

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2023

ISSN: 2722-1431 (p); 2722-144X (e)

*Academic Journal of
Da'Wa and Communication*

Academic Journal of Daw'wa and Communication

Editorial Team:

Penanggung Jawab

Islah (Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta)

Editor-In-Chief

Kamila Adnani, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Managing Editor

Fathurrohman Husen, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Editor

Ulfa Fauzia Argestya, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Joni Rusdiana, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Ika Sulistyarini, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Puput Yanita Senja, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Rini Wulandari, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Maya Sandra Rosita Dewi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Arina Rahmatika, STAI Sunan Pandanaran Yogyakarta, Indonesia

Reviewer

Abdul Karim, (SCOPUS ID: 57196185152), UIN Walisongo Semarang, Indonesia

Agus Wahyu Triatmo, (SCOPUS ID:57226894008), Universitas Sebelas Maret, Surakarta,
Indonesia

Akhmad Anwar Dani, (SCOPUS ID: 57220007270), UIN Raden Mas Said Surakarta,
Indonesia

Ahmad Izudin, UIN Sunan Kalijaga Sunan Kalijaga, Indonesia

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, UIN Raden Mas Said, Indonesia

Abraham Zakky Zulhazmi, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Ahmad Hidayatullah, UIN Abdurrohman Wakhid Pekalongan, Indonesia

Dyah Fitria Kartika, Universitas Tadulako, Indonesia

Rifqi Fairuz, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Salatiga, Indonesia

Rama Kertamukti, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Miftahur Ridho, UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Alamat Redaksi:

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Email: ajdcjournal@gmail.com

Academic Journal of Da'wa and Communication

Daftar Isi

Strategi Komunikasi Krisis BKN terhadap Kecurangan Seleksi Calon Aparatur Sipil Negara Tahun 2021 <i>Muhammad Arya Raharji Najib</i>	1-22
Dampak Peran Ganda Petani Perempuan dalam Kehidupan Rumah Tangga di Masa Kini <i>Hamdani Thaha, Vera Yuniar</i>	23-38
Pembacaan <i>Rotibul Haddad</i> sebagai Sarana Dakwah Nahdlatul Ulama di Desa Sedah, Ponorogo <i>Fauza Ni'amatul Mubarakah, Akhmad Rifa'i</i>	39-56
<i>Dakwah bil Lisan</i> dan Religiusitas Generasi Milenial <i>Ghalda Amatullah, Agus Wahyu Triatmo</i>	57-78
Etika Bermedia: Menyebarkan Foto dan Video Tanpa Izin Termasuk Melanggar Privasi <i>Nanda Elma Fitriani, Ela Indah Dwi Syayekti, Muhammad Syarif Hidayatullah</i>	79-94
Tantangan Dakwah Digital Perspektif Herbert Marcuse <i>Danur Putut Permadi</i>	95-112
Makna <i>Life Goals</i> dalam Film Rentang Kisah: Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov <i>Devi Putri Aji, Kamila Adnani</i>	113-134
<i>Author Guideline</i>	135



Academic Journal of Da'wa and Communication

Tantangan Dakwah Digital Perspektif Herbert Marcuse

Danur Putut Permadi

Pascasarjana UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

Abstract

Keywords:

*Digitalization of
Da'wah, Pandemi
Covid-19, Herbert
Marcuse*

Digitalization that occurs in human life is inevitable. This has implications for the da'wah process that everyone can feel through various media. Social media has now succeeded in shifting the classic paradigm of da'wah. This paper aims to examine the extent of the transformation of da'wah that occurred during Pandemi Covid-19. Based on a qualitative approach, this study found that da'wah digestion occurred as an implication of social change during the pandemic. Indonesian people who experience a cultural concurrent then try to maximize social media in an effort to meet their needs for spritation. The switching of da'wah activities to the digital world provides a confirmation that post -pandemic society is a digital community. The current condition of the community when viewed from the point of view of Herbert Marcuse is a one -dimensional community. Digitalization of da'wah carried out during Pandemi hints that the community prioritizes pseudo needs, where social media is considered completely important. In addition, with the digitalization of da'wah, people can be trapped in what Marcuse calls the imperium image. Conditions where the appearance dominates the conversation compared to what is the discussion.

