

Komunikasi Dakwah Zaman Milenial

Muslimin Ritonga

musliminritonga@gmail.com

**Program Magister Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta.**

Abstract: *In this modern era, technology is growing rapidly. The internet and other social media seem to have become important needs for millennial generations. The use of social media has touched various walks of life, ranging from urban communities to rural and remote areas, both children, adolescents, to adults can be sure to have tasted various kinds of social media such as Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, WhatsApp and others. This media tool is very good if it is used for useful things such as preaching. Millennial preaching must use it as much as possible. If not, the flow of da'wah is slowing down and lagging behind. This study discusses the impact of information globalization which is marked by advances in communication technology and is associated with the readiness of da'i in utilizing social media and delivering da'wah.*

Keywords: Da'wah, millennial, and social media

Abstrak: *Di era modern ini, teknologi semakin berkembang pesat. Internet dan media sosial lainnya seakan sudah menjadi kebutuhan penting bagi generasi milenial. Pemanfaatan media sosial sudah menyentuh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat perkotaan hingga dipedesaan dan pelosok, baik anak-anak, remaja, hingga dewasa dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, WhatsApp dan lainnya. Sarana media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal bermanfaat seperti berdakwah. Dakwah milenial harus memanfaatkannya semaksimal mungkin. Jika tidak, arus dakwah kian melambat dan tertinggal. Kajian ini membahas mengenai dampak globalisasi informasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi komunikasi dan dikaitkan dengan kesiapan da'i dalam memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan dakwah.*

Katakunci: Dakwah, milenial dan media sosial

Pendahuluan

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan. Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja, melainkan juga dengan Tuhannya. Dalam Al-Qur'an terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satu di antaranya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SW, malaikat, dan manusia. Dialog tersebut sekaligus menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia, seperti yang terdapat pada Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 31-33.¹

Memasuki zaman milenial, dewasa ini definisi dan pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup penting. Dakwah tidak hanya terbatas dipahami sebagai upaya penyampaian ajaran Islam melalui pengajian, khutbah jum'at, ceramah di atas mimbar, ceramah pada hari-hari besar Islam, tetapi pemahaman dakwah lebih dari sekedar itu. Dalam definisi yang lebih progresif, dakwah bisa didefinisikan sebagai tindakan individu yang bertujuan untuk mewujudkan kebersamaan dan solidaritas bersama. Menurut Ujang Mahadi, pemahaman dakwah bukanlah pemahaman konvensional berupa rutinitas spiritual yang kolektif, melainkan dakwah juga bisa berupa tindakan pemberian santunan kepada panti asuhan, mengentaskan kemiskinan, penanggulangan bencana dan berbagai aktivitas kemanusiaan lainnya.²

Perkembangan zaman menimbulkan berbagai persoalan menjadi lebih kompleks. Sebaliknya pelaksanaan kegiatan dakwah tampak belum ada perkembangan yang berarti. Apalagi upaya perombakan atau redefinisi fungsi. Yang ada sekarang adalah semacam penglihatan kembali secara segar terhadap

¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 2

² Ujang Mahadi, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, (Bogor, IPB Press: 2015), h. 22

fungsi dakwah. Alasannya, karena perkembangan zaman makin melahirkan keanekaragaman sasaran dakwah.³

Milenial sebagai kekuatan yang seharusnya menjadi penggerak perubahan sosial secara positif, dakwah seolah tidak sanggup menghidupkan nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat secara produktif. Padahal secara sosiologis, dakwah pada dasarnya dimaksudkan untuk menghidupkan fungsi-fungsi sosial yang tumbuh dan berkembang di masyarakat. Karena itu adanya pranata sosial seperti hukum, politik, ekonomi, pendidikan, budaya dan bahkan agama, idealnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, bukan malah sebaliknya, melahirkan berbagai mudarat bagi kehidupan.⁴

