

LAPORAN PENELITIAN



DAKWAH DIGITAL

(Studi Strategi Membentuk Dai Digital di Aceh)

Ketua Peneliti

Dr. A. Rani Usman, M.Si

NIDN : 1311263170

ID Peneliti : 013112631704000

Anggota:

1. Azman, M.I.Kom
2. Risqan Syahira, S.Sos
3. Almuzanni, S. Sos
4. Nazarullah, S.Sos.I

Kategori Penelitian	Penelitian Dasar Pengembangan Program Studi (PDPS)
Bidang Ilmu Kajian	Dakwah dan Komunikasi
Sumber Dana	DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2018

**PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
OKTOBER 2018**

LAPORAN PENELITIAN



DAKWAH DIGITAL (Studi Strategi Membentuk Dai Digital di Aceh)

Ketua Peneliti

Dr. A. Rani Usman, M.Si

NIDN : 1311263170

ID Peneliti : 013112631704000

Anggota:

1. Azman, M.I.Kom
2. Risqan Syahira, S.Sos
3. Almuzanni, S. Sos
4. Nazarullah, S.Sos.I

Kategori Penelitian	Penelitian Dasar Pengembangan Program Studi (PDPS)
Bidang Ilmu Kajian	Dakwah dan Komunikasi
Sumber Dana	DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2018

**PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
OKTOBER 2018**

**LEMBARAN IDENTITAS DAN PENGESAHAN
PENELITIAN PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
LP2M UIN AR-RANIRY**

1. a. Judul Penelitian : DAKWAH DIGITAL
(Studi Strategi
Membentuk Dai Digital
di Aceh)
- b. Kategori Penelitian : Penelitian Dasar
Pengembangan Program
Studi (PDPS)
- c. Bidang Ilmu yang diteliti : Dakwah dan Komunikasi
2. Peneliti/Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Dr. A. Rani Usman, M.Si
 - b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 - c. NIP^(Kosongkan bagi Non PNS) : 196312311993031035
 - d. NIDN : 1311263170
 - e. NIPN (ID Peneliti) : 013112631704000
 - f. Pangkat/Gol. : Pembina Utama Muda/IV-c
 - g. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - h. Fakultas/Prodi : Pascasarjana UIN Ar-
Raniry/KPI
- Anggota Penelitian :
 - a. Anggota Peneliti 1
Nama Lengkap : Azman, M.I.Kom
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi
 - b. Anggota Peneliti 2
Nama Lengkap : Risqan Syahira, S.Sos
Jenis Kelamin : Wanita
Prodi/Fakultas : KPI Pascasarjana
 - c. Anggota Peneliti 3
Nama Lengkap : Almuzanni, S.Sos
Jenis Kelamin : Laki-laki
Prodi/Fakultas : KPI Pascasarjana
 - d. Anggota Peneliti 4 :

Nama Lengkap : Nazarullah, S.Sos.I
Jenis Kelamin : Laki-laki
Prodi/Fakultas : KPI Pascasarjana

- 3 Jumlah Tim Anggota : 5 orang
- 4 Lokasi Penelitian : Aceh Utara-Lhokseumawe
- 5 Jangka Waktu Penelitian : 4 Bulan
- 6 Tahun Pelaksanaan Penelitian : 2018
- 7 Usulan Biaya Penelitian : 21.000.000
- 8 Sumber Dana : DIPA UIN Ar-Raniry
Tahun 2018

Mengetahui Banda Aceh, 15 November
2018

Kepala Pusat Penelitian dan
Penerbitan UIN Ar-Raniry
Banda Aceh Pengusul,

Dr. Muhammad Maulana, M.Ag **Dr. A. Rani Usman, M.Si**
Nip.197204261997031002 NIDN. 1311263170

Menyetujui
Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. H. Warul Walidin, Ak, MA
Nip. 195811121985031007

Abstrak

Profesionalisasi seorang juru dakwah harus mampu menjawab tantangan di era globalisasi seperti yang terlihat sekarang ini. Kehadiran seorang da'i yang profesional dalam melakukan aktivitas dakwah digital yang berbasis internet selain sebagai pesan juga mendorong kemas materi dakwah yang berdampak tertentu bagi audien (sasaran dakwah), di sini media mempunyai peran dan fungsinya sebagai instrumen yang dapat mengubah struktur penyampaian pesan dakwah Islam berbasis media analog atau tradisional yang selama ini dipakai. Di sisi lain hari ini masyarakat ingin belajar secara instan, dengan keterbatasan waktu yang dimiliki, bahkan untuk mendapatkan ilmu dan wawasan keagamaan semakin sempit sehingga perlu adanya terobosan baru yang mesti dilakukan oleh dai khususnya Aceh untuk memanfaatkan media dakwah digital. Penelitian ini mengkaji pelaksanaan dakwah digital, pemahaman dakwah digital pendai, tantangan dakwah digital dan strategi membentuk dai digital di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendakwah harus menjadi subjek dakwah pada penggunaan media dakwah dalam aktivitas dakwah Islam dan dalam aksinya harus menggunakan media media massa, seperti TV, Radio, Koran, Majalah, serta media sosial dan media audio, dalam blog, twitter, facebook sehingga dakwah yang dilakukan dengan multi media tentunya berbasis internet akan memiliki dampak yang signifikan.

Kata kunci; Dakwah, Digital

Kata Pengantar

Dakwah merupakan ajakan seruan, panggilan ajakan kepada dinul Islam. Mengajak kepada kebaikan mempunyai strategi dan metode yang berbeda dari masa ke masa. Pada masa Rasulullah dakwah dilakukan dengan lisan serta menggunakan media mimbar dan alat tempat untuk menulis adalah menggunakan daun lontar. Setelah perkembangan tekonologi informasi maka media digunakan kertas. Dan saat ini dakwah sudah dilakukan dengan digital, yaitu media sudah di bawa ke mana dai itu pergi.

Perkembangan teknologi saat ini sudah memasuki era digital atau yang disebut dengan teknologi industry 4.0. perkembangan informasi sangat cepat oleh karena itu para dai pun sebagaia dari mereka sudah mulai menggunakan isntagram dan facebook misalnya. Namun demikian sebagaia dari dai masih berdakwah secara manual.