Kata kunci:
*Digitalisasi
 Dakwah, Pandemi
 Covid-19, Herbert
 Marcuse*

Abstrak

Digitalisasi yang terjadi dalam kehidupan manusia sudah tidak dapat dihindarkan. Media sosial kini berhasil menggeser paradigma klasik tentang dakwah. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana transformasi dakwah yang terjadi selama pandemi Covid-19. Berdasarkan pendekatan kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa digitalisasi dakwah terjadi sebagai implikasi dari adanya perubahan sosial selama pandemi berlangsung. Masyarakat Indonesia yang mengalami gegar budaya kemudian berusaha memaksimalkan media sosial dalam upaya memenuhi kebutuhannya akan spritualitas. Beralihnya kegiatan dakwah ke dunia digital memberikan penegasan bahwa masyarakat pasca pandemi adalah masyarakat digital. Kondisi masyarakat saat ini apabila dilihat dari sudut pandang Herbert Marcuse adalah masyarakat satu dimensi. Digitalisasi dakwah yang dilakukan selama pandemi menandakan bahwa masyarakat cenderung memprioritaskan kebutuhan semu. Media sosial dianggap sesuatu yang sangat penting. Masyarakat dapat terjebak pada apa yang Marcuse sebut imperium citra. Hal ini merupakan suatu kondisi dimana penampilan lebih mendominasi dibandingkan dengan apa yang menjadi pembahasan.

PENDAHULUAN

Dalam Islam, dakwah adalah media wasilah menuju jalan Allah. Berbagai hal yang dapat dijadikan sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai Islam, itulah yang biasa dikenal sebagai media dakwah. Sampai dengan hari ini, media dakwah Islam setidaknya mempunyai lima jenis, yang diantaranya adalah media lisan sebagai rasanya paling sederhana, kemudian tulis, lukisan, audio visual dan akhlak (Munir, 2009).

Setiap umat Islam oleh Allah SWT diperintahkan untuk menyampaikan dakwah nilai-nilai Islam kepada semua manusia. Hal ini bertujuan agar setiap manusia dapat merasakan kedamaian dalam menjalankan hidupnya di dunia. Dalam Al-Qur'an sendiri hal tersebut jelas diterangkan mengenai wajibnya seorang Muslim untuk

melakukan dakwah. Dalam Surat Ali-Imran ayat 104 misalnya, Al-Qur'an menyatakan bahwa: "*dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung*". (Yahya & Farhan, 2019).

Di era Pandemi Covid-19 ini, dunia dakwah Keislaman mempunyai tantangan besar dalam upayanya menyampaikan syiar Islam kepada ummat Muslim. Karena hal itulah pada masa Covid-19 yang masih berlangsung ini eksistensi dakwah Keislaman mempunyai hal baru, khususnya dengan adanya istilah digitalisasi dakwah. Tentu langkah ini dipilih dengan tujuan agar dakwah Islam dapat berjalan disamping tetap menjalankan aturan pembatasan sosial di Indonesia (Asmar, 2020). Fenomena dakwah di era Pandemi Covid-19 berkembang menjadi fenomena dakwah secara online yang bisa diakses dengan mudah *via youtube, tiktok* maupun aplikasi lainnya. Hal ini mengakibatkan semua konten creator berlomba-lomba membuat konten-konten yang berisikan dakwah semakin lebih mudah dijangkau oleh masyarakat secara luas meskipun masih dalam aturan pembatasan sosial.

Melalui digitalisasi dakwah ini diharapkan menjadi satu alternatif agar syiar Islam tetap bisa *survive*. Bahkan terdapat pondok pesantren yang memilih untuk mempergunakan sosial media dalam upaya dakwah mereka. Melalui digitalisasi dakwah inilah, diharapkan pondok pesantren dapat melakukan pembaharuan mulai dari perluasan jamaah, pemanfaatan metode dakwah yang lain maupun mulai menggunakannya media digital dalam upaya syiar Keislaman (Suprima et al., 2021). Karena suka tidak suka, media digital memiliki banyak fasilitas yang dapat membantu memberikan konten, alih-alih hanya digunakan sebagai bahan konsumsi belaka (Hendrawan, 2021). Salah satu pondok yang menerapkan digitalisasi dakwah ini misalnya saja adalah pondok pesantren Darul Ulum Jombang. Di pondok ini selama Pandemi Covid-19 melakukan pembaharuan syiar Islam

dengan merubahnya ke dalam media digital (Izzulloh & Moebin, 2022).

Dalam kaitannya manusia dan dunia digital, seorang tokoh yang dikenal sebagai Herbert Marcuse memiliki banyak hal yang dia bahas. Herbert Marcuse sendiri adalah salah satu tokoh penting dalam satu kelompok yang disebut Mazhab Frankfurt. Dirinya berfokus pada analisis usaha manusia modern untuk memperluas aspek “dominasi” struktural kapitalisme dalam budaya manusia modern. Pemikiran Herbert Marcuse tentang *One Dimension Man* menjadi karakter dari masyarakat modern saat ini yang berbasis pada industri budaya yang besar. Produktivitas begitu destruktif bagi pertumbuhan dan perkembangan akan kebutuhan umat manusia (Marcuse, 2000).

