

## Profesionalisme Dai di Era Society 5.0: Mengulas Profil dan Strategi Pengembangan Dakwah

**Ari Wibowo**

(Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik  
Bangka Belitung)

Email: [ari@iainsasbabel.ac.id](mailto:ari@iainsasbabel.ac.id)

**Abstrak:** Artikel ini bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan tentang pentingnya upaya peningkatan profesionalisme dai dalam menghadapi era society 5.0. Ada dua tantangan besar yang dihadapi masyarakat Indonesia, yakni era revolusi industri 4.0 dan era society 5.0. Hadirnya dua peradaban baru tersebut memunculkan trend baru dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, sehingga masyarakat Indonesia mudah mendapatkan informasi. Masyarakat juga dapat mengakses internet dengan bebas dan saling terkoneksi dengan cepat. Dampaknya, terjadi infiltrasi budaya asing dan tersebarnya paham keagamaan yang bertolakbelakang dengan kepribadian bangsa. Kondisi tersebut menuntut para dai untuk dapat mengembangkan dakwah yang lebih transformatif, responsif, dan adaptif. Artikel ini diperkuat dengan penelitian kualitatif yang bersifat studi pustaka dengan pendekatan deskriptif. Beberapa sumber data dari berbagai literatur mempertajam analisa mengenai profesionalisme dai di era society 5.0. Setidaknya ada sembilan kompetensi yang dapat meningkatkan profesionalisme dai di era ini, diantaranya; *creative, critical thinking, leadership, digital literacy, emotional intelligence, entrepreneurship, global citizenship, problem solving*, dan *team working*. Profil dais sebagai komunikator dan konten kreator mutlak diperlukan, karena tingginya aksesibilitas masyarakat terhadap konten media sosial.

**Kata Kunci:** Profesionalisme, Dai, Era Society 5.0, Dakwah

**Abstrack:** *This article aims to describe and explain the importance of efforts to increase the professionalism of dai in facing the era of society 5.0. There are two big challenges faced by the Indonesian people, namely the era of the industrial revolution 4.0 and the era of society 5.0. The presence of these two new civilizations gave rise to new trends in the field of information and communication technology, so that Indonesian people could easily get information. People can also access the internet freely and connect to each other quickly. As a result, there is an infiltration of foreign cultures and the spread of religious beliefs that are contrary to the national personality. These conditions require the preachers to be able to develop a more transformative, responsive, and adaptive da'wa. This article is strengthened by qualitative research which is a literature study with a descriptive approach. Several data sources from various literatures sharpen the*

*analysis of the professionalism of dai in the era of society 5.0. There are at least nine competencies that can improve the professionalism of preachers in this era, including: creative, critical thinking, leadership, digital literacy, emotional intelligence, entrepreneurship, global citizenship, problem solving, and team working. A dai's profile as a communicator and content creator is absolutely necessary, because of the high accessibility of the community to social media content.*

**Keywords:** Professionalism, Dai (Communicator), Era Society 5.0, Da'wa

## Pendahuluan

Dakwah dalam konteks kekinian dihadapkan pada dua tantangan besar yakni era revolusi industri 4.0 dan era society 5.0. Diawali dengan hadirnya era revolusi industri 4.0 pada dekade terakhir hingga saat ini, telah berpengaruh padameningkatnya aksesibilitas masyarakat terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Terpaan era revolusi industri 4.0 ini juga menysasar pada empat faktor; 1) meningkatnya aksesibilitas data, tingginya komputasi dan konektifitas antar masyarakat; 2) berkembangnya kompetensi, pola analisis, dan kecerdasan bisnis; 3) tingginya interaksi baru antara manusia dengan mesin dan berbagai media teknologi informasil; 4) perbaikan infrastruktur digital yang terhubung ke dunia nyata (robotika dan 3D printing).<sup>1</sup>

Lebih lanjut Wolter melihat tantangan era revolusi industri 4.0 pada beberapa aspek diantaranya, masalah keamanan teknologi informasi, keandalan dan stabilitas, rendahnya kompetensi yang memadai, dan kemampuan pemangku kepentingan untuk melakukan transformasi.<sup>2</sup> Secara spesifik Hecklau melihat ada tantangan sosial yang juga muncul, pokok utamanya ialah adanya perubahan demografi dan nilai sosial (penguasaan dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan memimpin).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Jay Lee et al., "Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment," *Manufacturing Letters* 1, no. 1 (2013): 38–41.