Dakwah digita merupakan dakwah yang dilakukan oleh para dai saat ini menggunakan teknologi informas yang canggih. Fenomena dakwah digital sudah mulai memasyarakat. Oleh karena itu kami melakukan penelitian dakwah digital, studi strategi membentuk dai digital di Aceh.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan menelusuri fenomana dai dalam masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik dan dan tramaturgis dari guffman. Penelitian ini dilakukan di Kota Lhok Seumawe, dengan menggunakan informan dari dai yang tingkat pendidikan mereka minimal

sarjana dan menggunakan melakukan dakwah baik melalui digital maupun bukan melalui digital.

Kami dari peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rektor, Bapak Direktur Pascasarjana, karena dengan ada dukungan dana dari DIPA yang disetujui oleh Rektor sehingga kami dapat melakukan penelitian sebagaimana yang diharapkan. Kami sebagai Tim peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini. Kepada Allah kami bersyukur, semoga kita selalu diberi pencerahan guna kita melakukan kebaikan untuk kepentingan mahasiswa dan masyarakat umumnya.

Banda Aceh 15 November 2018

Ketua tim Peneliti
Dr. A. Rani Usman, M.Si

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN KONSEPTUAL.....	12
A. Dakwah dan Komunikasi	12
1. Etimologi Dakwah.....	12
2. Terminologi Dakwah.....	13
3. Definisi Komunikasi	14
4. Dakwah dan Komunikasi.....	17
B. Teknologi, Komunikasi dan Informasi	21
C. Hakikat informasi.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Lokasi Penelitian	28
B. Jenis Penelitian.....	28
C. Informan Penelitian	29
D. Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Pelaksanaan Dakwah Era Revolusi Industri 4.0 di Lhokseumawe.....	33
B. Pemahaman Da'i di Aceh terhadap Dakwah digital	35
1. Pemahaman Sempit.....	37
2. Kebutuhan Umat	39
C. Tantangan dan Peluang Dakwah Digital Di Aceh.....	41
1. Dakwah kearah Positif	41
2. Dakwah dan Pesan Khilafiah.....	43
3. Dakwah Sebagai Profesi	50
4. Menjaga Substansi Pesan.....	55
D. Strategi Komunikasi Membentuk Da'i Dakwah Digital	57
1. Pola kreativitas.....	57

2. Institusi Media Digital	59
3. Solusi Dari Tantangan Dakwah	65
E. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran-saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan global semakin ketat di tengah derasnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era Revolusi Industri 4.0. Semua negara berlomba-lomba untuk melahirkan invensi dan inovasi dengan memperkuat riset dan mutu pendidikan tinggi. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan daya saing tinggi menjadi kunci untuk memenangkan kompetisi di era Revolusi Industri 4.0 ini.¹ Bisa dilihat dari arus globalisasi sudah tidak terbendung masuk ke Indonesia. Disertai dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, dunia kini memasuki era revolusi industri 4.0, yakni menekankan pada pola *digital economy, artificial intelligence, big data, robotic*, dan lain sebagainya atau dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*. Maka dengan menghadapi tantangan tersebut baik perguruan tinggi, lembaga bahkan masyarakat harus siap pasang posisi yang tepat.²

Berkaitan dengan sumber daya, manusia khususnya harus memiliki tuntutan lebih, baik dalam kompetensi maupun kemampuan untuk melakukan kolaborasi antara praktek dilapangan dengan kondisi digital hari ini. Era 4.0

¹ <https://ristekdikti.go.id/menristekdikti-persaingan-global-di-era-revolusi-industri-4-0-semakin-ketat/>

² <http://sumberdaya.ristekdikti.go.id/index.php/2018/01/30/era-revolusi-industri-4-0-saatnya-generasi-millennial-menjadi-dosen-masa-depan/>.

ini akan mampu mengubah konsep pekerjaan, struktur pekerjaan, dan kompetensi yang dibutuhkan dunia pekerjaan. Sebuah survei perusahaan perekrutan internasional, Robert Walters, bertajuk Salary Survey 2018 menyebutkan, fokus pada transformasi bisnis ke *platform* digital telah memicu permintaan profesional sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kompetensi yang jauh berbeda dari sebelumnya.

Era revolusi industri 4.0 juga mengubah cara pandang tentang pendidikan dan dakwah. Berbagai usaha untuk menyebarkan dakwah islami sangat terkait dengan perubahan-perubahan yang dialami manusia, tidak dapat dipisahkan dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah membuat manusia dapat menguasai, mengelola dan memanfaatkan alam untuk kesejahteraan umat manusia, sehingga dakwah islam dapat diterima oleh seluruh manusia.³ Perubahan yang dilakukan tidak hanya sekadar cara mengajar, tetapi jauh yang lebih esensial pada penyampaian pesan, yakni perubahan cara pandang terhadap konsep pendidikan itu sendiri. Industry 4.0 juga mentransformasikan lebih banyak pekerjaan, seperti halnya Indonesia memperkenalkan internet 20 tahun yang lalu.

Meskipun persaingan semakin ketat, perkembangan teknologi sekaligus merangsang inovasi ekonomi dari masyarakat, oleh karena itu para pekerja

³Muhammad Jakfar Puteh, *Dakwah Dalam Kehidupan Modern*, Yogyakarta: AK group, 2006 hal: 131

diberi kesempatan dan ruang untuk lebih kreatif, kolaboratif serta mengerjakan pekerjaan dan permasalahan rumit yang memang dirancang untuk dikerjakan oleh robot dan mesin. Masyarakat mesti memikirkan bagaimana hidup ditengah revolusi yang begitu kuat menerpa era.⁴ Sehingga dengan demikian kelak kedepannya hal ini menjadi biasa bagi masyarakat. Gerakan digital teaching dan digital learning ini menjadi berkembang dan diterima. Tidak merasa heran dan jengah lagi bila di pengajian rutin ibu-ibu salah satu kegiatannya adalah menonton bareng video ceramah Mamah Dedeh, mahasiswa yang menyukai ceramah Hanan Attaki dan santri yang juga menyukai ceramah Ustad Somad dan Khalid Basalamah.

