengolah informasi, mereka bisa menjadi calon korban informasi dan pada gilirannya mereka terjerumus dalam suatu proses yang mencerminkan ketidakkritisannya untuk merespon lingkungan kehidupan mereka sendiri. Ketika mereka tidak memiliki rasa sensitifitas dan sikap kritisnya terhadap informasi yang mereka terima, pada akhirnya mereka larut dan termakan dengan pesona-pesona informasi yang merugikan diri mereka sendiri.

Dengan menggunakan konsep dakwah sebagai suatu proses pengkodisian agar objek dakwah menjadi lebih mengetahui, memahami, menghayati, mengimani dan mengamalkan Islam sebagai pandangan dan pedoman hidupnya, maka dakwah dapat dipandang sebagai proses komunikasi.¹⁸ Sebagaimana dalam kegiatan komunikasi, dalam kegiatan dakwah hendaknya disadari bahwa faktor kecanggihan media, sebagai imbas perkembangan teknologi komunikasi, bukan satu-satunya faktor yang menentukan sukses atau tidaknya kegiatan dakwah. Sebab, dalam setiap proses dakwah, setidaknya ada enam komponen yang harus diperhatikan, yaitu *da'i* (juru dakwah), *mad'u* (objek dakwah), isi pesan (materi dakwah), metode dakwah, media dakwah dan efek yang terjadi pada diri *mad'u*.¹⁹

Pertanyaan yang muncul sekarang adalah bagaimana cara meningkatkan efektifitas dakwah sehingga proses dakwah tersebut bisa mencapai tujuan yang diharapkan? Dalam pembahasan berikut penulis menawarkan beberapa pola pikir yang kemungkinan besar dapat dijadikan sebagai pola dakwah di era informasi.

Ada beberapa hal yang perlu kita perhatikan supaya dakwah di era informasi tetap relevan, responsif, efektif dan produktif, yaitu:

18 Ahmad Watik Pratiknya, *Op. Cit.*, hlm. 5.

19 Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Grafindo, 2000), hlm. 3.

1. Jika selama ini makna *da'i* dipahami dalam arti yang sangat sempit, disamakan dengan *muballigh*, maka sekarang makna *da'i* harus diperluas. Kalau selama ini kita cenderung menganggap *da'i* hanyalah mereka yang dapat disebut *ustadz*, *teungku*, ulama atau *muballigh* yang biasa tampil memberi ceramah, pidato atau khutbah di mesjid-mesjid, *meunasah-meunasah*, *mushalla-mushalla* dan di majlis-majlis ta'lim, maka makna *da'i* perlu diperluas sehingga semua orang yang mengakui sebagai muslim mempunyai tugas untuk menyebarluaskan ajaran Islam dan semua muslim harus berfungsi sebagai *da'i*. Seorang dokter yang menyadari kebesaran Allah SWT lewat penelitiannya tentang kesempurnaan struktur tubuh manusia dapat berdakwah dengan menyampaikan kesadarannya itu kepada para pasiennya. Para pekerja sosial yang dengan ikhlas memberi bimbingan kepada masyarakat supaya mereka dapat merubah kehidupan yang kurang baik menjadi kehidupan yang lebih baik yang berorientasi untuk mendapatkan ridha Allah SWT dapat disebut sebagai *da'i*.²⁰
2. Jika selama ini isi pesan (materi dakwah) agak terfokus pada persoalan-persoalan yang berkaitan dengan ibadah *mahdhah*, kini perlu diperluas mencakup segala aspek kehidupan umat manusia sebagai realisasi dari ajaran Islam yang bersifat *kaffah*. Dengan demikian, materi dakwah yang sumber utamanya adalah Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW harus dijadikan sebagai panduan utama serta didukung dengan hasil ijtihad ulama dan hasil temuan ilmu pengetahuan untuk menjelaskan dan memecahkan berbagai persoalan manusia dan peristiwa alam semesta sehingga ajaran Islam dapat dirasakan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia.
3. Di samping tidak mengenyampingkan penggunaan pendekatan interpersonal, semua jenis media massa, seperti radio, video, audio casset, televisi, surat kabar, internet dan lain-lain dapat digunakan sebagai media dakwah. Kondisi yang kondusif, perbuatan dan prestasi yang baik dalam satuan dan lingkungan kerja juga dapat dijadikan sebagai sarana dakwah.²¹
4. Lapangan dakwah sebagai tempat beradanya objek dakwah tidak hanya dipusatkan di mesjid-mesjid, mushalla, meunasah dan balai-balai pengajian, tetapi juga perlu diperluas kepada objek dakwah (warga masyarakat) yang berada di tempat-tempat lain, seperti di restoran, cafe-cafe, warung kopi, lembaga pemasyarakatan, pelabuhan laut, pelabuhan udara, stasion bis, stasion kereta api, terminal dan tempat-tempat lain dengan cara dan pendekatan yang berbeda-beda. Semua kelompok dan lapisan masyarakat harus terjangkau informasi dakwah, dengan materi dan media yang sesuai dengan tingkat