<sup>2</sup>Tae Kyung Sung, "Industry 4.0: A Korea Perspective," *Technological Forecasting and Social Change* 132 (2018): 40–45.

<sup>3</sup>Fabian Hecklau et al., "Holistic Approach for Human Resource Management in Industry 4.0," *Procedia CIRP* 54 (2016): 1–6, <http://dx.doi.org/10.1016/j.procir.2016.05.102>.

Hampir serupa dengan era 4.0, tantangan yang juga akan muncul di era society 5.0 sangat kompleks. Di era 5.0 masyarakat tidak hanya dihadapkan pada infrastruktur digital seperti era 4.0, tapi juga akan bersentuhan langsung dengan sistem integrasi ruang maya yang dibentuk dan dibuat seperti halnya pada ruang fisik. Artinya, kemampuan *artificial intelligent* dengan jaringan *big data* akan dikombinasikan dengan robot untuk melakukan dan mendukung pekerjaan manusia.<sup>4</sup> Itu artinya ada alat yang dicipta, direkayasa dan dibentuk untuk membantu peran manusia dalam bekerja di berbagai bidang. Dalam konsep yang lain, era 5.0 akan memutakhirkan teknologi informasi yang tidak hanya berdampak pada aspek bisnis semata, melainkan juga pada konektivitas kehidupan antar umat manusia. Persoalannya, transformasi teknologi dan informasi yang semakin canggih di era 5.0 akan memicu beragam efek sosial. Dimungkinkan era 5,0 akan menghilangkan dinding pembatas antara dunia maya dan dunia nyata yang dapat berdampak negatif pada pudarnya karakter bangsa dan masuknya beragam paham yang bertolak belakang dengan misi dakwah yang *Rahmatan lil' alamin*.

Begitupun objek dakwah merasa tidak perlu lagi belajar agama dengan guru dan ustad, cukup dengan alat atau bahkan robot yang direkayasa dan dibentuk layaknya seorang pendakwah atau ulama yang mampu menjawab pertanyaan seputar agama. Oleh sebab itu, hadirnya era society 5.0 memaksa para dai (pendakwah) untuk lebih transformatif, responsif, adaptif dan mampu menjawab persoalan dakwah yang semakin kompleks.

Persoalan tersebut sangat jelas nampak pada perubahan gaya hidup dan masuknya budaya serta tata nilai asing yang banyak bertentangan dengan kepribadian bangsa.<sup>5</sup> Apalagi objek dakwah (mad'u) dapat bebas mengakses konten dakwah di berbagai platform media sosial. Pentingnya pendampingan para dai yang profesional mutlak diperlukan, agar objek dakwah tidak bias dalam mendapatkan informasi dan pesan dakwah yang ada di beragam media sosial.

---

<sup>4</sup>Faulinda Ely Nastiti and Aghni Rizqi Ni'mal 'Abdu, "Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0," *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 5, no. 1 (2020): 61–66.

<sup>5</sup>Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, 4th ed. (Bandung: Pustaka Setia, 2002).

Seperti halnya yang terjadi pada saat ini, banyak orang belajar agama dari youtube, facebook, browsing internet, whatsapp group, dan lain sebagainya.

Akibatnya, polarisasi masyarakat Indonesia (kelompok milenial) dalam mengakses internet memunculkan efek negatif yang bermuara pada tumbuhnya paham keagamaan yang ekstrimis dan intoleran. Seperti diulas oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) dalam Laporan Infografis yang menegaskan bahwa 85 % generasi milenial Indonesia rentan terhadap paparan radikalisme.<sup>6</sup>

Tingginya aksesibilitas generasi milenial terhadap internet perlu diwaspadai, apalagi keterbukaan akses layanan data dan informasi di era 5.0 akan jauh lebih besar dibandingkan dengan era 4.0. Disinilah peran para dai sebagai pelopor dakwah harus mampu menjawab tantangan dakwah kekinian. Artinya, profesionalisme dai harus diformat sesuai dengan peradaban baru yang berkembang. Oleh karena itu, artikel ini berupaya mengulas dan mendeskripsikan tentang pentingnya profesionalisme dai di era society 5.0 dengan tujuan agar para dai dapat memposisikan diri dan mempersiapkan strategi pengembangan dakwah yang komprehensif dan kontekstual.