Metode dakwah digital ini dapat menyiasati keterbatasan waktu yang dimiliki oleh para mad'u dengan kesibukan rutinitas keseharian serta para penceramah karena padatnya jadwal undangan ceramah di berbagai tempat. Dapat menjadi solusi bagi para pencari nafkah yang pergi pagi pulang malam, sehingga kajian-kajian ilmu ini bisa dinikmati di sela-sela waktu istirahatnya atau saat mengalami kemacetan di jalan dan waktu senggang sat dikantor. Kenapa kemudian hal ini menjadi penting ditengah masyakrat, karena dengan jalan sepeprti ini ilmu-ilmu bisa sampai dengan baik kepada para pencarinya tanpa melibatkan kehadiran fisik para

⁴<https://www.indotelko.com/kanal?c=in&it=revolusi-industri-4-0-datang>

penyampai ilmu. Pesan-pesan dakwah menyebar kemana-mana tanpa harus membuat pendakwahnya berjalan ke mana-mana, sangat efektif dan efisien bukan.

Dari beberapa penelusuran menunjukkan setidaknya pada dua kanal utama ceramahnya di Youtube, yakni Tafaqquh Online dan Fodamara, video UAS sudah ditonton total akumulasi 16,255 juta view dari total 1.410 video yang mencakup dirinya. So, rerata satu video ditonton hampir 12.000 kali, di fanspage facebook maupun instagram, dua akun personal media sosial yang aktif digunakannya, total pengikutnya mendekati 300.000. Karenanya, namanya demikian berseliweran di jagat daring tanah air kurun beberapa bulan terakhir.⁵

Karena itu, kemajuan tersebut harus disambut juga dengan sikap proaktif para ulama dalam memanfaatkan sarana dan prasarana digital yang sudah tersedia. Kalau tidak, nantinya sarana tersebut bisa dimanfaatkan dengan cara yang belum tentu benar oleh orang yang tidak memiliki pemahaman tentang agama. Pada YouTube misalnya, Ustaz Khalid Basalamah dan Ustaz Abdul Somad adalah contoh pemuka agama yang paling populer. Media Alquran Sunnah, nama kanal YouTube yang sering mengunggah video-video Abdul Somad,

⁵<https://news.detik.com/opini/d-3563958/mengenal-dakwah-digital-ustadz-abdul-somad-pekanbaru>

telah ditonton lebih dari 38,4 juta kali. Sementara kanal Khalid Basamalah telah ditonton lebih dari 40,5 juta kali.⁶

Kanal YouTube Khalid Basamalah bisa dijadikan salah satu contoh. Merujuk aplikasi SocialBlade, layanan analisis media sosial, kanal tersebut diperkirakan memperoleh pendapatan antara \$421 (4 juta) hingga \$6.700 (87 juta) per bulan—suatu angka yang melewati standar pendapatan rata-rata orang Indonesia. bahkan Ustaz Abdul Shomad, Ustaz Adi Hidayat, dan Ustaz Hanan Attaki. Ketiga ustaz itu memiliki gaya ceramah yang santun dan berbeda dari yang lain, Dengan berbagai pembahasan yang diupload YouTube, video-video mereka sudah ditonton oleh jutaan pasang mata, bukan hanya itu juga telah mencapai 75 ribu subsribe, dengan pendapatannya sudah mencapai 40-50 juta rupiah perbulan.

Di Facebook, kedua ustaz tersebut juga lumayan populer. Laman Khalid Basalamah hingga kini telah *like* 265.000 pengguna. Sementara laman Abdul Somad mendapat *like* dari 688.000 pengguna. Pada platform Twitter, tokoh agama yang telah lama hadir adalah K.H. Mustofa Bisri atau yang akrab disapa Gus Mus. Ia menjadi salah satu yang terdepan. Hingga kini, ia telah memiliki 1,56 juta pengikut di akun resmi Twitternya, @gusmusgusmu. Bahkan perlu diketahui kepopuleran

⁶<http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/03/08/nkwdsy-ulama-harus-kembangkan-dakwah-digital>

konten-konten dakwah yang disajikan media sosial oleh para pemuka agama disebabkan terutama karena ada *audience* (pasar) yang memang membutuhkan, biasanya pengguna yang memiliki keterbatasan waktu, terutama karena bekerja atau aktivitas lain.

Menonton video-video dakwah di YouTube, waktu luang 10 hingga 20 menit, dan koneksi internet, orang-orang sibuk bisa menyimak dakwah. Karena dakwah melalui Audio Visual adalah media dakwah dalam bentuk rangsang idra pendengaran seperti Televisi, film slide, OHP, youtube/Internet dan lainnya juga akan dapat mempengaruhi akhlak melalui Perbuatan-perbuatan yang nyata yang mencerminkan ajaran islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.⁷

Eksistensi dakwah digital menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Dengan berlangsungnya penyampaian pesan ajaran Islam melalui jaringan internet bisa mengantarkan masyarakat kejalan yang lurus tanpa mengeluarkan modal yang lebih besar. Terlebih lagi pada era globalisasi sekarang ini peluang untuk berkembangnya arus informasi sains dan teknologi tidak dapat dihalangi lagi. Dengan mengupayakan transformasi pemahaman ajaran Islam dalam perspektif sains dan teknologi dapat memecahkan problematika umat dewasa ini bahkan

⁷Muhammad Munir, S.Ag.,MA dan wahyu Ilaihi, S.Ag., MA. *Manajemen Dakwah* ,Jakarta : Kencana, 2009 hal 32.

dimasa mendatang.⁸ hal ini tentu, tidak terlepas dari spesialisasi ilmu pengetahuan masing-masing komunikator dakwah yang mendukung profesinya.

Profesionalisasi seorang juru dakwah harus mampu menjawab tantangan di era globalisasi seperti yang terlihat sekarang ini. Sebab secara internal, Aceh salah satu daerah yang menerapkan syariat Islam sedang mengalami dekadensi moral, baik dari sisi ekonomi, politik, dan sosok panutan, maka dengan kehadiran pendakwah yang spesialisasi keilmuannya lewat digital sangat signifikan. Karena untuk mengevaluasi dan membentengi arus informasi yang bisa memecahkan persatuan umat perlu sentuhan da'i yang profesional.

