

TRANSFORMASI GAYA DAKWAH TRADISIONAL KE ERA DIGITALISASI

Siti Kris Fitriana Wahyu Lestari

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

E-mail:sitikrisfitrianawahyulestari@gmail.com

Lisa Zulia Mariska

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

E-mail:lisazuma2002@gmail.com

Abstract : *The traditional da'wah style is not the same as the da'wah style in the digitalization era. The traditional style used to be preaching at the assembly (majlis ta'lim), but now it has penetrated into the field of digital technology. Judging from the walisongo era, the style of traditional preaching that was carried out was to approach it through culture and the arts to support the success of Islamization. The traditional da'wah style emphasized more on the condition of society at that time, because in the past people were categorized as ordinary people (kejawen), namely people who still adhered to old beliefs. traditional clothes by combining Islamic elements. Not only did the cultural approach in the traditional era also use an artistic approach in the media for preaching, for example the art of wayang, gamelan, tembang, grebeg and sekaten. In contrast to the era of digitalization, from style to media used, it is growing rapidly. The preachers are more creative and prioritize quality in preaching. many da'i utilize internet technology in preaching so that the preachers prioritize popularity in the eyes of mad'u.*

Key Words : Da'wah, traditional, digitization.

Abstrak : *Gaya dakwah tradisional tidak sama halnya dengan gaya dakwah di era digitalisasi. Gaya tradisional yang dulunya dengan dakwah pada majelis (majlis ta'lim), tetapi sekarang sudah merambah sampai bidang teknologi digital. Di lihat dari zamanya walisongo, gaya dakwah tradisional yang dilakukan adalah dengan melakukan pendekatan melalui kebudayaan dan kesenian untuk menunjang keberhasilan islamisasi. Gaya dakwah tradisional lebih menekankan pada kondisi masyarakat saat itu, karena masyarakat zaman dahulu di kategorikan masyarakat yang awam (kejawen) yaitu masyarakat yang masih menganut kepercayaan lama. Bahkan selain itu gaya kostum yang dipakai bisa dikatakan unik karena mengenakan pakaian adat dengan menggabungkan unsur islami. Bukan hanya pendekatan kebudayaan di era tradisional juga menggunakan pendekatan kesenian dalam media untuk berdakwah , misalnya kesenian wayang, gamelan, tembang, grebeg dan sekaten. Berbeda dengan era digitalisasi dari gaya hingga media yang di gunakan semakin berkembang pesat. Para da'i lebih kreatif dan mengedepankan kwalitas dalam berdakwahnya. para da'i banyak yang memanfaatkan teknologi internet dalam berdakwah sehingga para da'i lebih mengedapnkan popularitas dimata para mad'u.*

Kata Kunci : Dakwah, tradisional, digitalisasi.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat menuntut dakwah islam terus memformulasi bentuknya yang tepat, dakwah merupakan bagian yang essensial dalam kehidupan seorang muslim dimana essensinya berada pada ajakan, dorongan, rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran islam dengan penuh kesadaran. Secara sunatullah komunitas manusia etnis dan daerah memiliki kekhasan dalam budaya. Dalam melakukan dakwah islam, corak budaya yang dimiliki komunitas tertentu dapat dijadikan sebagai media dakwah.

Dakwah senantiasa berkembang sesuai dengan ritme perkembangan zaman dan kebudayaan yang menyertainya. Karenanya, di satu sisi secara makro aktifitas dakwah harus berperan di dunia global, sekaligus mengendalikan dan mewarnainya, di sisi lain secara mikro ia juga harus tetap berpijak pada kepentingan lokal. Kedua sifat gerakan dakwah ini mesti berjalan secara sinergis dan kohesif untuk menghasilkan dakwah yang efektif dan efisien yang mampu memenuhi dua kepentingan sekaligus, yakni kepentingan lokal dan kepentingan global. Dalam kerangka pemikiran dakwah seperti inilah kemudian para pemikir dan pelaku dakwah melakukan perumusan berbagai model pengembangan dakwah melalui gerakan kebudayaan.