## Pembahasan

### A. Konsep Era Society 5.0

Laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berhasil memicu dan memacu terjadinya transformasi digital yang tidak hanya berimplikasi pada berubahnya tatanan industri, tetapi juga pada berbagai sendi kehidupan masyarakat.<sup>7</sup> Arus besar gelombang transformasi tersebut akhirnya menciptakan kerangka berpikir serta kebijakan baru seperti di era revolusi industri 4.0. Atas pijakan kerangka berpikir tersebut, akhirnya Jepang juga

---

<sup>6</sup>Reza Yunanto, "Infografis 85 Persen Milenial Rentan Terpapar Radikalisme," *INews.Id Multimedia* (Jakarta, 2020), <https://www.inews.id/multimedia/infografis/infografis-85-persen-milenial-rentan-terpapar-radikalisme>.

<sup>7</sup>By Mayumi Fukuyama, "Society 5.0 : Aiming for a New Human-Centered Society," no. August (2018): 47–50, [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf).

merancang konsep inti dari 5<sup>th</sup> *Science and Technology Basic Plan* yang dikenal dengan Society 5.0.

Era society 5.0 merupakan konsep yang mengimplementasikan teknologi yang muncul akibat dari era 4.0 dengan pertimbangan aspek humaniora sehingga dapat membantu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dan menciptakan keberlanjutan.<sup>8</sup> Berbeda dengan era 4.0 yang menitikberatkan teknologi sebagai mesin untuk mengakses dan mengolah informasi, era society 5.0 justru menjadikan teknologi dan fungsinya sebagai bagian yang menyatu dengan manusia, sehingga teknologi tersebut dapat mempermudah dan membantu manusia menyelesaikan pekerjaannya.

Kecanggihan media informasi dan komunikasi di era 5.0 ini juga akan tetap mempengaruhi jaringan konektivitas masyarakat di media sosial. Dikarenakan daya sebar informasi yang kuat di media sosial dapat mempengaruhi sistem penerimaan informasi masyarakat dengan layanan yang cepat dan mudah. Dalam konsep era 5.0 setiap orang akan dipacu untuk lebih kreatif dan inovatif terutama pada bidang industri media informasi dan komunikasi.

Setidaknya ada sembilan layanan masa depan yang dapat digunakan oleh masyarakat, diantaranya; 1) pemukiman dan perkotaan, layanan ini akan mendorong produktifitas antar masyarakat; 2) energi, layanan ini akan menghadirkan *decentralized micro grids* yang dapat membangkitkan energi listrik diberbagai daerah, termasuk daerah terpencil; 3) pencegahan dan mitigasi bencana, layanan ini akan memudahkan manusia dalam mengakses potensi bencana dan dapat membantu proses pendistribusian bantuan bagi korban bencana alam 4) kesehatan, pelayanan kesehatan dapat dilakukan dengan cepat dan mudah dengan sistem integrasi *telemedicine*; 5) agrikultur dan pangan, layanan ini akan berimplikasi pada peningkatan teknologi pertanian dengan sistem robot dan FVC (*Food Value Chain*).6) manufaktur; layanan ini menghadirkan robotika manufaktur yang dapat memberikan kepuasan bagi customer dalam layanan jasa; 7) Finance (kuangan), layanan ini sudah mulai dirasakan oleh masyarakat

---

<sup>8</sup>Umar AL Faruqi, "Survey Paper : Future Service in Industry 5 . 0" 02, no. 01 (2019): 67–79.

terhadap kemudahan layanan transaksi yang bermula dari konsep *cashless transaction* menuju gagasan *financial technology*; 8) layanan publik, layanan ini menawarkan akses yang mudah bagi masyarakat dalam mengakses berbagai kebutuhan sehari-hari baik yang bersifat administratif maupun operasional; dan 9) logistik, layanan yang memudahkan manusia mendistribusikan barang sesuai dengan jalur yang ditetapkan secara *data driven*.<sup>9</sup>