Kehadiran seorang da'i yang profesional dalam melakukan aktivitas dakwah digital yang berbasis internet selain sebagai pesan juga mendorong kemasn materi dakwah yang berdampak tertentu bagi audien (sasaran dakwah), disini media mempunyai peran dan fungsinya sebagai intrumen yang dapat mengubah struktur penyampaian pesan dakwah Islam berbasis media analog atau tradisional yang selama ini dipakai.

Apa lagi selama ini, tuntutan dakwah Islam memperoleh tantangan semakin berat. Karena implikasi media kolonisasi dan imperialisasi melahirkan pencerahan industrialisasi Eropa yang pada gilirannya

⁸A. Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2001), 131-132.

terpengaruh dengan pola berfikir hidup dan kehidupan kultural Barat.⁹ Disamping itu musuh-musuh Islam lainnya juga telah bersatu padu malai berskala regional hingga internasional dengan tujuan ingin membasmi penyebaran ajaran Islam di permukaan bumi ini. Hal keadaan ini dilakukan dengan menciptakan propaganda negatif yang bisa membangun persepsi, Islam sebagai agama teroris, penerapan hukum Islam merupakan pelanggaran hak asasi manusia (ham) dan lain sebagainya.

Era industrial masyarakat dikuasai oleh kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek). Sehingga konsep yang bangun adalah bagaimana menggunakan waktu-waktu kosong dalam kehidupan sehari-hari. Karena rutinitas mereka tidak bisa dipisahkan dengan tempat berkerja selama hari Senin sampai hari Jum'at. Disini mencerminkan bahwa kehidupan manusia industri bagaikan kehidupan mesin. Artinya gaya hidup yang cenderung menghabiskan waktunya untuk memperhatikan hubungan horizontal dirinya yang selama ini tidak kelihatan.

Karenanya, kehidupan masyarakat di kota Banda Aceh yang memungkinkan untuk menghabiskan waktunya dengan tempat mereka berkerja. Di mana realitas masyarakat tersebut hanya sedikit waktu yang digunakan untuk memikirkan pemenuhan pengetahuan

⁹Syukri Syamaun, *Dakwah Rasional*, (Darussalam Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2007), 63.

keagamaan. Ketika masyarakat Desa mengakses ilmu keagamaan melalui media tradisonal (analog) baik berupa mimbar maupun balai-balai pengajian dengan mengundang seorang pemateri. Dengan demikian, masyarakat industrial di kota banda Aceh media digital berbasis apa selama ini yang dijadikan sebagai sarana untuk dapat memasukkan nilai-nilai keagamaan kedalam memorinya.

Disisi lain, fenomena masyarakat di kota Banda Aceh telah mengalami pencampuran budaya dari berbagai teritorial (wilayah) Provinsi Aceh, baik yang datang dari dalam maupun luar negeri. Akulturasi yang dimanifestasikan oleh masyarakat industrial sekarang ini, membutuhkan konsep dakwah digital berbasis jaringan internet untuk menginformasikan normatif ajaran Islam secara global. Sehingga menampung berbagai status sosial dan kebudayaan di kota Banda Aceh yang mayoritas beragama Islam.

Persoalan hari ini adalah masyarakat yang ingin belajar secara instan, dengan keterbatasan waktu yang dimiliki, bahkan untuk mendapatkan ilmu dan wawasan keagamaan semakin sempit sehingga perlu adanya terobosan baru yang mesti dilakukan oleh dai khususnya Aceh untuk memanfaatkan media dakwah digital ini dalam mensyiarkan agama, apalagi Aceh kental dengan syariat islam yang hari ini juga masih banyak dipandang salah oleh masyarakat juga syariat dinilai negatif diluar Aceh, perlu adanya inovasi dakwah dari dai Aceh dalam

mendakwahkan persoalan keselamatan umat secara universal. Maka dari itu penulis ingin mengangkat penelitian lebih jauh mengenai *“Dakwah Digital Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Strategi Membentuk Dai Dakwah Digital di Aceh)”*.

B. Rumusan Masalah Penelitian:

1. Bagaimana pelaksanaan dakwah di Aceh era revolusi industri 4.0 ?
2. Bagaimana pemahaman da'i Aceh terhadap Dakwah Digital di era revolusi industri 4.0 ?
3. Apa saja tantangan dan peluang dakwah digital di Aceh era revolusi industri 4.0 ?
4. Bagaimana strategi komunikasi membentuk da'i dakwah digital pada era revolusi industri 4.0?

C. Tujuan Penelitian:

1. Mengetahui pelaksanaan dakwah di Aceh era revolusi industri 4.0
2. Mengetahui pemahaman da'i Aceh terhadap Dakwah Digital di era revolusi industri 4.0
3. Mengetahui tantangan dan peluang dakwah digital di Aceh era revolusi industri 4.0
4. Mengetahui strategi komunikasi membentuk da'i dakwah digital pada era revolusi industri 4.0

D. Manfaat Penelitian

- a. Dengan hasil penelitian ini, Dai Aceh dituntut lebih peduli terhadap problematika keagamaan di Aceh, serta bisa meminimalisir perpecahan umat di Aceh.
- b. Setelah penelitian ini, membuat dai lebih mensyiarkan dakwah islamiah ditengah masyarakat Aceh melalui dakwah digital.
- c. Bisa mencegah konflik antar umat beragama di Aceh.
- d. Mendapat konten dakwah melalui channel pribadi dalam dakwah digital.
- e. Bisa membentuk kader-kader yang peduli terhadap penegakan syariat Islam di Aceh juga ditempat-tempat lain.

BAB II KAJIAN KONSEPTUAL

A. Dakwah dan Komunikasi

1. Etimologi Dakwah

Dilihat dari segi etimologi, kata dakwah berasal dari kata “*du’a*” dan “*da’wa*” (bentuk *masdar*) yang mempunyai arti niat, maksud atau kehendak Allah Swt.¹⁰ Abdul Basit, menjelaskan bahwa kata dakwah berasal dari bahasa arab: *da’a - yad’u - da’watun* yang bermakna panggilan, mengundang, minta pertolongan, bermunajat atau berdo’a, memohon, mendorong (ajakan) kepada sesuatu, merombak dengan pendekatan lisan, tindakan, dan amal.¹¹ Menurut Muhammad Sulthon, kata *dakwah* dalam al-Qur’an dan kata-kata yang terbentuk darinya sebanyak 198 kali.¹² Sedangkan menurut hitungan Muhammad Fuad Abdul Baqi kata *dakwah* dan berbagai bentuk katanya tidak kurang dari 213 kali.¹³ Pada konteks ini, Al-Qur’an mengandung khazanah yang luas dan luwes mengenai makna dari kata *dakwah* untuk memenuhi berbagai penggunaan.