20 Ahmad Watik Pratiknya, *Op. Cit.*, hlm. 6.

21 Hamzah B. Uno dan Nina Lamatango, *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), hlm. 122-123.

pengetahuan mereka. Dengan kata lain, jaringan dakwah semenjak tingkat komunitas keluarga, komplek, dusun, gampong, kemukiman, kecamatan dan seterusnya sampai bertaraf nasional dan internasional perlu dibangun. Untuk ini tentunya memerlukan manajemen dakwah yang baik dengan penanganan yang profesional.

5. Evaluasi pelaksanaan dakwah sangat perlu diadakan oleh penyelenggara dakwah untuk mengetahui umpan balik daripada objek dakwah. Kepekaan penyelenggara dakwah dalam mendeteksi umpan balik akan membuat proses dakwah lebih efektif karena mereka dapat mencari dan menemukan model dakwah yang sesuai dengan kondisi *mad'u* setelah mereka melihat umpan balik dari *mad'u* tersebut.
6. Pemahaman tentang paradigma dakwah sebagai suatu pemahaman yang secara aktual terkait dengan kondisi masyarakat objek dakwah perlu dipikirkan dan dipertimbangkan oleh penyelenggara dakwah. Dalam hal ini diperlukan pergeseran orientasi dari medan dakwah yang bersifat konvensional yang bermakna sempit menjadi dakwah dalam segala aspek kehidupan. Dengan demikian, *tabligh* dalam bentuk ceramah dan khutbah bukan satu-satunya metode dakwah yang handal di era informasi sekarang ini, tetapi harus dijalin erat dengan metode kontekstual dan multi-dimensional, meliputi penggunaan pendekatan ekonomi, pendekatan kultural, pendekatan struktural, pendekatan seni, pendekatan politik, pendekatan ilmiah, pendekatan sosial kemanusiaan dan dialog intelektual.²²
7. Aktivitas dakwah harus dilakukan secara terus-menerus di setiap waktu dan di semua tempat. Pesan-pesan tentang ajaran Islam tidak hanya disampaikan melalui khutbah Jum'at, khutbah 'Idul Fithri dan 'Idul Adhha, pada peringatan Isra' Mi'raj, peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW, peringatan Nuzul al-Quran dan perayaan tahun baru Hijriyah, tetapi perlu diprogramkan setiap waktu dan kesempatan dengan menggunakan metode dan pendekatan yang berbeda-beda sesuai dengan masing-masing kondisi dimana *mad'u* (objek dakwah) itu berada.
8. Orientasi dakwah harus mengacu pada kegiatan internalisasi, sosialisasi dan pengaktualisasian ajaran Islam dengan menggunakan pendekatan yang dapat menggugah aspek rasionalitas ranah kognitif dan ranah afektif yang memungkinkan bertumbuhnya pemahaman objek dakwah terhadap pesan yang telah diterimanya menjadi sikap atau perilaku islami, yang selanjutnya tercermin dalam tingkah laku dan perbuatannya sehari-hari. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah sebaiknya disampaikan secara persuasif dan bersifat melayani, bukan dalam bentuk instruktif dan membebani, apalagi jika dalam