Dakwah dapat juga dimaknai dengan upaya menciptakan kondisi yang kondusif untuk terjadinya perubahan pemikiran, keyakinan, sikap dan perilaku yang lebih islami. Oleh karena itu, dakwah hendaklah dikemas dengan baik sehingga mampu menarik perhatian *mad'u*, misalnya dengan mengkompromikan nilai – nilai atau ajaran islam dengan nilai – nilai tradisi atau budaya lokal. Dalam konteks sekarang, pada pelaksanaanya, dakwah akan selalu berhadapan, bertemu, bersinggungan dengan budaya masyarakat di mana dakwah dilaksanakan. Oleh karena itu meskipun dakwah itu berhasil, namun hasil dakwah itu tetap akan di pengaruhi oleh budaya masyarakat.

Lalu masa digitalisasi atau seperti sekarang ini termasuk masa yang sangat istimewa dimana semua orang bisa mendapatkan dan mengerjakan sesuatu dengan sangat mudah. Mungkin zaman tradisional dulu atau zaman sebelum penemuan media elektronik ada, orang tersebut memerlukan berbagai kitab maupun referensi berupa buku. Sedangkan orang di era digitalisasi ini orang tinggal mencari sesuatu yang diinginkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang di perlukan akan langsung muncul dengan berbagai model pembahasan.

Era digitalisasi ini adalah puncak dimana semua masa yang serba ada , instan, dan banyak di nikmati oleh masyarakat. Seorang da'i (muballigh) juga bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui media – media yang ada seperti berdakwah dengan media televisi, youtube, instagram, radio, dan juga media tulisan. Realitas yang ada banyak sekali da'i yang sudah memanfaatkannya terutama dalam pertelevision dan peryoutubean. Terkadang juga terfikirkan ternyata tidak hanya artis saja yang ingin masuk televisi, bahkan para da'i dimana - mana pun juga banyak yang ingin masuk televisi. Bagus ketika bertujuan untuk menegakkan ajaran, dan syariatnya tetapi apakah itu saja kenyataannya. Di era

digitaslisasi ini mereka mendapatkan perilaku yang nyaman, rasa tentram karena fasilitas yang ada.

Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam majlis taklim di sebuah masjid atau mushola berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal – hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak. Mengingat tantangan dakwah era digitalisasi dan informasi, khususnya media memang tidak bisa dilepaskan dari wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias.

Semula, dakwah yang lebih banyak bersentuhan dengan ranah ibadah, selalu dilandasi dengan niat dan motivasi untuk beribadah pula, yakni dilaksanakan dengan penuh suka cita, hati yang ikhlas dan hanya mengharap ridha Allah swt semata. Namun, dalam perkembangannya pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan bagi tersendiri bagi seorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seseorang da'i memperoleh popularitas dimata pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti (*publik figur*) dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan dakwahnya, sering dinilai dengan materi.

Dakwah bagi umat islam, sesungguhnya menjadi kewajiban yang menyeluruh. Setidaknya, umat islam yang dimaksud adalah yang termasuk dalam kategori (*mukallaf*) individu yang sudah bisa dikenai beban tanggung jawab dan (*mumayyiz*) individu yang telah mampu membedakan antara yang benar dan salah, serta antara baik dan buruk. Kewajiban dakwah islam ini ada yang bersifat individual secara pribadi dan masing masing ada yang berbentuk kolektif melalui kelompok, jamaah atau organisasi. Dengan demikian menjadi umat islam pada hakekatnya berkewajiban untuk berdakwah. Menjadi muslim bisa didentikkan sebagai da'i atau juru dakwah menurut proporsi dan kapasitas masing – masing. Dalam ruang lingkup kewajiban berdakwah yang luas itu, sebuah hadist mengatakan : “ mulailah kewajiban – kewajiban agama itu dari dirimu sendiri, baru kemudian kepada orang – orang di seputarmu.