¹⁰ Syukri Syamaun. *Dakwah Rasional*. Cet. I, (Daruslam: Ar- Raniry Pers, 2007), Hlm. 13.

¹¹ Abdul Basit. *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), Hlm. 43.

¹² Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), Hlm. 6.

¹³ Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm. 2.

2. Terminologi Dakwah

Definisi mengenai dakwah secara substansial saling melengkapi. Dimana masing-masing definisi yang dikemukakan para ahli di atas menunjuk pada aktivitas yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Walaupun terdapat perbedaan pada literatur redaksinya, namun maksud dan esensinya sama. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, mengartikan “dakwah sebagai menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya dalam kehidupan nyata”.¹⁴ Kemudian A. Hasyimi mengartikan dakwah islamiah adalah “mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari’at islamiah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri”.¹⁵ Sementara Yusuf Al-Qardhawi, mendefinisikan dakwah adalah “mengajak kepada Islam, mengikuti petunjuk-Nya, mengokohkan manhaj-Nya di muka bumi, beribadah kepada-Nya, memohon pertolongan dan taat hanya kepada-Nya, melepaskan diri dari semua ketaatan kepada selain-Nya, membenarkan apa yang dibenarkan oleh-Nya, menyalahkan apa yang disalahkan-Nya, menyuruh yang ma’ruf dan mencegah yang mungkar, dan berjihad di jalan Allah. Atau dengan kata lain lebih singkat, berdakwah kepada Islam secara

¹⁴ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Cet. II (Jakarta: kencana, 2009), Hlm. 12.

¹⁵ Toto Jumento. *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Qur’ani*. Cet. I (Jakarta: Amzah, 2001), Hlm. 18.

khusus dan sepenuhnya, tanpa balasan dan imbalan".¹⁶ Sedangkan Samsul Munir Amin mengatakan dakwah adalah "suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia maupun di akhirat, dengan menggunakan media dan cara-cara tertentu".¹⁷

Dari beberapa definisi diatas, mengindikasikan beberapa gagasan pokok tentang hakikat dakwah Islam yaitu: *pertama*, dakwah merupakan rangkaian aktivitas mengajak kepada petunjuk Allah SWT. *Kedua*, aktivitas dakwah yang dilandasi dengan proses persuasif (membujuk), mempengaruhi objek supaya kembali kepada ajaran yang kaffah secara totalitas (*kaffah*) untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. *Ketiga*, dakwah merupakan sebuah perangkat yang tidak pernah berubah, tidak rusak, dan tetap berkualitas seperti semulanya.

3. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan

¹⁶ Syaikh Akram Kassab. *Matode Dakwah Yusuf Al-Qardhawi*, Terjemahan Muhyidin Mas Rida. Cet. I (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2010), Hlm. 2.

¹⁷ Ibid, Hlm. 5.

bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Dalam komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi berlangsung apabila adanya kesamaan makna.¹⁸

Komunikasi adalah salah satu kegiatan dasar manusia dan proses sosial yang harus dijalaninya. Melalui komunikasi, seseorang dapat mempengaruhi orang lain, baik secara langsung atau tidak langsung. Mempengaruhi secara langsung, seperti seorang guru mengajar muridnya, sedangkan secara tidak langsung, seperti televisi menyampaikan pesan-pesan kepada pemirsanya.

Secara garis besar, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan merubah sikap, pendapat ataupun tingkah laku orang tersebut secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi akan dapat berhasil apabila timbul saling pengertian antara kedua belah pihak yang berkomunikasi, yaitu antara sumber dan penerima pesan. Hal ini tidak berarti kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut. Tetapi yang penting adalah keduanya sama-sama memahami gagasan-gagasan tersebut. Dalam keadaan ini, barulah komunikasi dikatakan berhasil dengan baik.

¹⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 31. Lihat juga, H.W.A. Widjaja, *Komunikasi & hubungan masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 8.

Konkritnya, yang dapat dipahami dari sebuah komunikasi adalah pemberian makna atas sebuah pesan atau perilaku. Ketika kedua belah pihak yang berkomunikasi memiliki kesamaan makna, dan dapat membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, barulah komunikasi tersebut dikatakan efektif.¹⁹ Inilah pemahaman sederhana yang dapat diambil dari sejumlah definisi yang dikemukakan para pakar, terkait dengan pengertian komunikasi. Namun demikian, akan diuraikan beberapa definisi terkait dengan komunikasi, sehingga dapat dilihat sisi perbedaan pendefinisian komunikasi yang dikemukakan para pakar.

Komunikasi sebagaimana yang telah dikonsepsikan Harold D. Lasswell yang dikutip oleh Onong Uchjana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yaitu, *Who says What In Which Channel To Whom With What Effect*. Makna dari pernyataan tersebut ialah (proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu).²⁰

Selanjutnya menurut Shannon dan Weaver yang dikutip oleh Cangara mengemukakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling

¹⁹Dedi Mulyana, *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 3.

²⁰Onong Uchjana Effendy, M.A., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 10.

mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.²¹

4. Dakwah dan Komunikasi

Al-Quran menginformasikan bahwa ada sebuah komunitas muslim yang berusaha mendakwahi manusia untuk melakukan kebajikan, melaksanakan amar makruf dan nahi munkar. secara sederhana dakwah dapat diinterpretasikan sebagai proses penyelenggaraan suatu usaha untuk memanggil, menyeru dan mengajak dalam rangka memperkenalkan Islam sebagai agama sekaligus memuat doktrin-doktrin yang harus dipahami oleh segenap manusia.²² Sedangkan perspektif praktikal dakwah mengalami proses pemahaman dan kontekstualisasi. Berdasarkan proses dialektika tersebut, selanjutnya praktik dakwah tidak lagi tunggal, tetapi terejawantah dalam format pemikiran dan gerakan dakwah yang memiliki banyak warna dan alternatif.²³

Dakwah juga mempunyai nilai hikmah yang digolongkan kedalam dimensi vertikal dan dimensi

²¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 19-20.