## B. Profil Dai sebagai Komunikator dan Konten Kreator

Dai ditinjau secara terminologi adalah individu, kelompok, atau lembaga organisasi yang melaksanakan dakwah secara lisan, tulisan, dan perbuatan baik untuk menyebarkan ajaran Islam.<sup>10</sup> Abdullah Nasih Ulwan mengkonstruksikan dai sebagai pembangun dan pengembang masyarakat Islam bertugas dan berperan sebagai tutor, educator, orator, mentor, pembuka dialog, budayawan, dan penulis.<sup>11</sup> Dalam konteks yang lebih luas, dai tidak hanya berperan sebagai penyampai misi dakwah, tetapi juga sebagai figur atau teladan dalam bersikap dan berperilaku.

Dai sebagai komunikator harus mampu menjadi sumber kepercayaan (*source credibility*) dan sumber daya tarik (*source attractiveness*). Dalam perannya sebagai komunikator dai harus menjadi pusat yang mudah dipercaya komunikasi. Kepercayaan atau kredibilitas yang tumbuh dari komunikasi kepada komunikator akan memberi efek positif bagi suksesnya dakwah tersebut. Begitupun sebaliknya, bila dai tidak dapat menumbuhkan kepercayaan komunikasi (*mad'u*), maka dakwah tidak akan efektif.<sup>12</sup> Dai yang kredibel bersumber dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian dan dinamika.<sup>13</sup>

Dai juga harus memahami bahwa objek dakwah memiliki harapan-harapan atau haknya yang harus diperhatikan. Seperti apa yang diulas dalam teori

---

<sup>9</sup>Ibid.

<sup>10</sup>Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), p.76.

<sup>11</sup>A. Ilyas Ismail and Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), p.75.

<sup>12</sup>Endin Nasrudin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), p. 140.

<sup>13</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2014), p. 106.

harapan *Expectancy Violation Theory* (EVT) yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor penting yang mempengaruhi harapan seseorang, diantaranya; karakteristik komunikator, hubungan, dan konteks dimana interaksi itu terjadi.<sup>14</sup> Oleh sebab itu, para dai dituntut untuk memiliki delapan kriteria berikut; 1) kemampuan berkomunikasi; 2) kemampuan penguasaan diri; 3) pengetahuan psikologi; 4) pengetahuan kependidikan; 5) pengetahuan agama; 6) pengetahuan al-Qur'an; 7) pengetahuan hadis; dan 8) pengetahuan umum.<sup>15</sup> Sedangkan kriteria dai dalam konteks era society 5.0 ialah kemampuan penguasaan media dan teknologi.

Jelaslah bahwa, posisi dai sebagai komunikator memegang peran yang sangat penting dalam komunikasi dakwah, kredibilitas dan kemampuan dai dalam memahami objek dakwah (mad'u/komunikasikan dakwah) menjadi kunci misi dakwah dapat berhasil. Apalagi dalam menghadapi era society 5.0 tentu para dai dihadapkan oleh beragam kebutuhan dakwah termasuk terpenuhinya kebutuhan mad'u milenial terhadap pesan-pesan dakwah yang lebih kontekstual dan kekinian.

Kemunculan dai populer di berbagai media sosial seperti Facebook dan Youtube, menunjukkan bahwa para dai telah mentransformasikan pesan-pesan dakwah yang bersifat tradisional dan konvensional menjadi digital (digitalisasi konten dakwah). Upaya digitalisasi ini sebagai bentuk respon terhadap berkembangnya era digital, dimana setiap pengguna dengan cepat dapat mengakses berbagai konten yang ada di media sosial. Bahkan media sosial dapat dijadikan media dakwah yang efektif dalam menyampaikan dakwahnya secara *up to date*.<sup>16</sup> Ketika para dai memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya, maka secara personal dai telah berperan sebagai konten kreator.

Lalu muncul pertanyaan, seperti apa peran dan profil dai sebagai konten kreator? Konten kreator saat ini telah menjadi sebuah profesi yang banyak diminati oleh kalangan milenial. Konten kreator adalah orang atau individu yang

---

<sup>14</sup>Richard West and Lynn H Tunner, *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*, ed. Brian Marswendy, 3rd ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2014). p. 154.