Disamping itu Al qur'an juga menegaskan untuk memelihara diri dan keluarga dari api neraka Q.S at – Tahrim : 6. Namun dalam kehidupan bermasyarakat, kewajiban berdakwah kemudian diperankan oleh para pengembang risalah Nabi Muhammad SAW. Yakni para ulama, da'i, atau muballigh. Karena tuga menyampaikan risalah agama itu harus dilakukan secara tertib dan kontinu, sehingga memerlukan keahlian dan pemahaman keagamaan yang lebih baik, disamping ketentuan – ketentuan lain, sehingga tidak setiap orang islam mampu berdakwah. Persoalamnya, zaman terus berubah, sehingga pola dan metode berdakwah yang dilaksanakan para juru dakwah juga ikut berubah. Tidak terkecuali pola dan model dakwah yang dikembangkan para da'i di era digitalisasi komunikasi dan informasi seperti sekarang ini.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada tulisan ini menggunakan metode penelitian library research, oleh karena itu dari data yang didapatkan dituliskan secara deskriptif. Sumber primer dari perolehan data dalam tulisan ini didapatkan dari beberapa artikel, buku terdahulu seperti buku dari muhammad hasan “ metodologi pengembangan ilmu dakwah”. Dan Jurnal dari Ashadi cahyadi tentang “pengembangan dakwah melalui gerakan kebudayaan”, dan juga jurnal dari nur ahmad tentang “tantangan dakwah di era teknologi dan informasi”. Dan masih banyak lagi literatur yang dijadikan rujukan pada tulisan ini.

Penulis memilih judul jurnal transformasi gaya dakwah tradisional ke era digitalisasi karena penulis lebih ingin tahu bagaimana dakwah era tradisional atau bisa dikatakan era dakwah walisongo yang masih bersifat kejawen yang menggunakan pendekatan kebudayaan dan kesenian dalam berdakwahnya. Berbeda dengan era sekarang ini atau bisa juga dikatakan sebagai era digitalisasi era di mana banyak teknologi dan informasi yang sudah berkembang di berbagai negara di dunia.

Meski berbeda dari zaman tradisional dengan zaman digitalisasi, tidak menutup kemungkinan bahwa para da'i juga harus bisa menerapkan nilai – nilai dakwah islam yang telah di ajarkan walisongo di era tradisional tersebut, karena sudah jelas di sebutkan dalam sejarahnya bahwa dakwah walisongo di era tradisional di sebarkan dengan cara yang damai, dan mengikuti arus kebudayaan saat itu yang di rasa bisa untuk di terapkan dengan mengakulturasikan dengan kebudayaan dan media yang sudah berkembang di era digitalisasi ini.

C. ISI dan PEMBAHASAN

1. Eksistensi dakwah era tradisional

Dakwah merupakan istilah keagamaan yang sangat popular dikalangan masyarakat, yang memiliki nilai religi yang tinggi dari pandangan masyarakat yang ada di indonesia, namun istilah dakwah terkadang hanya di pandang sempit sehingga sebagian orang memunculkan presepsi atau pemikiran yang tidak sesuai. Maka perlu adanya penegasan mengenai arti dakwah baik dari segi etimologi atau terminologi.

Dari segi etimologi istilah dakwah berasal dari kosa kata bahasa Arab yakni memiliki arti seruan, panggilan dan ajakan.¹ Pengertian dakwah juga telah di jelaskan dalam Al Qur'an yang terdapat pada beberapa terjemahan ayat di bawah ini yaitu :

“yusuf berkata “wahai tuhanku , penjara lebih aku suka dari pada memenuhi ajakan mereka kepadaku”. (Q.S Yusuf 12 : 33)

“ Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga)”. (Q.S Yunus 10 :25)

Sedangkan para ahli juga memiliki pandangan mengenai pengertian dakwah dari segi terminologi, sebagai berikut :

- 1) Prof . Toha yahya Oemar, MA. Mendefinisikan istilah dakwah sebagai ajakan yang di tujuhan kepada umat manusia dengan cara yang bijaksana agar

¹ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : CV. Salsabila Putra Pratama, 2013), hal 8.

senantiasa berada pada jalan yang benar dengan mengikuti syariat – syariat Allah SWT. Yang bertujuan untuk mencapai kebahagiaan dan kemaslahatan umat di dunia hingga akhirat.²

- 2) Hamzah Yakub dakwah didefinisikan sebagai kegiatan mengajak umat manusia untuk mengikuti perintah dari Allah dan Rasul - Nya dengan kebijaksanaan.³
- 3) Syeikh Ali Makhfud dalam kitab *hidayatul mursyidin* menuliskan pengertian dakwah : “mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat”.
- 4) Syeikh Muhammad Khidr Husain dalam buku *Al Dakwah ila al ishlah* beliau menyebutkan bahwa dakwah adalah : “upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik untuk mengikuti jalan petunjuk dan melakukan amar ma’ruf nahi munkar dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dan kebahagiaan didunia dan akhirat”.⁴

Beberapa pengertian dakwah menurut para ulama’ dan para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan menyuarakan suatu ajaran Allah dengan mengajak, kepada syariat – syariat yang telah diajarkan oleh nabi Muhammad Saw. Yang di peroleh lewat wahu Allah Swt. Sampaikan perantara malaikat jibril. Dan bertujuan untuk memperoleh kebahagiaan dan keselamatan dunia maupun akhirat.