22 Ahmad Watik Pratiknya, *Op. Cit.*, hlm. 153.

bentuk mengancam.²³

9. Kelompok anak-anak dan para remaja harus dijadikan objek dakwah prioritas utama karena mereka merupakan generasi penerus Islam dan menjadi asset dakwah yang tidak ternilai harganya dalam menyongsong masa depan Islam.
10. Tema dakwah di era informasi ini juga perlu diangkat tentang kecintaan kepada sesama manusia karena pada prinsipnya semua manusia adalah bersaudara, sama-sama berasal dari satu pasang nenek-moyang, yaitu Adam dan Hawa. Oleh karena ada ikatan persaudaraan sesama manusia itulah maka sesama manusia, tanpa melihat warna kulit, suku, etnis, bangsa dan status sosial, harus saling mengenal antara satu dengan yang lain. Pengenalan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk yang positif sehingga akan menimbulkan saling menghargai di antara sesama manusia. Pada akhirnya akan lahir rasa saling menghormati dan saling menghargai satu sama lain karena semua orang akan menyadari status kemanusiannya yang sejajar dengan manusia lainnya dan yang membedakan antara satu dengan yang lainnya adalah terletak pada tingkat keimanan dan ketakwaannya kepada Allah SWT.

E. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang telah dipaparkan di muka, maka dapat disimpulkan bahwa tantangan-tantangan dakwah yang muncul di era informasi dapat diantisipasi dan dihadapinya dengan jalan meningkatkan intensitas dan efektifitas kegiatan dakwah di tengah-tengah kehidupan umat manusia. Efektifitas kegiatan dakwah dapat terealisasi bila semua unsur terkait dalam proses dakwah mendapat perhatian yang seimbang. Kecanggihan media dan sarana yang digunakan belum bisa menjamin bahwa aktivitas dakwah dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Faktor manusia yang terlibat dalam proses kegiatan dakwah, seperti kredibilitas *da'i*, partisipasi *mad'u*, kesesuaian metode yang digunakan dan ketepatan materi yang disampaikan juga turut menentukan bagi keberhasilan kegiatan dakwah. Dengan mengembangkan pemahaman konseptual tentang makna dan hakekat dakwah yang secara aktual dikaitkan dengan kondisi masyarakat sasaran dakwah, maka membuat makna dan medan dakwah menjadi sangat luas sehingga metodologi dan pendekatan dakwah pun harus dirancang sesuai dengan pola hidup dan kondisi serta problema kehidupan masyarakat yang sedang menerima arus globalisasi. Dengan demikian, dakwah tidak hanya dilakukan dengan sistem konvensional, tetapi juga harus dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan multi-dimensional, mencakup pendekatan struktural, pendekatan kultural, pendekatan sentripetal, pendekatan ekonomi, pendekatan politik, pendekatan seni, pendekatan keilmuan, pendekatan teknologi dan humanis-psikologis.

23 Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 456-461.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Al-Alwuri, Adam, *Tarikh Al-Da'wah Ila Allah Bain Al-Ams Wa Al-Yawm*, Kairo: Maktabah Wahbah, 1988 M.
- Achmad, Amrullah (Editor), *Dakwah Islam dan Perobahan Sosial*, Yogyakarta: Prima Duta, 1983.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung : Remaja Karya, 1986.
- Ibrahim, Marwah Daud, *Teknologi, Emansipasi dan Transedensi: Wacana Peradaban-Dengan Visi Islam*, Bandung: Mizan, 1994.
- Majlis Tabligh, PP Muhammadiyah, *Gerak Dakwah Muhammadiyah Menatap Masa Depan*, Yogyakarta: PP Muhammadiyah Majlis Tabligh, 1988.
- Pratiknya, Ahmad Watik, *Islam dan Dakwah: Pergumulan Antara Nilai dan Realitas*, Yogyakarta: PP Muhammadiyah Majlis Tabligh, 1988.
- Shaleh, Abd. Rosyad, *Manajemen Da'wah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1986.
- Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, Yogyakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Suharto, Rivai Lintang, *Widyaswara Menapak di Era Digital*, Jakarta: PT Sarana Komunikasi Utama, 2007.
- Uno, Hamzah B dan Lamatenggo, Nina, *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo, 2000.