Dalam keadaan seperti itu, komunikasi dakwah milenial diharapkan dapat menawarkan solusi sebagai ikhtiar produktif dalam melakukan rekayasa individu dan masyarakat melalui proses transformasi nilai-nilai sesuai dengan pesan-pesan ajaran Islam. Dakwah yang menjadi kekuatan yang menghidupkan semua subsistem yang terlibat dalam pembentukan pranata yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Dalam mewujudkan nilai-nilai komunikasi dakwah tersebut, komunikator atau da'i harus memiliki konsep dan metode dalam mengkomunikasikan dakwah kepada masyarakat milenial. Dalam proses dakwah perlu menggunakan metode, namun metode tersebut harus disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Untuk itu dipertimbangkan metode yang akan digunakan dan cara penerapannya, karena sukses dan tidaknya suatu program dakwah sering dinilai dari segi metode yang digunakan. Hal ini disebabkan masalah yang dihadapi oleh dakwah semakin berkembang dan kompleks, sehingga metode yang berhasil di suatu tempat tidak dapat dijadikan tolak ukur untuk daerah lain.

³ HM. Kholili, *Psikologi Dalam Dakwah*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga: 2008), h. 135

⁴ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 40),

Konsep Dasar Komunikasi Dakwah

Kata dakwah secara etimologis merupakan bentuk masdar berasal dari kata *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong. Secara terminologis dakwah artinya mengajak dan menyeru umat Islam menuju pedoman hidup yang diridhai oleh Allah SWT dalam bentuk *amar ma'ruf nahi munkar*.⁵ Menurut Masdar Helmy, dakwah Islam adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah (Islam), termasuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk bisa membawa kebahagiaan dunia dan akhirat.⁶

Dakwah merupakan kewajiban bagi muslim dan muslimah pada setiap masa dan keadaan. M. Natsir sebagai tokoh Islam modernis dalam buku monumentalnya *Fiqhud Da'wah*, menyatakan bahwa dakwah dalam arti luas, adalah kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap muslim dan muslimah.⁷ Dakwah secara terminologi, banyak pendapat tentang defenisi dakwah di antaranya ialah Toha Yahya Umar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Sedangkan menurut M. Arifin, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, *message* yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.⁸

Sedangkan istilah 'komunikasi' atau dalam bahasa Inggris '*communication*' berasal dari kata latin '*communicatio*', dan bersumber dari kata

⁵Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al Munawir Arab Indonesia*,(Surabaya : Pustaka Progresif, 1997), h. 406.

⁶Masdar helmy, *Dakwah Dan Pembangunan* (Jakarta : Wijaya 1976), h. 1.

⁷ Abdur Razzaq, 2014, *Dinamika Dakwah dan Politik Dalam Pemikiran Islam Modernis di Indonesia. Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 15(1), 7-15. Retrieved from <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/202>. h. 10.

⁸ Moh. Ali Aiz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 11

'*communis*' yang berarti '*sama makna*'⁹. *Sama* di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbincangkan. Sedangkan secara terminologi, menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*, komunikasi adalah "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect.*" Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

Menurut GERAL R. MILLER komunikasi adalah "Situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima." Dalam definisi tersebut, GERAL R. MILLER memperluas pengertian komunikasi dengan tujuan "mempengaruhi perilakunya".¹⁰ Hal ini berarti menurut MILLER bahwa komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu pesan, lambang atau tanda tetapi juga memengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan tertentu.

Berdasarkan dari dua pengertian di atas, yakni "*komunikasi dan dakwah*", AHMAD MUBARAK dalam buku *Psikologi Dakwah* mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da'i mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h. 9

¹⁰ Ngalimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, (Yogyakarta: Pusaka Baru Press, 2017), h. 29

Oleh karenanya, dalam komunikasi dakwah bukan hanya sekadar proses penyampaian suatu pesan mengenai dakwah oleh seseorang kepada orang lain. Bukan pula merupakan pengertian komunikasi plus dakwah atau ditambah pengertian dakwah. Untuk itu, jika menelaah pengertian komunikasi dakwah harus dikaji tidak secara atomistik dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat, tetapi harus ditelaah secara holistik, dengan melihat komponen antara yang satu dengan komponen yang lain secara fungsional, di mana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai.

Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak, disitu harus terdapat materi/pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan ajaran Islam. Perlu diingat juga bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak ditekankan pada aspek tujuannya saja, tetapi juga menekankan efek yang muncul kepada komunikan sebagai akibat dari penyampaian suatu pesan. Lebih lanjut, jika ditinjau dari prosesnya, dakwah adalah komunikasi dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen yang terdiri dari dua manusia, yakni da'i sebagai komunikator, dan mad'u sebagai komunikan. Proses tersebut berlangsung dalam kegiatan dakwah, yaitu proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Selain itu, komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, memengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tetapi tujuan terpenting dalam komunikasi dakwah adalah mendorong mad'u untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, memengaruhi sikap dan membina hubungan baik.

Landasan Hukum Dakwah

Dari pengertian dakwah sebagaimana telah disebutkan, bahwa dakwah bisa disebut sebagai aktualisasi nilai-nilai Islam yang diterjemahkan kedalam ajaran-ajaran Islam bagi upaya mewujudkan kebahagiaan hidup manusia didunia ini. Untuk hal tersebut ada hukum normatif yang mengikat keharusan berdakwah.

Hukum-hukum tersebut akan di uraikan dalam pembahasan tentang arti landasan berdakwah.

Kepastian hukum yang dimaksud adalah kepastian hukum atau penilaian hukum secara syariah. Kepastian hukum secara syariah, dakwah adalah wajib, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surah Ali-Imron: 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: *Hendaklah ada diantara kamu umat yang menyeru kepada kebaikan, menyeru berbuat kebajikan, melarang berbuat kejahatan. Dan itulah orang-orang yang mendapat kemenangan (Q.S. Ali- Imron: 104).*

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: *Kamu adalah sebaik-baiknya umat yang dilahirkan untuk umat manusia, supaya kamu menyuruh mengerjakan kebaikan dan melarang berbuat kejahatan. (Q. S. Ali-Imron: 110).*

Masalah yang timbul kemudian adalah apakah kewajiban berdakwah itu merupakan kewajiban individual ataukah kewajiban kolektif. Menurut Abdul Karim Zaidan bahwa huruf *mim* yang tertera dalam ayat tersebut mengandung arti yang menerangkan (*lit tabyin*) dan bukan mengandung arti yang menunjukkan

sebagian (*Lit tab'idh*).¹¹ Sehingga dengan demikian, kewajiban berdakwah adalah kewajiban individual atau *fardu 'ain* bagi setiap orang-orang Islam yang *mukallaf*. Tentu saja kewajiban ini sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Sementara itu, sebagian ulama berbeda pendapat mengenai orang yang dibebani kewajiban dakwah. Pangkal perbedaan pendapat tersebut terletak pada huruf *mim* dalam surat Ali-Imran 104 tersebut. Al-Ghazali adalah salah satu ulama yang berpendapat bahwa kewajiban dakwah adalah *fardu kifayah*. Sebagai *Fardu Kifayah*, dakwah hanya dibebankan atas orang-orang yang memiliki keahlian dan kemampuan di bidang agama Islam. Kata *mim* dalam ayat tersebut diartikan "sebagian" (*li al-tab'idl*).¹²

Dalam kondisi semacam ini, setiap pribadi umat Islam diharuskan berdakwah menurut kadar kemampuannya. Dengan demikian, dakwah bisa menjadi *fardu'ain* apabila di suatu tempat tidak ada seorang pun yang melakukan dakwah dan dakwah bisa menjadi *fardu kifayah* apabila di suatu tempat sudah ada orang yang melakukan dakwah. Demikian juga, ketika jumlah da'i masih sedikit, sementara tingkat kemungkaran sangat tinggi dan kebodohan merajalela, maka dakwah menjadi wajib 'ain bagi setiap individu sesuai dengan kemampuannya.