Marcuse menyatakan bahwa sebelum teknologi masuk ke dalam kehidupan manusia modern, nalar kritik manusia masih dapat berdampingan atau sejajar dengan nalar teknologis. Selain itu kedua nalar tersebut dalam memahami aktivitas individu memiliki tujuan untuk lebih mengenal segala sesuatunya. Tetapi hal itu berubah dan menjadikan manusia menjadi manusia yang berdimensi satu. Di mana realitas dipresentasikan hanya dalam bentuk teknis belaka (Bertens, 2002).

Konsep manusia satu dimensi yang dicetuskan oleh Herbert Marcuse mengkritik keras budaya baru masyarakat modern. Perlu adanya solusi untuk menangani masyarakat industri modern ini. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan sebagai sebuah solusi. Solusi tersebut adalah dengan menghilangkan ciri represif yang muncul dari teknologi.

Bagi Herbert Marcuse, masyarakat industri modern seringkali memiliki tiga ciri utama yang terlihat secara pasti. Tiga hal tersebut diantaranya adalah: *Pertama*, masyarakat modern berada dalam kekuasaan teknologi. Kemajuan yang terjadi baik dari sisi teknologi maupun manusia itu sendiri mengalami sebuah perluasan yang terjadi tidak hanya pada satu sektor kehidupan, tetapi diberbagai

bidang kehidupan manusia. *Kedua*, masyarakat modern menjadi masyarakat yang irasional. Hal irasional ini terjadi karena muncul sebuah peleburan antara produktivitas dengan destruktivitas. Dan yang *ketiga* adalah masyarakat modern menjadi masyarakat yang berdimensi satu. Di mana segala hal dalam kehidupan masyarakat modern diarahkan pada satu tujuan yaitu mempertahankan sistem yang telah mapan (Darmaji, 2013).

Dalam masyarakat teknologi modern, peran manusia menjadi tidak nampak. Teknologi sudah menjadi hal pribadi, bahkan kepentingan golongan yang mempunyai kepentingan yang bisa memaksa banyak orang. Masyarakat seakan-akan tenggelam dalam teknologi tersebut. Ada lima karakter 'masyarakat satu dimensi' seperti dijelaskan oleh Marcuse: administrasi total, bahasa fungsional, penghapusan sejarah, kebutuhan semu, dan imperium citra (Saeng, 2012).

Digitalisasi dakwah memang seakan dianggap sebagai solusi satu-satunya untuk mengatasi ketimpangan realitas keagamaan Islam selama Pandemi. Banyak hal yang dapat diperbuat ketika dakwah Keislaman menggunakan media virtual. Tetapi di sisi lainnya, manusia justru seakan tenggelam dalam realitas digital tersebut. Keter-tenggelaman manusia inilah yang harus segera disadarkan agar manusia tidak terlalu meninggalkan eksistensinya menjadi manusia yang seutuhnya manusia. Hal inilah pula yang menjadi dasar penulis mencoba membedah lebih jauh sisi lain dari adanya digitalisasi dakwah.

Untuk membatasi dan mempertajam pembahasan, penulis akan memusatkan perhatian kepada beberapa pertanyaan ini sebagai acuan dalam pembahasan. *Pertama*, bagaimana sebetulnya gambaran umum adanya digitalisasi dakwah. *Kedua*, sejauh mana peluang digitalisasi dakwah saat ini. *Ketiga*, bagaimana realitas digitalisasi dakwah ini apabila ditinjau dari teori manusia satu dimensi dari Herbert Marcuse.

METODE PENELITIAN

Untuk dapat menghasilkan data yang komprehensif sesuai dengan yang diinginkan, penelitian yang bertema: Digitalisasi Dakwah: Peluang dan Catatan Kaki Dalam Perspektif Herbert Marcuse, ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode pengumpulan data kepustakaan (*library research*). Peneliti berusaha menggali data-data yang dirasa relevan, dan dapat dijadikan bahan untuk penelitian ini (Bakker & Zubair, 2021). Sumber data-data tersebut dapat berupa jurnal, buku, maupun penelitian-penelitian ilmiah lainnya yang membahas digitalisasi dakwah.

Setelah melewati tahapan pengumpulan data, yang selanjutnya adalah peneliti melakukan analisis. Untuk mempermudah upaya analisis tersebut, peneliti sebelumnya telah melakukan reduksi dan pengelompokan data berdasarkan isu-isu utama. Setelah upaya perekduasian serta pengelompokan data tersebut selesai, kemudian baru masuk ke dalam tahapan analisis data dengan menggunakan pendekatan teori Manusia Satu Dimensi dari Herbert Marcuse.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Digitalisasi Dakwah

Potensi yang ditimbulkan dari adanya Pandemi Covid-19 ini adalah dapat menciptakan sebuah kondisi di mana dunia mengalami perbedaan besar dari sebelumnya. Tindakan untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan oleh Covid-19 pada ujungnya akan membawa perubahan besar dalam kehidupan seluruh dunia (Huda, 2021). Setidaknya terdapat tiga tren yang akan hadir akibat adanya Pandemi Covid-19 ini. Tiga hal tersebut diantaranya adalah seperti yang dikutip dari Bremmer:

The first trend is deglobalization; the logistic difficulties brought to light by the current crisis are already pointing to a shift away from global just-in-time supply chains. Yet as economic difficulties

mount, the inevitable growth of nationalism and “my nation first” politics will push companies to localize business operations that favor national and regional supply chains. The third trend, China’s geopolitical rise, has been more than three decades in the making. But while China has successfully transformed itself into an economic and technological superpower, no one expected it to become a “soft power” superpower. (Susskind, 2021)

Munculnya Pandemi Covid-19 ini pada realitasnya telah merubah peta kehidupan manusia di dunia secara menyeluruh. Dalam hal ini adalah termasuk pada aspek keberagaman masyarakat di dunia tanpa terkecuali. Seluruh negara di belahan dunia sedang berjuang untuk memberantas penyebaran Covid-19 agar dapat bertahan. Dalam hal ini pula dakwah Keislaman dipaksa untuk dapat merubah aktivitas dalam edukasi Keislaman.

Dalam konteks Indonesia dalam menangani persebaran Pandemi Covid-19 ini dilakukanlah salah satu upaya yang dikenal sebagai *lockdown*. Selain itu pun Pemerintah Indonesia juga menerapkan aturan PSBB, maupun PPKM (Ayu et al., 2021). Aturan-aturan tersebut dibuat berdasarkan pengalaman penanganan yang dilakukan oleh negara-negara di berbagai belahan dunia (Susanna, 2020). Kebijakan ini menuntut agar setiap orang tetap berada di rumah, dan semua aktivitas di luar rumah dihentikan. Untuk itulah masyarakat di berbagai tempat saling bekerjasama memutus rantai penyebaran Covid-19, mulai dari membumikan tradisi *padasan* di depan rumah, melakukan penyemprotan cairan desinfektan, hingga menggerakkan lagi kegiatan ronda malam demi membatasi mobilitas masyarakat setempat (Permadi, 2021). Termasuk dalam hal ini adalah aktivitas dakwah keagamaan di tengah-tengah kerumunan pada umumnya. Dakwah di era Pandemi Covid-19 berkembang kedalam ranah digital. Banyak sekali konten-konten yang berisikan dakwah yang terjadi di era Pandemi. Banyak konten creator berlomba-lomba menampilkan konten dakwah yang kekinian di social media seperti Youtube, Instagram maupun tiktok.

Dakwah sendiri memiliki dua pemaknaan yaitu bermakna menyembah atau dalam hal ini hubungan vertikal kepada Allah SWT, dan makna yang kedua adalah berhubungan dengan kegiatan seruan kepada sesamanya atau hubungan secara horizontal (Mala, 2017). Secara istilah, dakwah memiliki pengertian sebuah seruan agar bertindak sesuai dengan ajaran Islam dengan upaya lisan maupun perbuatan dengan niat menyampaikan sebuah kebenaran (Departemen Agama RI, 1987). Bahkan dakwah yang berlangsung di tanah Nusantara terjadi secara halus dalam medium-medium percampuran Islam dengan Kebudayaan Jawa. Dalam Khazanah kebudayaan Jawa misalnya, dakwah Keislaman justru dapat dilakukan dalam wujud pengajaran kidung (Permadi, 2022).

Pada jaman sekarang ini dakwah secara lisan di mimbar-mimbar umum tidak terlalu sepopuler dahulu. Munculnya Pandemi Covid-19 ini pun mewajibkan setiap orang untuk tidak di luar rumah dan masyarakat dianjurkan beraktivitas secara virtual. Hal ini sebagai upaya memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Karena hal inilah digitalisasi dakwah menjadi salah satu pilihan untuk menciptakan iklim Keagamaan yang tetap baik.

Digitalisasi dakwah sendiri dimaknai sebagai upaya untuk memberikan atmosfer Islami di berbagai media digital. Media digital dipilih karena konten dakwah yang tersebar di di media digital akan dapat dengan mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat. Dengan menggunakan media digital ini upaya dakwah tetap memiliki ruh keagamaan untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik. Dengan media digital pula kegiatan dakwah dapat dinikmati oleh banyak masyarakat tanpa terjadinya kerumunan seperti yang terjadi di mimbar-mimbar umum.

Digitalisasi dakwah adalah sebagai alternatif bagi masyarakat Islam dalam upaya memenuhi kebutuhan spiritualnya di masa Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Era saat ini adalah era di mana semuanya dapat terjadi dengan cepat, oleh karena itulah tantangan

dakwah di era digital ini bukan hanya sebatas bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterima oleh semua elemen masyarakat, tetapi tentang bagaimana memilih konten-konten dakwah Keislaman yang menarik dan diminati oleh semua lapisan masyarakat yang tetap sesuai dengan Islam (Riza & Hidayah, 2021).