Dan perlu di garis bawahi bahwa eksistensi dakwah tradisional tidak jauh dari dakwah yang disyiaran oleh walisongo. Yang strategi dakwahnya menggunakan pendekatan kebudayaan dan kesenian. Istilah walisongo adalah sembilan wali meskipun sebenarnya jumlah dari wali songo tidak hanya sembilan. Wali yang berasal dari bahasa arab berarti orang yang dicintai atau mencintai, sedangkan songo yang merupakan istilah jawa memiliki arti sembilan.

Jadi walisongo secara etimologi memiliki arti sembilan orang yang di cintai atau mencintai Dalam Ensiklopedia islam walisongo diartikan sebagai sembilan wali yang memiliki kedekatan dengan Allah swt, diiringi dengan keistiqomahan dalam melaksanakan ibadah, menghabiskan waktu hidupnya untuk menyembah Allah swt.⁵

Di era tradisional ini sosialisasi masyarakat lebih banyak karena lebih mengandalkan pada gotong royong. Dan interaksi yang dilakukan pada saat itu jauh lebih terkesan dari pada era digitalisasi ini. Tidak jauh dari dakwah yang dilakukan walisongo dengan menggunakan pendekatan masyarakat melalui unsur kebudayaan serta kesenian yang ada.

Walisongo menerapkan strategi dakwah agar penyebaran islam dapat berjalan dengan lancar. Strategi yang dilakukan pada saat itu dengan melakukan pembagian wilayah dan pendekatan persuasif. Strategi pembagian wilayah bertujuan untuk memperhitungkan letak strategis dari suatu wilayah. Walisongo mempertimbangkan

² Toha Yahya Oemar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Wijaya 1976), Hal 1.

³ Ropangi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah*,(Malang : Madani 2016), hal 9.

⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana 2004), hal 4

⁵ Dewan Redaksi Ensiklopedia Islam, *Ensiklopedia Islam*, (Jakarta: Ictiar Baru Van Hoeve, 1994), hal

terlebih dahulu dalam menentukan daerah dakwahnya serta mempertimbangkan faktor geostrategi. Hal ini di tunjukkan dengan pemilihan daerah yang lebih strategis.⁶

Walisongo menggunakan strategi persuasif yang berorientasi pada penanaman ajaran islam dengan menyesuaikan kondisi saat itu. Contoh sunan ampel yang berdakwah kepada Adipati Aria Damar dari palembang bersedia masuk islam berkat keramahan dan kebijaksanaan sunan ampel. Wali songo juga melakukan pendekatan tersih rhadap tokoh yang memiliki pengaruh di suatu wilayah dan menghindari konflik. Walisongo menyediakan air bersih untuk memenuhi kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti materil dan spiritual. Wali songo menggunakan pendekatan melalui budayaan dan kesenian untuk menunjang keberhasilan islamisasi. Misalnya, sunan kalijogo dalam melakukan dakwah secara luwes karena masyarakat jawa saat itu masih menganut kepercayaan lama. Sunan kalijogo mendekatkan diri ke dalam masyarakat yang masih awam. Selain itu, sunan kalijogo mengenakan pakaian adat setiap hari dengan menggabungkan unsur islam.

Terdapat alasan sunan kalijogo menggunakan pakaian tersebut karena jika menggunakan jubah dikhawatirkan dapat menimbulkan rasa takut masyarakat dan merasa enggan untuk menerima kedadangannya. Salah satu hal yang dapat di katakan unik ketika sunan kalijaga merebut simpati masyarakat terlebih dahulu agar mau menerima agama islam. Selanjutnya, beliau menjelaskan kepada masyarakat mengenai agama islam dan menasehati untuk meninggalkan adat dan kebiasaan yang bertentangan dengan ajaran islam.