Unsur-unsur Dakwah

Dalam pelaksanaannya, dakwah tidak hanya dilakukan oleh pribadi atau perorangan, tetapi dapat dilakukan secara kelompok atau organisasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Jamaluddin Kafie¹³ dan M. Arifin.¹⁴ Tujuan dari kegiatan

¹¹Samsur Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), h. 51

¹²Moh. Ali Aziz, *Op. Cit.* h. 148

¹³Menurut Jamaluddin Kafie, dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, golongan umat Islam sebagai aktualisasi *imaniah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, dan do'a, yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem, dan teknik tertentu, agar mampu menyentuh kalbu dan fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa, dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Lihat Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1984), h. 1.

¹⁴Dakwah menurut M. Arifin adalah suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha

dakwah sendiri adalah untuk menuju kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat.¹⁵

Unsur-unsur dakwah terdiri dari pelaku dakwah, penerima dakwah, materi dakwah, media dakwah, metode dakwah dan efek dakwah. Adapun penjelasan dari beberapa unsur dalam dakwah adalah sebagai berikut :

a. Da'i

Da'i (pelaku dakwah) adalah orang yang melaksanakan dakwah dengan lisan, tulisan ataupun perbuatan, baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.¹⁶ Untuk mencapai keberhasilan, pelaku dakwah baik yang secara perorangan maupun kelembagaan, harus mempersiapkan secara matang dalam penguasaan materi, metode, media, dan psikologi.¹⁷

b. Mad'u

Mad'u (penerima dakwah) adalah manusia secara keseluruhan, baik yang beragama Islam atau tidak yang menjadi sasaran dakwah atau penerima dakwah,¹⁸ baik secara perorangan atau kelompok. Agar dakwah dapat terarah dan tidak disampaikan secara serampangan, maka diperlukan adanya klasifikasi penerima dakwah seperti berdasarkan usia dan tingkat intelektualitas.¹⁹

Menurut Muhammad Abduh bahwa mad'u terbagi menjadi tiga golongan, yaitu:²⁰

mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok, agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Ibid., h. 21.

¹⁵ Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, yaitu keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Lihat Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1984), h. 1.

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Op.cit.*, h. 75.

¹⁷ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam, op.cit.*, h. 27.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *op.cit.*, h. 90.

¹⁹ Samsul Munir Amin, *op.cit.*, h. 29..

²⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah, Op.cit.*, h. 20

1. *Golongan cerdas cendekiawan* yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
2. *Golongan awam*, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3. *Golongan* yang berbeda yang dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.

c. Materi dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan oleh pelaku dakwah kepada penerima dakwah.²¹ Dalam penyampaianya, materi dakwah dapat disampaikan secara menarik agar tidak monoton, aplikatif, agar tidak hanya normatif sehingga dapat merangsang penerima dakwah untuk meningkatkan kualitasnya.

d. Media dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Ada banyak media yang dapat digunakan sebagai media dalam melaksanakan dakwah. Menurut Hamzah Ya'qub²² media dakwah dapat dilakukan dengan lima macam bentuk seperti lisan; tulisan; lukisan atau gambar serta karikatur, dan sejenisnya; audio visual; dan akhlak.

Lisan merupakan media dakwah yang paling sederhana. dakwah dengan media lisan dapat berbentuk pidato, bimbingan, dan penyuluhan. Sedangkan media dakwah menggunakan tulisan dapat berbentuk surat menyurat (korespondensi), spanduk, surat kabar, dan buku. Adapun audio visual merupakan alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya, contoh dari audio visual adalah televisi, film, dan internet. Sedangkan

²¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Op.cit.*, h. 94.

²²*Ibid.*, h. 120.

akhlak merupakan perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh penerima dakwah.

e. Metode dakwah.

Dalam bahasa Inggris, *method* diartikan metode atau cara.²³ Metode adalah cara untuk menyampaikan sesuatu.²⁴ Metode juga merupakan cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja.²⁵ Sedangkan metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).²⁶

Dakwah Zaman Milenial

Peradaban umat manusia pada zaman milenial merupakan era teknologi informasi yang canggih. John Naisbitt, mengungkapkan “*we are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anytime-voice, data, text or image at the speed of light* (kita sedang bergerak ke arah kemampuan berkomunikasi apa saja kepada siapa pun, di mana pun, berbentuk apa pun (baik itu) suara, data, tulisan atau gambar (citra) dengan (menggunakan kecepatan suara).