Media sosial bagi masyarakat sekarang dijadikan sebagai ruang publik baru yang membuat mereka dapat memperoleh informasi dengan cepat. Para pendakwah Islam harus mampu membaca realitas ini dan dapat bertindak secara adaptif agar bisa menyampaikan isi dakwah sesuai dengan perkembangan teknologi. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi akan memberikan instrumen yang mudah dipakai serta memberikan manfaat praktis bagi pemakainya untuk membangun kelompok virtual sesuai dengan klasifikasi masing-masing penggunaannya (Davis, n.d.).

Digitalisasi dakwah dalam bentuk visual dapat disusun dalam membangun komunikasi dakwah di media sosial secara efektif. Permasalahannya adalah dapatkah pendakwah mendigitalisasikan dakwahnya agar dapat menarik perhatian penonton?. Apalagi seperti yang kita semua telah ketahui bahwa masyarakat sosial kini terklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu masyarakat nyata dan masyarakat virtual. Dalam konteks digitalisasi dakwah, video dakwah adalah salah satu media yang terpopuler (Wibowo, 2020).

Para pendakwah pada era sekarang ini diharuskan mempunyai kemampuan dalam mengoperasikan media, disamping handal dalam ranah Keislaman. Pemahaman akan medan dakwah kini juga menysasar pada pemahaman ketrampilan media komunikasi. Bukan lagi hanya sekedar bersaing secara kharismatik untuk menarik minat masyarakat secara luas.

Dalam krisis yang tengah terjadi karena Pandemi Covid-19 seperti inilah dakwah Keislaman harus bisa tetap bertahan dalam memberikan asupan spiritual ummat Islam. Digitalisasi dakwah adalah menjadi salah satu pilihan yang tidak bisa dihindarkan lagi. Hal

ini bukan hanya dikarenakan tuntutan jaman yang terus berkembang, tetapi ini pun juga berkaitan dengan efektivitas yang dibawa oleh media digital. Selain itu keadaan di masa Pandemi Covid-19 pun menuntut kita semua untuk menjaga jarak dan menghindari kerumunan.

Melalui media digital ini diharapkan dapat terjadi peningkatan dalam perkembangan dakwah Keislaman. Seperti yang kita ketahui Islam adalah agama yang berlaku diberbagai era, sehingga dengan adanya digitalisasi dakwah ini pun diharapkan dakwah menjadi lebih bervariasi mengikuti perkembangan jaman. Upaya digitalisasi dakwah yang mencoba mengikuti arah perubahan jaman ini selaras dengan apa yang ada di dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125. Ayat tersebut berbunyi:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”*

Peluang Hadirnya Digitalisasi Dakwah

Kegiatan dakwah yang dilakukan di media sosial adalah salah satu upaya atau strategi yang cukup baik untuk menarik banyak orang. Banyak hal-hal yang dirasa lebih baik dibandingkan menggunakan metode tradisional – yaitu dengan cara orasi di mimbar-mimbar, saat melakukan upaya dakwah. Kemudahan yang dirasa lebih baik saat menggunakan media sosial adalah bahwa pesan para pendakwah akan lebih cepat diterima oleh para pemirsanya dibandingkan dengan menggunakan metode ceramah biasa (Mistarija, 2021). Hal ini terjadi karena di media sosial pada umumnya para pendakwah akan bebas

menyisipkan ilustrasi-ilustrasi untuk mendukung penjelasan materi yang disampaikan.

Selain itu konten dakwah yang terdapat di media sosial memungkinkan memiliki jumlah penonton yang begitu heterogen dan dapat dilihat oleh semua elemen masyarakat dengan berbagai usia dan latar belakang pendidikannya. Ini dapat terjadi karena dalam layar kaca sebelum tampil, para pendakwah seringkali akan melakukan *setting* lokasi dan dekorasi agar suasana saat direkam mendukung. Apabila ingin mendapat perhatian lebih pada kalangan muda misalnya, pendakwah tinggal memberikan nuansa serba berwarna dan stylish.

Hal yang tidak kalah penting dan memberikan kemudahan bagi semua masyarakat adalah bahwa isi dakwah dapat didengarkan berulang kali oleh penonton. Ini tentu memberikan kemudahan bagi masyarakat apabila tidak sempat atau tertinggal materi dakwah yang disampaikan oleh ulama di media sosial. Kemudahan ini tentu tidak kita dapatkan manakala dakwah tersebut dilaksanakan atau terjadi secara langsung di mimbar-mimbar umum.