<sup>15</sup>Samsul Munir Amin', *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013). p.79.

<sup>16</sup>A Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019):339356, <http://www.jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>.

merancang dan membuat program konten berupa gambar, tulisan, video atau kombinasi dari produk audio-visual untuk tujuan tertentu. Konten kreator juga sering disebut sebagai pekerja kreatif yang kerap memanfaatkan media sosial sebagai media utama untuk menyampaikan pesan dan informasinya.

Banyaknya kemunculan konten kreator pada saat ini merupakan imbas dari pesatnya teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet di era 4.0. Hal tersebut nampak dari semakin tingginya tingkat penggunaan media sosial seperti Youtube untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat. We Are Social pada Januari 2021 mencatat bahwa 94% persen penduduk Indonesia mengakses Youtube dalam sebulan terakhir (Akhir Januari 2021). Ia menyebutkan bahwa pengakses Youtube tersebut berada pada rentang usia 16-64 tahun.<sup>17</sup>

Youtube sebagai salah satu media sosial telah menjadi media dakwah yang relevan dalam konteks kekinian, terlebih saat memasuki era society 5.0. Ada banyak media serupa yang akan muncul menghiasi ruang virtual masyarakat. Disinilah peran penting para dai sebagai konten kreator. Mereka harus mampu memanfaatkan berbagai media sosial yang populer untuk dikemas menjadi media dakwah. Terlepas dari paradigma lama yang menyebut bahwa, dakwah hanya dilakukan dari mimbar ke mimbar, atau hanya dilakukan dari satu masjid ke masjid lainnya.

Era society 5.0 pasti akan mengemas produk-produk tradisional menjadi digital atau produk-produk tersebut di-digitalisasi, sehingga setiap orang dengan mudah mengakses dakwah dari berbagai *smartphone*/perangkat yang mereka miliki. Tentu hal ini menjadi peluang bagi banyak orang untuk ikut berpartisipasi menjadi bagian dari perekayasa media dan konten kreator. Selain dapat mencurahkan daya imajinasi dan kreatifitasnya, konten kreator juga dapat keuntungan atau profit dari produk konten yang dibuatnya di Youtube. Hal tersebut juga menyebabkan banyaknya para dai menggunakan Youtube sebagai salah satu media dakwah. Seperti; ustad Adi Hidayat, Abdullah Gymnastiar,

---

<sup>17</sup>Andrea Lidwina, "94% Orang Indonesia Akses YouTube Dalam Satu Bulan Terakhir," *Databooks* (Jakarta, 2021), <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>.

Abdul Shomad, Buya Yahya, Yusuf Mansur, Sholeh Mahmud, dan beberapa ustad lainnya.

Konten kreator dianggap menjadi salah satu penguat profesionalisme dai pada saat ini. Kenapa demikian? Saat ini para dai dihadapkan pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang saling terhubung dengan cepat dan mudah. Masyarakat tradisional telah bertransformasi menjadi masyarakat informasi yang selalu membutuhkan layanan informasi. Bahkan menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai ekonomis.

Kompetensi dan bidang keahlian para dai di era society 5.0 dituntut lebih kompetitif terutama meliputi, *creativity, critical thinking, communication, dan collaboration*, atau yang biasa dikenal dengan 4C. Selain itu para dai juga diharapkan menguasai beberapa kompetensi yang diantaranya; *leadership, digital literacy, emotional intelligence, entrepreneurship, global citizenship, problem solving, dan team working*.<sup>18</sup> Beberapa kompetensi ini harus dikuasai para dai sehingga dapat meningkatkan profesionalisme dai yang responsif dan transformatif.

Dalam perspektif era 5.0, konten menjadi salah satu elemen dasar yang memegang peranan penting dalam transformasi teknologi media. Ada banyak platform media sosial yang selalu membutuhkan konten setiap harinya. Konten tersebut dapat dikemas dan dielaborasi dengan berbagai pendekatan, sehingga memberi manfaat bagi objek dakwah.