Dalam rangka dakwah Islamiyah, kita harus mampu berdialog dengan kebudayaan modern dan secara aktif mengisi dengan substansi dan nuansa-nuansa Islami. Hal ini hanya bisa dilakukan bila memahami arus globalisasi secara benar dan tidak tertinggal dengan informasi-informasi aktual dari manca negara.

Menurut futurolog John Naisbitt: “*The new source of power is not money in the hands of a few but information in the hands of many*” (kekuatan baru dewasa ini bukanlah harta karun di tangan segelintir manusia tapi jaringan informasi di tangan banyak manusia). Ungkapan tersebut merupakan sekelumit

²³ Soejono Soemargono, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, (Yogyakarta : Nur Cahya, 1983), h.17.

²⁴ Abd. Kadir Munsy, *Metode Diskusi dalam Dakwah*, (Surabaya : al-Ihlash, Cet I, 1982), h. 29.

²⁵ Paus A. Partanto, M. Dahlan Al Barri, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya : Arloka, 1994, h. 461.

²⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Op.cit.*, h.123.

gambaran era informasi yang mengglobal dan yang menghadang di hadapan umat Islam dimanapun berada di muka bumi ini.²⁷

Informasi menurut Islam sangat tidak terbatas. Dalam Al-Qur'an disebutkan:

قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَادًا لَكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ نُنْفِذَ كَلِمَاتِ رَبِّي
وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَدًا ﴿١٠٩﴾

Artinya: *Katakanlah kalau sekiranya lautan menjadi tinta untuk menulis kalimat-kalimat Tuhanku, sungguh habislah lautan itu sebelum habis ditulis kalimat-kalimat Tuhanku, meskipun Kami datangkan tambahan sebanyak itu pula (Q. S. Al-Kahfi: 109).*

Karena itu, perlu di kembangkan sistem dakwah yang menggunakan dan memilih teknologi informasi yang efisien dan bersih sesuai dengan kodrat umat manusia. Ini sudah tiba pada suatu masa dimana para da'i mendapat tantangan yang sangat kompleks untuk mencari solusi dalam memberikan problem *solving*. Para da'i dituntut untuk dapat menerjemahkan pesan Islam sesuai dengan manajemen dakwah modern, efektif dan efisien kepada masyarakat luas, maka Islam akan semakin luas jangkauannya dan mudah dimengerti serta tidak disalahmengertikan oleh non muslim.

Dakwah Islam yang damai dan bijak terhadap budaya dan kearifan lokal ternyata menjadi salah satu kunci keberhasilannya. Jika dulu, sekitar lima ratus tahun yang lalu Sunan Kalijaga mengajarkan Islam di Nusantara dengan cara yang unik melalui kesenian wayang kulit, maka di era milenial metode dakwah beliau harus dilanjutkan. Khususnya adalah spirit cerdas membaca budaya dan perkembangan. Tujuannya satu yakni untuk menciptakan generasi bangsa yang cinta agama dan negara. Sudah pasti cara yang digunakan dalam berdakwah berubah dan berkembang seiring dengan perubahan masyarakat. Era kemajuan

²⁷Samsul Munir Amin, *Op. Cit.*, h. 170

teknologi bukanlah hambatan, akan tetapi merupakan tantangan. Generasi milenial (muda) harus mampu memaksimalkan kemajuan teknologi untuk sesuatu yang bermanfaat. Bukan sebaliknya, menyalahgunakannya untuk memicu keributan atau menimbulkan keresahan.

Di era milenial ini, pemanfaatan teknologi media sosial sangat santer menyentuh berbagai lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada di pedesaan yang ada dipelosok nun jauh disana. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah.