Disamping memiliki berbagai kemudahan yang terdapat di dalam media sosial, dakwah yang dilakukan melalui media digital pun memiliki manfaat lain. Hal yang paling terasa adalah kini kita memiliki akses informasi keagamaan yang lebih luas dan dapat mencari berbagai jenis informasi keagamaan. Informasi-informasi maupun data yang ada di media digital pun akan tetap di sana sampai kapan pun. Tentu ini memberikan kita kemudahan karena kita memiliki “perpustakaan” yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun.

Dengan jangkauan yang luas, media digital membuat kita dapat mengenal orang-orang di berbagai tempat yang sebelumnya tidak kita kenal. Karena seperti yang kita tau bahwa media digital dapat menghubungkan kita semua di berbagai tempat tanpa batasan ruang dan waktu. Sehingga jarak fisik antara satu orang dengan orang yang lainnya bukan lagi menjadi sebuah masalah.

Kehidupan masyarakat modern yang serba terbuka membuat kegiatan dakwah dapat dijumpai di ruang-ruang maya. Akses umat Islam untuk mendapatkan informasi keagamaan dirasa semakin mudah. Digitalisasi dan percepatan informasi ini dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah Keislaman. Karena pentingnya upaya digitalisasi dalam ranah dakwah inilah, penting kiranya diperhatikan dua hal penting sebagai catatan. Dua hal penting tersebut adalah ketrampilan dalam mengelola perangkat komunikasi dan yang tidak kalah penting adalah kemampuan untuk mensintesis pesan Islam melalui media digital.

Kemampuan untuk menjalankan atau mengoperasikan perangkat baru – yaitu media digital, yang sebelumnya mungkin para pendakwah belum terlalu “dekat” dengan hal tersebut. Dalam digitalisasi dakwah, seorang ulama diwajibkan untuk dapat memiliki wawasan digital. Para pendakwah yang mengalami gagap teknologi cepat atau lambat akan “tertinggal” apabila harus bersaing dengan pendakwah yang lain yang lebih mumpuni dalam hal ilmu digital. Hal ini karena para penonton di media digital mencari bukan hanya wawasan keagamaan belaka, lebih dari itu penonton pun kadangkala lebih menyukai sebuah konten digital yang relevan untuk mereka – dapat berupa isu kekinian, cara pembawaan dakwah, maupun tata letak dalam pemilihan lokasi video. Apabila hal-hal ini tidak dipahami dan dijadikan pertimbangan seorang pendakwah yang terjun di media digital, bukan tidak mungkin mereka akan “tertinggal”.

Hal kedua yang perlu untuk dipertimbangkan adalah kemampuan para pendakwah untuk dapat mensintesis pesan-pesan Keislaman dalam bingkai media digital. Tentu bagi sebagian prang yang lebih terbiasa dakwah dalam tradisi cemarrah di mimbar umum akan tidak mudah bergeser pada tradisi baru yaitu dakwah digital. Seorang pendakwah perlu merumuskan bagaimana pesan bisa tersampaikan dengan baik melalui medium virtual disaat seorang pendakwah tidak berinteraksi secara langsung dengan para penonton.

Digitalisasi Dakwah: Sebuah Catatan Kaki

Pemanfaatan media komunikasi massa berkaitan dengan urusan kepentingan ekonomis dan finansial. Dalam pemanfaatan media komunikasi digital terdapat berbagai hal yang harus dilakukan oleh seorang pendakwah. Hal-hal tersebut diantara adalah: mengenai bagaimana menjalankan dakwah dengan baik di ruang maya, bagaimana agar terkesan rapi bersih dengan lokasi pengambilan gambar yang tidak berinteraksi dengan penonton.

Sebuah dakwah yang tersaji di ruang-ruang virtual yang berlangsung selama ini – khususnya di masa Pandemi Covid-19 cenderung menampilkan citra yang berlebihan. Misalnya saja ada tokoh publik dakwah di ruang maya berbicara mengenai hikmah hidup sederhana. Dirinya dapat dengan baik menyampaikan materi kajian, tetapi dalam layar virtual yang ditampilkan adalah dekorasi-dekorasi yang serba gemerlap, busana yang mewah sampai atribut yang di *setting in frame* terkesan berkelas. Tentu ini menyiratkan sebuah keborosan yang melenceng dari isi kajian yang hendak disampaikan.

Berpijak pada dominasi citra saat manusia modern hidup di dalam imperum citra. Masyarakat modern saat ini lebih mengedepankan citra atau penampilan dibandingkan dengan pesan yang akan disampaikan. Sehingga untuk menarik minat banyak penonton, orang-orang terlebih dahulu akan memoles penampilan sebaik mungkin dibandingkan dengan menyiapkan materi dengan matang. Masyarakat modern cenderung menonjolkan hal-hal yang sifatnya terlihat jelas didalam konten tersebut. Sedangkan hal-hal yang sifatnya seperti kualitas dari konten tersebut cenderung dikesampingkan oleh masyarakat modern kekinian.