Akan tetapi, keudayaan dan kesenian yang sekiranya dapat di tanamkan unsur ajaran islam akan di pertahankan serta digunakan sebagai media dakwah oleh sunan kalijaga. Berbagai media yang digunakan sunan kalijogo di antaranya, gamelan , gendhing, tembang, wayang, grebeg, suluk, tata kota, selametan, kenduri, dan upacara trasdisional. Tidak hanya itu, sunan kalijaga juga menggunakan nama samaran, seperti “Ki Dalang” karena kemampuan beliau dalam mengajarkan islam kepada masyarakat melalui pertunjukan kebudayaan dan kesenian.

a. Wayang

Sunan kalijaga menyebarkan islam melalui pertunjukkan wayang yang sangat di gemari masyarakat pada era tradisional tersebut. Apabila ada masyarakat yang ingin mengadakan pertunjukkan wayang, maka sunan kalijaga tidak memungut uang melainkan cukup dengan membaca dua kalimat syahadat, dan menyebabkan islam berkembang dengan cepat. Di dalam perwayangan tersebut juga ada beberapa lakon yang berperan didalamnya yang hal itu menceritakan tentang kerajaan atau kehidupan masyarakat sehari – hari dengan diselusupi ajaran - ajaran islam.

Dalam menjadi dalang sunan kalijaga juga mengajarkan ajaran tasawuf saat memainkan lakon dalam perwayangannya. Penggunaan pertunjukkan wayang sebagai media dakwah penyebaran islam oleh sunan kalijaga. Hal tersebut menunjukkan keahlian beliau dalam memadukan unsur ajaran islam dengan unsur budaya masyarakat jawa. Oleh

⁶ Hmps.2021. *Dakwah Sunan Kalijaga menggunakan kebudayaan dan kesenian sebagai media islamisasi di jawa*. 04 Agustus .hmpsfis.student.uny.ac.id/2021/08/

karena itu, kebudayaan dan kesenian merupakan sesuatu yang tidak dapat di lepas dari masyarakat di era tradisional.

b. Gamelan

Gamelan digunakan sebagai media dakwah oleh sunan kalijaga ketika pertunjukan dan acara lainnya. Dalam pertunjukkan wayang, ketukkan gamelan sudah di gubah sunan kalijaga dalam agar iramanya sesuai dengan lakon yang akan dimainkan. Selain di gunakan dalam pertunjukkan wayang, gamelan juga digunakan untuk mengundang masyarakat agar datang ke masjid. Gamelan juga di gunakan saat acara grebeg dan sekaten yang bertujuan untuk mengundang banyak perhatian dari masyarakat.

c. Tembang

Selain menggunakan wayng dan gamelan walisongo juga menggunakan tembang – tembang yang merupakan kebudayaan dan kesenian dari masyarakat jawa. Tembang tersebut juga memiliki arti seperti di perintahkan sholat . dan do'a yang di panjatkan bertujuan agar senantiasa di hindarkan hal hal yang negatif. Contohnya , juga ada tembang gundul pacul yang menggambarkan keagungan ajaran islam dan mengandung nasihat – nasihat kehidupan.

d. Grebeg dan sekaten

Grebeg dan sekaten termasuk sudah ada sejak kebudayaan zaman dahulu yakni yang berhubungan dengan seni keramaian tari – tari . dan gerakan tari yang ada di pertunjukkan ini biasanya bernuansa islami yakni bagaimana cara berwudhu yang baik. Dan sebelum masuk ke area acara para masyarakat juga dituntut untuk mengucapkan syahadat. Penggunaan grebeg dan sekaten sebagai media dakwah islam menuai sukses besar dan masyarakat ikut menyukainya.⁷

Jadi bisa di simpulkan bahwa era tradisional ini kebudayaan dan adat istiadat masih sangat melekat di masyarakat. Terutama masyarakat jawa pada saat itu , dan kebanyakan masyarakat pada era ini masih terlihat sangat awam. Dan juga bisa diambil intisari bahwa penyebaran dakwah era ini dengan mengutamakan kepada kelembutan untuk mengikat hati masyarakat pada saat itu dengan cara tidak menghilangkan unsur budaya yang ada.

2. Eksistensi dakwah era digitalisasi

1) Proses Penyebaran Dakwah Di Era Digitalisasi

Di saat ini media benar benar sangatlah berfungsi sebagai wadah penyampaian informasi atau pesan - pesan dakwah kepada mad'u. Di era yang mengenal teknologi baru sebagai yang pertama baik mencari informasi, memberi informasi, pekerjaan, bermain dan lain – lain.