### C. Strategi Pengembangan Dakwah dalam Menghadapi Era Society 5.0

Henry Mintberg menjelaskan bahwa strategi adalah usaha yang terencana untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>19</sup> Setidaknya ada tiga elemen penting dalam strategi yakni, terencana, terukur, dan sistematis. Secara aplikatif strategi dapat dijadikan salah satu perangkat yang mendukung terlaksananya dakwah yang

---

<sup>18</sup>Risdianto, E. (2019). *Akademia*. Retrieved 07 2019, 19, From [https://www.academia.edu/38353914/Analisis\\_Pendidikan\\_Indonesia\\_Di\\_Era\\_Revolusi\\_Industri\\_4.0.Pdf](https://www.academia.edu/38353914/Analisis_Pendidikan_Indonesia_Di_Era_Revolusi_Industri_4.0.Pdf)

<sup>19</sup>Achmad Baidowi and Moh. Salehudin, "Strategi Dakwah Di Era New Normal," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (2021): 58–74.

efektif bagi masyarakat (mad'u/objek dakwah). Ada tiga bentuk strategi dakwah; 1) strategi sentimental (*Manhaj al-A'thifi*) yakni, strategi dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin objek dakwah; 2) strategi rasional (*Manhaj al-Aql*) yaitu, strategi dakwah yang memfokuskan pada aspek akal dan pikiran; 3) strategi indrawi (*Manhaj al-Hissi*).<sup>20</sup>

Strategi pengembangan dakwah memegang peranan yang penting dalam menentukan metode, siasat, dan taktik yang digunakan dalam aktifitas dakwah. Keterbukaan akses internet dan teknologi informasi mengisyaratkan bahwa strategi pengembangan dakwah harus mampu menjangkau sistem jaringan komunikasi yang digunakan oleh masyarakat. Para dai seyogyanya tidak merasa mapan dengan memiliki kemampuan retorika saja, melainkan didukung juga oleh kemampuan dalam bidang teknologi komunikasi. Para dai di era ini dituntut untuk mampu menguasai keterampilan teknis seperti manajemen media dan desain komunikasi visual.

Berkaca dari tantangan dakwah di era 4.0 dan 5.0 maka para dai dituntut untuk mampu menyusun strategi pengembangan dakwah yang tepat. Diawali dengan membangun komitmen dan kesungguhan untuk mampu bersikap dan melakukan tindakan yang jelas dan terukur, diantaranya; *pertama*, para dai harus membangun dan mengembangkan sistem informasi yang menghubungkan para dai yang satu dengan lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menyamakan misi dan membangun sub sistem yang terintegrasi dengan teknologi komunikasi yang mutakhir. Sistem informasi ini juga yang menjadi arah bagi para dai dalam menentukan konten dakwah apa yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan objek dakwah.

*Kedua*, para dai harus mampu mengembangkan kompetensi literasi digital bagi objek dakwah. Hal ini dimaksudkan agar objek dakwah mampu memfilter informasi dan mencegah tersebarnya berita bohong (hoaks) dan ujaran kebencian atas nama agama. Dalam konteks ini para dai juga berperan sebagai

---

<sup>20</sup>T. Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi Asyarah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

agen literasi digital dan ikut berkontribusi terhadap meningkatnya kompetensi literasi di masyarakat. *Ketiga*, para dai dituntut untuk peka terhadap persoalan yang muncul dan tidak bersifat pasif. Dai sebagai pelopor tersebarnya misi dakwah harus ikut andil menjawab tantangan zaman yang semakin kuat.

*Keempat*, para dai harus mampu melakukan Gerakan dakwah yang terapeutis (bersifat menyembuhkan). Mengingat problem psikis masyarakat di era 4.0 yang semakin kompleks.<sup>21</sup>*Kelima*, para dai dituntut untuk menjadi agen moderasi beragama, yang intens menyampaikan pesan-pesan perdamaian dan berupaya mengedukasi masyarakat tentang bahaya pemahaman agama yang ekstrimis, radikal, dan intoleran.