Digitalisasi Dakwah dan Balutan Kebutuhan Semu

Dunia virtual telah berhasil membuat sejarah baru dalam mengalihkan berbagai aktivitas manusia ke dalam bentuk *human artificial*. Realitas yang dibawa oleh media virtual adalah realitas yang

bersifat semu. Hal ini dikarenakan berbagai kebenaran dalam media virtual justru dimanipulasi dengan tujuan agar masyarakat atau orang yang terjun ke dalam dunia virtual mulai mengikuti bahkan mengkonsumsi kebenaran yang mereka sajikan (Saumantri & Zikrillah, 2020). Akibatnya adalah manusia modern menjadi manusia konsumtif agar memperoleh *sign and value* dari sesuatu yang dikonsumsinya (Oktavianingtyas et al., 2021).

Kegiatan dakwah yang seringkali terjadi di ruang-ruang virtual sebetulnya tidak *se-urgent* kelihatannya. Walaupun di masa Pandemi Covid-19 tengah berlangsung, tetapi pada faktanya kegiatan-kegiatan keagamaan di ruang publik masing saja tetap diadakan. Masih banyak agenda keagamaan yang tetap berjalan, walaupun memang dengan catatan khusus. Mereka yang datang ke ruang publik harus menjaga protokol kesehatan dengan ketat, menjaga jarak dan masih banyak lagi. Fakta ini mengisyaratkan bahwa kegiatan keagamaan di ruang publik belum sepenuhnya mati.

Justru dakwah yang terjadi di ruang-ruang virtual berpotensi mengalami perluasan makna. Ruang virtual yang pada awalnya digunakan sebagai media dakwah alternatif, bisa juga berpotensi menjadi wadah yang tidak dakwah yang tidak maksimal. Tidak sedikit pula digitalisasi dakwah di ruang-ruang virtual hanya dijadikan ajang "memanen" *adsent*. Dakwah yang pada mulanya bertujuan untuk menyebarkan agama Islam dapat berubah arah menjadi ajang bisnis meraup pundi-pundi rupiah bagi pemilik akun youtube misalnya. Konten dakwah yang pada awalnya diniatkan untuk menyebarkan konten-konten dakwah sekarang cenderung bergeser menjadi komersial yang berorientasi pada keuntungan semata.

Penonton konten-konten dakwah di ruang virtual berpotensi akan dijadikan sebagai komoditas dibandingkan sebagai subjek yang sedang butuh asupan spiritualitas. Tentu para penonton tidak akan menyadari hal tersebut. Manakala sang pendakwah dapat menarasikan satu kesan bahwa satu-satunya cara untuk mengisi ulang

keimanan adalah dengan mendengarkan atau menonton konten-konten keagamaan di ruang virtual. Padahal sebetulnya mereka (para penonton) ini pun tidak terlalu membutuhkan aktivitas *streaming* youtube untuk hanya sekedar melihat dakwah di tengah Pandemi Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam masa Pandemi Covid-19 yang menuntut untuk diterapkannya protokol kesehatan dan semua kegiatan dibatasi, banyak sektor kegiatan luar rumah terganggu. Hal tersebut tidak terkecuali terjadi dalam sektor keagamaan. Setelah diterapkannya kebijakan pembatasan sosial, semua kegiatan masyarakat dialihkan ke dalam dunia virtual. Dalam hal ini kegiatan dakwah Keislaman pun mengalami persoalan. Di satu sisi masyarakat Islam memerlukan siaraman rohani spiritualnya, tetapi sisi yang lainnya pun dilarang kegiatan berkerumun.

Untuk mengatasi hal tersebut, diadakanlah satu jenis kegiatan yang berbasis virtual keagamaan. Semua kegiatan keagamaan sekarang serba mengalami digitalisasi, khususnya dakwah Keislaman. Memang dalam penerapannya media digital membawa kemudahan kepada semua umat Islam, karena walaupun sedang berada di rumah sekalipun mereka tetap dapat melakukan kajian Islam. Tetapi di satu sisi lainnya, ternyata digitalisasi dakwah membawa hal lain yang perlu diwaspadai.

Hal-hal memiliki korelasi dengan apa yang pernah dikatakan oleh Herbert Marcuse mengenai Manusia Satu Dimensi. Para realitasnya, digitalisasi dakwah ini memberikan manusia modern peluang dengan apa yang dikenal sebagai dominasi citra. Di mana semua orang berebut perhatian publik dengan berpenampilan baik. Hal lainnya adalah digitalisasi dakwah ini berpeluang menciptakan kebutuhan semu

masyarakat Islam. Karena walaupun memang kegiatan luar rumah dibatasi, pada kenyataannya kegiatan keagamaan di luar pun tetap berjalan. Sehingga semakin lama masyarakat Islam “dibuat” merasa butuh dan merasa bahwa digitalisasi dakwah ini adalah pilihan satu-satunya untuk mengatasi kendala kegiatan dakwah keagamaan selama Pandemi Covid-19.