²² Abdul Wahid, *Konsep Dakwah Dalam Al-Qur'an dan Sunnah* (Banda Aceh: Pena, 2010), Hlm. 9.

²³ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana, 2011), Hlm. 211.

horizontal. Dalam konteks ini, dakwah menjadi perwujudan ibadah individual kepada Allah sekaligus sebagai perwujudan dari rasa kontak sosial.²⁴

Perwujudan itu merupakan harapan dakwah ketika menafsirkan firman Allah yang terdapat dalam surat Ali 'Imran

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

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Ali 'Imran: 104).

Ayat tersebut di atas merupakan harapan yang besar kepada umat Islam untuk melakukan berbagai kebajikan dan mencegah pada kemungkaran sehingga menjadi makhluk yang beruntung dunia dan akhirat. Pada ayat yang lain Alquran juga mengharapakan perubahan yang mendasar diri manusia ke arah yang lebih baik dan lebih bermutu, dalam firman-Nya.

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

²⁴ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2014), Hlm.1.

Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. sekiranya ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (Q.S. Ali 'Imran: 110).

Hamid Mawlana, mengkonseptualisasi teori komunikasi dengan memilih kata "tabligh". kalimat ini pada awalnya, dikembangkan oleh Ibnu Khaldun.²⁵ Tata Taufik mengatakan konsep dakwah merupakan sebuah upaya untuk mengkomunikasikan ajaran islam. Sebab kedua istilah tersebut saling menyempurnakan. Tabligh sendiri adalah aktivitas penyampaian pesan dan dakwah suatu aktivitas persuasif dan "seruan".²⁶ Ajakan berdasarkan pola persuasif dengan tujuan melahirkan perubahan dan menciptakan sikap dan akhlak sesuai dengan prinsip ajaran Islam.²⁷

Transpormasi pesan Islam tersebut dilakukan melalui berbagai metode, beragam media, yang melengkapi materi-materi umumnya. Sehingga penerima pesan bisa memahami dan menerima terhadap materi yang disampaikan. Oleh karena itu, esensi daripada penyampaian pesan dimaksudkan untuk mewujudkan manusia ini dalam kebahagiaan dunia dan akhirat.

²⁵ M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm, 17.

²⁶ M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam...*, 17.

²⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm, 145.

Studi komunikasi juga telah berkembang demikian pesat, berbagai kajian yang dilaksanakan berkaitan dengan perilaku manusia sebagai pelaku komunikasi, media komunikasi yang dipakai, serta transmisi difusi yang dikembangkan dari berbagai pendekatan lain yang menyangkut dengan proses penyampaian pesan dan kekuatan persuasif tersebut dalam diri peserta komunikasi.

Namun jika ditinjau historisitas ilmu dakwah dan komunikasi memiliki perbedaan, yang pertama kajian ilmu dakwah dimulai oleh para ulama terhadap tema amar ma'ruf nahi mungkar, dimulai sejak berkembangnya tradisi ilmiah di kalangan umat islam. hal ini ditandai dengan penulisan bab tersendiri tentang amar maruf nahi mungkar pada buku-buku klasik islam. Kemudian mulai ditulis secara khusus risalah tentang tema tersebut sekitar abad IV H oleh Abubakar Ahmad Ibn Muhammad Hârûn al-Khilâliy (311 H) dan Ibnu Taimia (728 H) misalnya, pembahasan dimulai dengan mengungkap dalil-dalil tentang masyarakat ideal, kemudian tentang tehnik-tehnik amar ma'ruf nahi mungkar lalu ditarik berbagai kaidah dari dalil tersebut untuk dijadikan pedoman kegiatan amar ma'ruf nahi mungkar.²⁸

Kendati, bila memperhatikan peta kajian komunikasi sebenarnya dimulai dengan kondisi perang,

²⁸ M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam*, (Jawa Barat: Pustaka Al-Ikhlash, 2013), hlm, 15.

ada fenomena persainngan kekuasaan atau penguasaan publik pihak pemerintah. Disamping itu juga menciptakan suasana propaganda sekaligus pembentukan opini publik dan agenda setting. Model seperti ini dikembangkan oleh Harold Lasswell yang memandang isi pesan, dan efek pesan terhadap komunikan. Kemudian dilanjutkan Edward Bernays, yang mengarah pada pola human relation yang dilengkapi dengan model patnership relation yang pada gilirannya dapat sejalan dengan keadaan kontemporer.²⁹

Uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aktivitas dakwah memiliki tanggungjawab setiap pribadi muslim untuk menunaikan perintah agama dan memenuhi keberadaan dirinya dalam agama. Realisasi daripada melakukan tugas dakwah dengan mengtransmisikan ajaran islam dapat melahirkan perubahan karakter dan tingkah laku, moral dan estetika sejalan dengan informasi yang terkandung dalam Al-quran dan Sunnah.

B. Teknologi, Komunikasi dan Informasi

Secara umum, teknologi didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan seseorang terhadap sesuatu objek dengan atau tanpa bantuan alat mekanis, untuk melakukan perubahan dalam objek tersebut. Pengertian

²⁹ M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam...*, 24-26

lain menyebutkan teknologi merupakan penerapan pengetahuan untuk melakukan suatu kerja.³⁰

Liliweri mengatakan bahwa teknologi sebagai akumulasi pengetahuan masyarakat tentang bagaimana mengubah lingkungan alam dengan bantuan mesin atau berdasarkan kearifan local dari suatu masyarakat. Dengan bahasa lain, teknologi merupakan aplikasi pengetahuan dan keterampilan yang digunakan manusia untuk mencapai suatu tujuan praktis, termasuk aplikasi metode, cara-cara, alat-alat fisik seperti mesin agar dapat memecahkan masalah kemanusiaan, politik, dan aktivitas sosial.³¹

Teknologi komunikasi merupakan istilah yang mangacu pada teknologi komunikasi modern yang terutama mencerminkan aplikasi computer, telokomunikasi, atau kombinasi keduanya. Disamping itu juga termasuk televise yang disiarkan secara global, dan termasuk perangkat yang digunakan sebagai media sosial seperti *i-pad* dan *smartphone*.³²

Teknologi komunikasi merupakan penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi untuk memproduksi suatu item material bagi efektivitas dan efesiansi proses komunikasi. Teknologi komunikasi juga

³⁰ Deddy Mulyana, *Komunikasi Politik Politik Komunikasi Membedah Visi Dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya: 2014), hlm, 231.