Selain beberapa hal tersebut para dai juga dapat mengembangkan dakwah dengan menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Youtube dan Facebook. Akan tetapi perlu diperhatikan beberapa hal penting yang harus dilakukan para dai dalam mengemas dakwah di beberapa platform media sosial tersebut, diantaranya sebagai berikut; *pertama*, para dai harus mampu menguasai karakteristik dan target penonton (Youtube). Target penonton (objek dakwah/komunikasi) terdiri dari usia, jenis kelamin, dan *Social Economic Status* (SES). *Kedua*, narasi atau bahasa naskah harus disesuaikan dengan target penontonya. Ini bertujuan untuk menarik peminat penonton. *Ketiga*, penentuan format acara. Para dai dapat menentukan format acara yang menarik, misal format podcast, film pendek, video shalawat, dan lain sebagainya. *Keempat*, menguasai proses produksi audio-visual. Pada proses ini para dai harus membentuk *team work* yang memiliki kemampuan dalam membuat konten dakwah digital.

## Simpulan

Para dai sebagai komunikator utama dalam dakwah memiliki peran dan tanggung jawab yang semakin berat. Terpaan arus teknologi informasi dan komunikasi yang akan berkembang di era 5.0 harus disikapi dengan memperkuat profesionalisme dai dan strategi pengembangan dakwah yang tepat, terukur, dan

---

<sup>21</sup>Enjang Muhaemin, "Dakwah Digital Akademisi Dakwah," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 341–356.

sistematis. Dakwah di era 5.0 tidak lagi terpusat di satu titik dan mengandalkan satu segmen media dakwah saja, melainkan harus lebih transformatif, responsif, dan adaptif.

Profil dai juga harus lebih kompetitif dengan mengembangkan berbagai bidang keahlian yang relevan dengan era 5,0 seperti; meningkatnya kreatifitas, berpikir kritis, jaringan komunikasi yang luas, dan mampu berkolaborasi dengan *team work*. Selain itu diperlukan juga beberapa penguatan kompetensi lainnya seperti dalam bidang kepemimpinan, enterpreneruship, literasi digital, pemecah masalah sosial, meningkatnya kecerdasan emosional dai, dan keterlibatan dai dalam komunitas global.

Strategi konten kreator juga menjadi salah satu solusi yang penting dalam strategi pengembangan dakwah. Profil dai sebagai konten kreator dapat mengoptimalkan peran dai dalam berdakwah di berbagai platform media sosial. Mengingat tingginya kebutuhan masyarakat milenial Indonesia terhadap layanan informasi. Semoga para dai dapat mengaktualisasikan dirinya dan berkontribusi bagi suksesnya misi dakwah yang *rahmatan lil'alam*.

### Daftar Pustaka

- Amin', Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah*. 4th ed. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Baidowi, Achmad, and Moh. Salehudin. "Strategi Dakwah Di Era New Normal." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (2021): 58–74.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Faruqi, Umar AL. "Survey Paper : Future Service in Industry 5 . 0" 02, no. 01 (2019): 67–79.
- Fukuyama, By Mayumi. "Society 5 . 0 : Aiming for a New Human-Centered Society," no. August (2018): 47–50. [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf).

- Hecklau, Fabian, Mila Galeitzke, Sebastian Flachs, and Holger Kohl. "Holistic Approach for Human Resource Management in Industry 4.0." *Procedia CIRP* 54 (2016): 1–6. <http://dx.doi.org/10.1016/j.procir.2016.05.102>.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ismail, A. Ilyas, and Prio Hotman. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Lee, Jay, Edzel Lapira, Behrad Bagheri, and Hung an Kao. "Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment." *Manufacturing Letters* 1, no. 1 (2013): 38–41.
- Lidwina, Andrea. "94% Orang Indonesia Akses YouTube Dalam Satu Bulan Terakhir." *Databooks*. Jakarta, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>.
- Muhaemin, Enjang. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 341–356.
- Nasrudin, Endin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Nastiti, Faulinda Ely, and Aghni Rizqi Ni'mal 'Abdu. "Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0." *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 5, no. 1 (2020): 61–66.
- Sukayat, T. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Sung, Tae Kyung. "Industry 4.0: A Korea Perspective." *Technological Forecasting and Social Change* 132 (2018): 40–45.
- West, Richard, and Lynn H Tunner. *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Edited by Brian Marswendy. 3rd ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Wibowo, A. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 339–356. <http://www.jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>.
- Yunanto, Reza. "Infografis 85 Persen Milenial Rentan Terpapar Radikalisme." *INews.Id Multimedia*. Jakarta, 2020. <https://www.inews.id/multimedia/infografis/infografis-85-persen-milenial-rentan-terpapar-radikalisme>.