Dakwah adalah kegiatan untuk mengajak atau menyeru kepada Sang Pencipta. Semakin berkembangnya zaman tuntutan dakwah Islam juga menjadi semakin penting. Banyaknya pemikiran maupun gerakan yang berseberangan dengan Islam membuat para generasi muda Islam seperti kehilangan identitas, sehingga diantara mereka tidak sedikit terjebak kepada paham-paham radikal. Berkaitan dengan hal tersebut, para da'i dituntut untuk lebih kreatif dalam mendesain dalam mengkreasikan bentuk dakwah sehingga tidak terkesan ketinggalan zaman. Kegiatan berdakwah zaman milenial amat dibutuhkan eksistensinya dan memiliki berbagai manfaat di antara:

1. Dakwah zaman milenial mencegah pemurtadan. Belakangan ini sering mendengar kegiatan pemurtadan terhadap umat Islam. Jika kita telusuri, asbabnya bermacam-macam, tetapi yang kerap terjadi kali terjadi adalah faktor ekonomi. Banyak yang memiliki daya ekonomi lemah sangat riskan untuk berpindah keyakinan. Mereka diiming-iming materi dengan tujuan meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Namun demikian, jika ditarik benang merahnya ternyata asbabnya yang paling utama adalah lemahnya iman dan mungkin tidak tersentuh oleh dakwah sehingga dapat berpindah keyakinan.

2. Maraknya budaya Barat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Ini menjadi keresahan umat umat Islam, bahwa budaya barat sudah memasuki kalangan generasi Islam. Hampir semua media telah dikuasai sebagian besar non Islam, sehingga dengan mudahnya mereka memasukkan program yang akan merusak generasi muda Islam khususnya pada aspek akhlak. Generasi milenial disuguhkan dengan dengan film-film, komik, siaran-siaran televisi yang bertengan dengan Islam. Generasi milenial banyak yang terjebak dengan pada perilaku seks bebas, minum-minuman keras dan lain sebagainya.
3. Tongkat estafet menuju era kegemilangan Islam. Salah satu strategi yang bisa digunakan agar generasi setelahnya, paham dengan ajaran Islam tentu saja melalui dakwah Islam. Dengan dakwah, ilmu-ilmu Islam tidak akan luntur dan akan terus berkembang. Dakwah Islam yang dilakukan pun dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya melalui buku-buku, media , internet, Youtube, WhatsApp, Facebook, dan media sosial lainnya.²⁸ Berdakwah di era milenial berhadapan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang terus berkembang pesat. Juga, dituntut dapat diakses dengan cepat dengan konten menarik dalam bentuk digital. Terlebih pada era milenial yang kecenderungannya bergantung pada internet, aktivitas sehari-hari cenderung menggunakan media modern. Maka kajian tentang era milenial secara khusus penting dikaji untuk mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang bisa digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam berdakwah.

Generasi milenial (sebutan generasi berdasarkan demografi dan disebut juga generasi Y) menjadi perbincangan hangat karena terlahir pada saat revolusi teknologi informasi dan komunikasi serta jumlah populasinya yang cukup besar,

²⁸<https://islamdakwah.com/pentingnya-dakwah-islam-zaman-now.html>. Diakses, 13 Februari 2019.

yaitu sekira 34 persen dari penduduk Indonesia. Umumnya, generasi milenial lahir dalam rentang tahun 1981 sampai 1994. Dengan demikian generasi ini adalah mereka yang berumur 15 hingga 35 tahun. Generasi ini sudah mengenal teknologi seperti komputer, video games, dan *smartphone*.

Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkatagori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti Facebook, Line, Path, Instagram, Whatsapp dan Twitter. Mereka juga suka main *gameonline*. Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, mendapatkan informasi, dan kegiatan lainnya.

Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu, ada dua hal yang dapat dilakukan. *Pertama*, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, *gadget* dan media sosial harus dijadikan *wasilah* dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk *vlog*, *soundcloud*, infografis, dan juga *meme*, dimuat di *YouTube* agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *YouTube*, Instagram, dan sebagainya, sebelum akhirnya bisa fenomenal secara *offline*. *Kedua*, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.²⁹

Jadi, berbicara dakwah milenial tidak bisa terlepas kaitannya dengan zaman dahulu. Dahulu para Walisongo di Jawa misalnya, dalam menerapkan

²⁹Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial*, Jurnal Komunikasi

strategi atau metode dakwah pada masa itu melalui dengan seni seperti menyebarkan dakwah melalui wayang, teater dan sastra. Sekarang zaman milenial ini dengan menggunakan strategi melalui new media seperti internet dan media sosial lainnya. Sekarang tinggal bagaimana para juru dakwah atau pelaku dakwah menggunakan media-media komunikasi modern sedemikian rupa untuk hal-hal yang konstruktif dan bermanfaat untuk kepentingan dakwah.

Simpulan

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tugas kewajiban dakwah dalam sejarah Islam, bukan suatu yang dipikirkan sambil berlalu saja, melainkan sesuatu yang sejak semula diwajibkan disini dibebankan bagi pengikut-pengikut Islam. Kewajiban disini dibebankan kepada setiap muslim sesuai dengan kadar kemampuannya.

Kegiatan berdakwah di era milenial ini, dapat dilakukan dengan pemafaatan teknologi media sosial yang sangat santer menyentuh berbagai lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada di pedesaan. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah.

Salah satu metode yang dianggap masih efektif untuk digunakan sebagai media dakwah adalah dengan memanfaatkan new media seperti internet, Facebook, WhatsApp dan media sosial. Dengan sarana new media ini akan memudahkan dakwah milenial, kecanggihan media informasi dan teknologi menjawab segala kebutuhan manusia masa kini. Di balik label negatif yang melekat pada generasi milenial, mereka merasa tidak ada masalah dengan kondisi yang ada. Generasi milenial menganggap kemajuan yang terjadi saat ini harus dimanfaatkan secara optimal kepada hal-hal yang positif untuk membangun ummat, bangsa dan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Aziz Moh, 2012, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Arbi, Armawati, 2012, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, Jakarta: Amzah.
- Arifin, Anwar, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Aripudin, Acep, 2011, *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Aripudin, Acep, 2012, *Dakwah Antarbudaya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- A, Paus Partanto, M. Dahlan Al Barri, 1994, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya : Arloka.
- Basit, Abdul, 2013, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Habibi, Muhammad, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial*, Jurnal Komunikasi.
- Helmy, Masdar, 1976, *Dakwah Dan Pembangunan*, Jakarta : Wijaya.
- Kadir, Abdul Munsy, 1982, *Metode Diskusi dalam Dakwah*, Surabaya : al-Ihlash.
- Kholili, M, 2008, *Beberapa Pendekatan Psikologi Dalam Dakwah*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Ilaihi, Wahyu, 2013, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Izudin, Ahmad dan Bayu Mitra A. Kusuma, 2017, *Dakwah Milenial*, Yogyakarta: PSDT Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
- Mahadi, Ujang, 2015, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, Bogor: IPB Press.
- Munir, Amin Samsul, 2008, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Sinar Grafika Offset.

- Nurjannah. (2013). *Radikal vs Moderat*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Razzaq, A. (2015). Dinamika Dakwah dan Politik Dalam Pemikiran Islam Modernis di Indonesia. *Wardah : Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 15(1), 7-15. Retrieved from <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/warda/article/view/202>.
- Saeful, Muhtadi Asep. (2012). *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Supena, Ilyas. (2013). *Filsafat Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Ombak.
- Suparta, Munzier dan Harjani Hefni. (2015). *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Soemargono, Soejono, 1983, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, Yogyakarta : Nur Cahya.
- Syamsuddin, 2016, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Uchjana, Onong Effendy, 2007. *Ilmu Komunikasi Terori dan praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Warson,Ahmad Munawir,1997,*Kamus Al Munawir Arab Indonesia*, Surabaya : Pustaka Progresif.
- <https://islamdakwah.com/pentingnya-dakwah-islam-zaman-now.html>