³¹ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm, 846-847.

³² Deddy Mulyana, *Komunikasi Politik...*, 231.

dapat dipandang sebagai penerapan prinsip-prinsip keilmuan melalui penciptaan material (alat-alat teknis) agar meningkatkan kualitas dan kuantitas peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, sasaran, dampak sesuai dengan konteks komunikasi. Dalam perspektif ilmu komunikasi, teknologi komunikasi merupakan suatu sistem makro yang di dalamnya meliputi teknologi telekomunikasi, teknologi eletronika, dan teknologi informasi.³³

Telekomunikasi adalah perluasan komunikasi yang melampaui jarak geografis. Dalam praktik komunikasi diakui bahwa segala sesuatu, termasuk pesan, mungkin akan hilang dalam proses pemindahan informasi karena melampaui jarak tertentu, karena itu telekomunikasi diciptakan untuk mengkonversi komunikasi dengan teknologi yang melampaui jarak, misalnya radio, telegraf televisive, telepon, komunikasi data, dan jaringan komputer.³⁴ Semuai ini menggambarkan kemajuan teknologi komunikasi berbasis digital atau yang disering digunakan sebutan internet yang dapat mengakseskan berbagai bentun informasi baik dalam bentuk visual adan audio visual yang berasal dari sumber-sumber informasi yang berbeda ruang dan waktu.

³³ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba....*, hal, 854.

³⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba....*, hal, 854

C. Hakikat informasi

Kata informasi berasal dari bahasa latin *informare* yang berarti “memberi bentuk untuk”. Secara etimologi ini berkonotasi sebuah struktur yang dikenakan kepada beberapa masa tak jelas. Alln dan Selander telah menganalisis kata informasi ini juga digunakan dalam bahasa swedia dan dia menemukan bahwa ini adalah mungkin suatu akata paling banyak digunakan. Kebanyakan orang cenderung menganggap informasi sebagai kumpulan kecil fakta yang terputus-putus padaha dalam kamus oxford definisi kata informasi selalu dihubungkan dengan pengetahuan dan komunikasi. Pendefinisian secara etimologis tersebut memberikan pemahaman kata informasi sebagai konsep yang memiliki banyak makna, dari pengertian teknis dalam penggunaan sehari-hari seperti kendala teknis, teknis komunikasi.³⁵

Secara sederhana informasi merupakan pesan yang diterima dan dipahami. Berkenaan dengan data. Informasi adalah kumpulan fakta yang daripadanya kita menarik kesimpulan. Kemudian pada umumnya, informasi diinterpretasikan sebagai pertukaran antara dua sistem, jadi apapun alasannya peranan informasi antara lain adalah untuk mengurangi ketidaksesuaian antara dua sistem (sistem dan konteks). Informasi harus memiliki beberapa data yang tidak diketahui serta

³⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba....*, hal, 838

seperangkat aturan yang digunakan untuk *men-decode* isi pesan baru. Semua sistem sosial membutuhkan akurasi, tepat waktu, keterbagian informasi yang relevan tentang cara-cara baru untuk melakukan sesuatu jika harus digunakan untuk mengoreksi dan memperbaiki informasi.³⁶

Dengan demikian, informasi sebagaimana diartikan Liliweri sebagai isi yang mewakili pikiran, perasaan, dan perilaku manusia dalam symbol bahasa. Informasi merupakan material yang meliputi, telepon, computer, radio, televise, dan alat-alat komunikasi lainnya. Berarti ada dunia informasi spiritual (nonmaterial) dan dunia informasi material.³⁷

Gagasan penting dalam konteks ini bagaimana elemen-elemen dalam suatu lembaga dakwah di era globalisasi harus menerima, melakukan proses, dan mengambil kemanfaatan secara efektif berdasarkan informasi untuk mencapai tujuan mengtransformasikan pesan ajaran islam kepada sasaran dakwah. Jelas teknologi komunikasi dapat digunakan untuk tujuan yang positif guna kepentingan seorang da'i dalam mengtranmisi nilai-nilai ajaran Islam secara totalitas.

Berdasarkan informasi di atas, dapat diungkapkan bahwa para da'i harus bisa menunjukkan kemampuan yang cukup berhubungan dengan pesatnya

³⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba....*, hal, 839.

³⁷ Ibid..., hal, 840

perkembangan pengetahuan berbasis digital: mengetahui komputer dan internet, mengetahui fitur dasar perangkat Teknologi Komunikasi dan informasi serta mampu membedakan dunia visual dan dunia nyata. Kemampuan berhubungan dengan keterampilan teknis menggunakan teknologi: menggunakan fitur dan aplikasi digital, mengakses dan mencari website, memanfaatkan layanan internet, menggunakan komputer dan internet untuk membuat konten dalam beraktivitas dakwah islamiyah.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Lhokseumawe. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa kota Lhokseumawe merupakan salah satu kota yang sedang berkembang di Aceh, selain itu di sana tersedia salah satu kampus agama yaitu IAIN Lhokseumawe.

Selain itu aktivitas dakwah juga mulai berkembang dengan baik termasuk dakwah digital. Hal ini peneliti melihat berdasarkan hasil pengamatan bahwa era sekarang yang begitu canggih dan pemanfaatan teknologi yang serbaguna di manfaatkan juga oleh para pendakwah, serta dapat menyebarkan syiar dakwah sebagaimana mestinya di kalangan masyarakat.

Teknologi digital ini merupakan suatu wadah untuk menyampaikan dan memberi berbagai ilmu khusus kepada masyarakat dan sasaran dakwah, dikarenakan pemanfaatan teknologi/digital dengan konten dakwah dapat dengan mudah menyiarkan dakwah. Hal inilah yang kemudian memperkuat penulisan untuk melakukan penelitian dalam hal dakwah digital ini.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis, dengan maksud untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan lebih mendalam yang di gambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang menunjukkan hasil akhir dari penelitian yang di gunakan untuk informasi yang bersifat menerangkan dalam bentuk uraian, dikarenakan sifat dari penelitian ini adalah fenomenologis, namun juga bisa dengan menggunakan angka statistik, sehingga lebih menuntut kekuatan dan ketajaman dari penulisan skripsi.