Saran

Digitalisasi dakwah memang memberikan sumbangsih besar dalam membuat terobosan strategi dakwah Keislaman lebih variatif. Tetapi layaknya sebuah pisau bermata dua, digitalisasi dakwah pun juga memiliki dampak yang perlu kita waspadai. Munculnya permasalahan degradasi eksistensi manusia perlu untuk dipahami secara baik. Efek yang ditimbulkan oleh media digital pada ujungnya nanti akan membawa umat Muslim menuju jurang kesia-siaan. Untuk itulah sebagai seorang intelektual, seorang Muslim harus dibarengi dengan pemahaman yang baik mengenai dampak yang ditimbulkan oleh adanya digitalisasi media ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmar, (Afidatul. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54-64.
- Ayu, P., Candra, C., Wibawa, G., Kadek, N., & Arieska, C. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Menangani Covid-19. *Ganesha Civic Education Journal*, Vol. 3(1), 10-18. <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/GANCEJ/article/view/349/224>
- Bakker, A., & Zubair, A. C. (2021). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Kanisius.
- Bertens, K. (2002). *Filsafat Barat Kontemporer Inggris - Jerman*. Gramedia.
- Darmaji, A. (2013). Herbert Marcuse tentang Masyarakat Satu Dimensi. *Ilmu Ushuluddin*, 1(6), 515-526.

- Davis, D. (n.d.). Perceived Usefulness (1989), Perceived Easy of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319 – 340.
- Departemen Agama RI. (1987). *Alquran Dan Terjemahnya*. Mahkota.
- Hendrawan, A. (2021). Pemanfaatan Digitalisasi Dakwah (Studi Penelitian Media Dai Persatuan Islam). *Jurnal Al-Ibanah*, 06(01), 40–66.
- Huda, S. (2021). *Reformulasi Paradigma Dakwah dan Komunikasi di Era Pos-Pandemi Covid-19* (pp. 1–25). <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5640484>
- Izzulloh, A. S. H., & Moebin, A. A. (2022). Digitalisasi Dakwah Pondok Pesantren Saat Pandemi Covid-19. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 20–42. <https://doi.org/10.21274/taalum.2022.10.1.20-42>
- Mala, F. (2017). E-Dakwah: Tinjauan Awal Kontestasi Islam, Dakwah, Dan Internet. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(1), 13.
- Marcuse, H. (2000). *Manusia Satu Dimensi* (S. G, Syukur, & Y. Priyasudiarja (eds.); Terjemahan). Yayasan Bentang Budaya.
- Mistarija. (2021). Urgensi Media Digital Dalam Berdakwah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 8(1), 79–91.
- Munir, M. (2009). *Metode Dakwah*. Kencana.
- Oktavianingtyas, Serana, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard and His Main Thoughts. *Propaganda*, 1(2), 113–121.
- Permadi, D. P. (2021). Ronda Malam Pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Franz Magnis Suseno. *International Cenferece on Islam, Law, and Society (INCOILS)*, 1(1), 297–310.
- Permadi, D. P. (2022). Memoir of Kidung Rumecko Ing Wengi in the Frame of Symbolism. *Islah: Journal of Islamic Literature and History*, 3(1), 39–58. <https://doi.org/10.18326/islah.v3i1.39-58>
- Riza, M. H., & Hidayah, V. R. (2021). Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam Di Masa Pandemi Covid-19. *Fastabiq : Jurnal Studi Islam*, 2(1), 45–61. <https://doi.org/10.47281/fas.v2i1.33>

- Saeng, V. (2012). *Herbert Marcuse Perang Semesta Melawan Kapitalisme Global*. Gramedia.
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Jean Baudrillard's Simulacra Theory In The Comunication World Of Mass Media. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247-260. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Suprma, S., Parhan, M., Khairulimam, A., Nurfitriyani, M., & Ababil, S. N. (2021). Dakwah di Masa Pandemi Covid-19: Eksistensi, Problematika Serta Solusi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 85-96. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.8287>
- Susanna, D. (2020). When Will The COVID-19 Pandemic In Indonesia End? *Kesmas*, 15(4), 160-162. <https://doi.org/10.21109/KESMAS.V15I4.4361>
- Susskind, D. (2021). *How Will The World Be Different After COVID-19* (p. 1). Finance and Development.
- Wibowo, A. (2020). Dakwah Berbasis Media dan Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan*, 02(02), 183-199.
- Yahya, M., & Farhan. (2019). Dakwah "Virtual" Masyarakat Bermedia Online. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 4(2), 249-259.