Semua kalangan menggandrungi sehingga ketika pendakwah ikut serta ikut menebar kebaikan dan manfaat melalui teknologi ini akan sangat baik dari da'i maupun mad'unya. Adapun langkah seorang da'i agar dapat menggunakan media baru atau biasa di sebut dengan media sosial di era

⁷ Hmpsis.2021. *Dakwah Sunan Kalijaga menggunakan kebudayaan dan kesenian sebagai media islamisasi di jawa*. 04 Agustus . hmpsfis.student.uny.ac.id/2021/08/

digitalisasi ini :⁸ (1). *Applikasi web*, Ketika seseorang telah memiliki aplikasi web, orang tersebut telah mendapatkan ruang pada dunia maya yang biasa di analogikan sebagai rumah yang bisa di tempati sendiri atau pun banyak orang. (2). *Applikasi blog*, Ketika seseorang mudah mengakses internet untuk melakukan komunikasi dengan seseorang ataupun kelompok dengan cepat pada dunia maya yang dimana terdapat banyak orang yang mengaksesnya pula. (3). *Applikasi Facebook*, Facebook merupakan aplikasi yang sangatlah banyak peminatnya di semua kalangan . seseorang dapat dengan mudah mengakses dan mencari informasi tentang seorang tokoh-tokoh pendakwah yang sesuai dengan karakteristik yang masyarakat butuhkan. (4) *Applikasi Youtube*, Merupakan aplikasi yang sangat efisien di gunakan oleh para da'i untuk menyebarkan syiar – syiar dakwah sebagaimana yang telah di konsepkan oleh pendakwah tersebut untuk mad' u. karena kemudahan dalam mengakses dan mengoperasikan aplikasi ini dapat membantu da'i mengembangkan pesan dakwahnya.

Dakwah di era teknologi digitalisasi memiliki tantangan sekaligus peluang yang besar. Hal ini mengingat pengguna teknologi digital kian tumbuh dan berkembang dengan pesatnya. Bagaimana tidak dengan kemajuan teknologi hari ini menuntut manusia semakin canggih dari yang di bayangkan, masyarakat tidak hanya mampu mengenal tetapi juga harus menguasainya, agar manusia bisa mengontrol ke arah yang lebih positif, salah satunya dengan berdakwah. Apalagi di lihat dari segi penyebaran informasi, penetrasi pesan melalui media massa maupun media sosial sangat besar, sehingga menjadi peluang dakwah. Terlebih lagi , para pengguna media digital saat ini didominasi oleh kalangan muda berusia antara 16 – 25 tahun.

Dapat dikatakan bahwa, perkembangan era digital belum memperoleh pengorganisasian yang bagus. Meskipun sebagian para pendakwah telah mengimplementasikannya, namun sistem pengelolaanya belum bisa di akses oleh masyarakat secara komprehensif. Oleh karena itu, komunikator dakwah didorong untuk mempelajari dan menguasai teknologi informasi yang pada gilirannya bisa berkontribusi kepada masyarakat yang belum tersentuh dengan sarana digital untuk menerima pesan normatif ajaran islam. Inilah yang kemudian yang menjadi salah satu perjalanan dakwah sejalan dengan arus perkembangan zaman. Aktivitas penyampaian pesan ajaran islam oleh seorang da'i sesuai dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.

Melihat tentang kelebihan dari media dakwah digital maka perlu mendapat perhatian untuk media dalam menyampaikan pesan bisa membekas dan berdampak (effect) lebih besar kearah positif berupa perubahan perilaku masyarakat. Karena itu butuh berbagai format dakwah bisa di kerjakan dengan dengan pesan – pesan yang menarik

⁸Ritonga, Muslimin. 2019. *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*. Volume 3, Nomor 1.(07 Juli 2020)

dan edukatif. Lembaga dakwah bebasis digital sudah saatnya merapatkan barisan, memadukan program dakwah dengan membuat sistem yang lebih metodologis, konsepsional dan pragmatis.⁹

2) Strategi dakwah digitalisasi

Di era digital ini, 70 persen lebih masyarakat indonesia telah menjadi pengakses internet, dan 60 persen lebih masyarakat indonesia menjadi pengguna media sosial. Maka di perlukan strategi dakwah yang tepat di media sosial sehingga hasilnya pun bisa maksimal.

Di sebutkan bahwa ada empat strategi yang bisa di gunakan dalam berdakwah di era digital khusunya kalangan muda atau organisasi kepemudaan sebagai segmen kalangan yang paling banyak menggunakan media sosial. Empat strategi ini penulis mengutip dari paparan sekretaris lembaga dakwah PBNU, yaitu beliau KH Nurul Bdruttamam sebagai berikut: (1) Memproduksi konten – konten dakwah yang bermanfaat dan menunjukkan islam yang damai. Kalangan pemuda tidak boleh hanya menjadi penikmat, penonton, dan penyebar konten – konten media sosial, namun harus mampu memproduksi konten positif untuk berdakwah. (2) Konten harus menarik. Kemasan konten menjadi hal yang penting di era digitalisasi ini . seberapa bagus isi konten maka para pembaca akan tertarik dengan isi konten tersebut. Bahkan jika isi konten tersebut tidak di kemas dengan menarik, pasti orang akan enggan membaca atau melihatnya. (3) Kesesuaian dakwah dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Dan aktivitas dakwah haruslah bersifat responsif, dimana memperhatikan isu – isu terkini yang sedang tren, dan harus konsisten dalam membuat konten- konten dakwah. (4) Adanya sinergi antar komunitas atau ormas untuk membentuk para juru dakwah yang berstandar. Maksudnya harus ada da'i atau juru dakwah yang berstandar di ormas, ormas akan menjadi sebuah *guarantor* (pemberi garansi) para da'inya. Atau juga sinergi antar ormas untuk saling menguatkan dalam bingkai NKRI.¹⁰

3) Tantangan dakwah era digitalisasi

Di era digital dewasa ini, pengintegrasian teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu tantangan dakwah. Dakwah yang selama ini hanya di lakukan dengan pendekatan tekstual perlu menyesuaikan dengan konteks yang tengah di hadapi masyarakat. oleh karenanya pasti akan ada tantangan dakwah yang timbul di era digitalisasi ini .

Tantangan dakwah beraneka ragam bentuknya, selama ini kita mengenal dalam bentuk klasik, bisa pada penolakan, cibiran, caci, maupun teror bahkan sampai pada tataran fitnah. Banyak para da'i mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Meski demikian ada pula yang tidak mampu mengatasinya sehingga tersingkir dari kancah dakwah.

⁹ Rani Usman, Azman Hanifah, Risqan Syahira, alm uzanni. 2019. *Media Kajian Komunikasi Islam*.Jurnal Peurawi, 2 (2), 104 -105

¹⁰ Muhammad Faizin, 2022. *Empat Strategi Dakwah di Era Digital Menurut Lembaga Dakwah PBNU*. Jurnal NU online . Selasa , 12 April 2022.

Belajar dari hal tersebut, maka para aktivis pendakwah harus bisa menyesuaikan dan mengelola kendala internal dalam dirinya terlebih dahulu, agar bisa optimal menunaikan amanah dakwah. Ada beberapa problematika internal dalam diri pendakwah : (1) **Gejolak kejiwaan**, Sebagai manusia biasa pendakwah memiliki peluang untuk mengalami berbagai gejolak kejiwaan dalam dirinya. Jika tidak dikelola secara tepat maka gejolak tersebut bisa berdampak negative dalam kegiatan dakwahnya. Bahkan dalam kondisi tertentu bisa menghancurkan citra dan jati dirinya. Dan gejolak kejiwaan tersebut bisa membuat turunnya konsentrasi pada pendakwah. (2) **Gejolak syahwat**, Sebagai pendakwah tentunya harus bisa mengontrol yang namanya gejolak syahwat . terkadang gejolak syahwat ini muncul dengan senidrinya tanpa mengenal batas usia, meskipun akan tampak lebih kuat terjadi pada usia muda. Oleh karena itu, bagi aktivis pendakwah gejolak ini harus di tanggapi dengan serius sebab jika dibiarkan akan mengakibatkan hal yang fatal. (3) **Gejolak amanah**, Permasalahan dakwah sering memancing muculnya gejolak kemarahan dalam jiwa para aktivis dakwah, yang apabila tak terkendali maka akan menimbulkan letusan, baik berupa perkataan ataupun perbuatan. Pada kondisi seperti ini perasaan yang lebih dominan, pertimbangan akal sehat bahkan perhitungan manhaj dakwah menjadi terabaikan. Apabila gejolak ini tidak terselesaikan , bisa menimbulkan kerawanan hubungan yang membahayakan gerakan dakwah itu sendiri. (4) **Gejolak Hiroisme**, Kadang dijumpai sebuah semangat heroik atau pahlawan di medan perjuangan. sama halnya dengan pendakwah, pendakwah akan menjumpai titik semangat tatkala perjuangan yang dilakukan terlihat maksimal. Namun jika gejolak ini tidak diletakkan secara tepat akan menimbulkan dampak negatif.

Para kader dakwah harus memiliki karakter yang kuat agar bisa mensikapi berbagai tantangan tersebut dengan tegar. Kegiatan dakwah akan dapat berjalan secara efektif dan efisien maka harus menggunakan cara strategis dalam menyampaikan ajaran Allah SWT.

Yang terpenting adalah bagaimana tantangan dakwah an problematikanya dapat segera di atasi dan dicari solusi jalan keluar sehingga kegiatan dakwah tersebut dapat berjalan dengan lancar dan baik, maka sebagai kader pemuda atau kader dakwah harus selalu sadar dan waspada terhadap perkembangan masyarakat di era digitalisasi ini sehingga masyarakat akan lebih peka terhadap lingkungan sekitar.¹¹

¹¹ Nur Ahmad, 2013, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Infomasi*. Formulasi : karakteristik, popularitas dan materi di jalan dakwah. At *Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol 1, no 1, Januari – Juni 2013, 26 -28.

D. KESIMPULAN

Pengembangan dakwah tradisional melalui gerakan kebudayaan termasuk sebuah model aktivitas dakwah yang harus di perhatikan, kenyataanya menunjukkan bahwa indonesia memiliki kekayaan kebudayaan dan kesenian yang beragam. Oleh karena itu, cara terpenting yang harus dilakukan yakni seorang pendakwah harus menjadi figure yang selalu kreatif, inovatif dan berusaha untuk menambah ilmu pengetahuan dan keterampilan yang kemudian di buktikan secara aktual dalam pergerakan dakwah.

Tujuan dari pengembangan dakwah melalui gerakan tradisional kebudayaan agar dapat menarik simpati masyarakat secara nyata karena keberhasilan dakwah itu tetap akan dipengaruhi oleh budaya masyarakat setempat. Dan menebar kebaikan adalah tugas semua umat manusia yang dapat dilakukan tidak mesti secara langsung. Bertatap muka baru menebar kebikan di era teknologi canggih saat ini memberi kita peluang untuk selalu berbuat baik sesuai syariat islam. Dimana dalam artian dakwah adalah seruan, ajakan, panggilan untuk berbuat baik.

Dan di era digitalisasi ini sangatlah menjadi alternatif dan didukung penuh oleh teknologi yang canggih dalam menyampaikan pesan – pesan dakwahnya. Dan biasanya disebut dengan media sosial. Dengan memanfaatkan media baru pendakwah sangat terharu dalam penyampaian pesannya.

DAFTAR PUSTAKA

Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : CV. Salsabila Putra Pratama, 2013),

Yahya Oemar Toha, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Wijaya 1976)

Ropangi el Ishaq Ropangi, *Pengantar Ilmu Dakwah*,(Malang : Madani 2016)

Ali Aziz Moh, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana 2004)

Dewan Redaksi Ensiklopedia Islam, *Ensiklopedia Islam*, (Jakarta: Ictiar Baru Van Hoeve, 1994)

Hmpsis.2021. *Dakwah Sunan Kalijaga menggunakan kebudayaan dan kesenian sebagai media islamisasi di jawa*. 04 Agustus .hmpsfis.student.uny.ac.id/2021/08/

Muslimin, Ritonga. 2019. *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*. Volume 3, Nomor 1.(07 Juli 2020)

Usman Rani, Azman Hanifah, Risqan Syahira, alm uzanni. 2019. *Media Kajian Komunikasi Islam*.Jurnal Peurawi,(2)

Faizin, Muhammad. 2022. *Empat Strategi Dakwah di Era Digital Menurut Lembaga Dakwah PBNU*. Jurnal NU online . Selasa , 12 April 2022.

Nur Ahmad, 2013, *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Infomasi*. Formulasi : karakteristik, popularitas dan materi di jalan dakwah. At *Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol 1, no 1, Januari – Juni 2013.