Selain itu peneliti juga menggunakan metode wawancara langsung terhadap informan-informan yang ada serta melakukan observasi langsung kelokasi penelitian dan mencari data dan dokumen-dokumen langsung kesumber informasi maupun lembaga terkait.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian ini telah memiliki karakteristik yakni pendai yang telah aktif melakukan dakwah, selain itu juga berasal dari kalangan perguruan dan tinggi di IAIN Lhokseumawe, institusi dakwah. Pengambilan sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Maka untuk memperoleh data yang akurat dan terpercaya demi

kepentingan penelitian, dibutuhkan informan yang memahami hal terkait.³⁸

D. Sumber Data

Data yang dikumpulkan bersumber dari :

- a. Data primer : peneliti akan terlibat secara langsung dengan narasumber dakwah baik individu maupun kelompok masyarakat. Sehingga data yang diperoleh yaitu dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi.
- b. Data Sekunder : peneliti akan mendapatkan data dari lembaga atau institusi dakwah dan juga data dari kepustakaan seperti buku-buku, jurnal, skripsi dan internet, ataupun melalui surat kabar, artikel, dokumen serta koran-koran/majalah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati objek yang terdapat dalam penelitian. Hasil dari observasi dicatat secara jelas dan sistematis oleh

³⁸ Bagong Suyanto dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana. Hlm.72.

peneliti. Pada observasi, peneliti mengamati mengenai kegiatan dakwah yang di lakukan selama ini.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dan terarah dengan menggunakan daftar pertanyaan dan melakukan pencatatan terhadap gejala yang ada. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terbuka (*open interview*) dengan maksud agar informan mengetahui maksud dari materi yang dipertanyakan. Instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara (*interview guide*) yang merupakan penuntun bagi peneliti dalam mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka sehingga dapat memberikan kebebasan yang seluas-luasnya bagi informan untuk menyampaikan pendapatnya.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dapat dilakukan dengan melihat atau menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau dibuat oleh orang lain. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Alwasilah bahwa dokumen berperan sebagai sumber pelengkap dan pemer kaya bagi informasi yang diperoleh lewat

interview atau observasi,³⁹ juga teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dapat memberikan bukti sebagai alat pendukung informasi yang didapatkan dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Data yang didapatkan baik melalui sumber data primer dan juga data sekunder, yang didapatkan dengan cara observasi, wawancara dan studi kepustakaan nantinya akan diproses lebih lanjut pada tahap penulisan. Data yang muncul di dalam penelitian kualitatif berwujud rangkaian kata-kata, bukan rangkaian angka-angka. Data tersebut dikumpulkan melalui beraneka macam cara, misalnya dari wawancara, hasil observasi yang kemudian diproses sebelum siap digunakan. Namun jika saat wawancara dan kemudian hasil dari wawancara belum begitu cukup dan memuaskan, maka peneliti akan melakukan wawancara lanjutan agar informasi yang didapatkan benar-benar valid dan tidak rancu. Dalam penelitian ini, aktivitas dalam analisa data mengikuti tahap-tahap sebagai berikut :

1. Pengumpulan informasi melalui wawancara, baik data primer dan juga sekunder, dan sumber-sumber yang terkait dan juga relevan dengan topik.

³⁹ Alwasilah, A. Chacdar. Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang Dan Melakukan Penelitian Kualitatif. (Jakarta, Pustaka Jaya, 2003). Hlm.157.

2. Reduksi Data : Peneliti melakukan penyederhanaan terhadap data yang diperoleh dengan merangkumnya terlebih dahulu, dan memfokuskan data yang diperoleh sesuai dengan topik, selanjutnya data tersebut dikelompokkan sesuai dengan permasalahan penelitian.
3. Penyajian Data: Peneliti menghubungkan dan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara serta observasi dengan data yang diperoleh dari dokumentasi untuk menghasilkan konsep yang bermakna.
4. Penarikan Kesimpulan: Peneliti melakukan penarikan kesimpulan terhadap data yang diperoleh dari hasil yang telah didapatkan dan dokumentasi berdasarkan hasil interpretasi data. Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat. Verifikasi juga dapat berupa kegiatan yang dilakukan dengan usaha lain yaitu melakukan replikasi dalam satuan data yang lain.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Dakwah Era Revolusi Industri 4.0 di Lhokseumawe

Peneliti dalam menarasikan hasil penelitian ini memulai dengan mengetengahkan informasi yang disampaikan Darmadi ketika peneliti mewawancarainya di ruang Rektor kampus Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe. Darmadi menuturkan:

Dalam konteks ini, mesjid harus mampu mengoptimalkan khutbah jumat. Mengenai khutbah jumat jangan dilihat sebagai kegiatan rutin peribadatan tanpa memperhatikan nilai tambah pendidikan kepada masyarakat. Sejatinya, khutbah menjadi pusat perhatian yang harus diperhatikan sebagai komunikasi pembinaan ilmu sosial dan keagamaan kepada jamaah. Karena definisi khutbah adalah penyampaian pesan-pesan syariat Islam yang diucapkan oleh seorang komunikator (khatib) kepada khalayak dengan mengikuti dan memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan.

Melalui mimbar jumat seorang da'I memiliki dakwah yang dikembangkan sekaligus menekankan pada pengembangan media-media yang dapat melahirkan untuk kelancaran aktifitas dakwah yang bisa digunakan oleh pemerhati dakwah yang juga ingin menyebarkan

pesan islamiah. Dalam hal ini Asnawi Abdullah menyebutkan:

Diera revolusi industri 4.0 pendakwah muda selalu menemani atau mengikuti generasi pendakwah yang tidak memahami digital atau generasi tua, yang pada gilirannya materi dakwah yang disampaikan direkam atau videokan, kemudian menguploadkannya. Disamping itu, Keuntungan dari uplod video ceramah generasi tua adalah mempromosikan diri dan juga kepandaian untuk mengaudit ceramah dalam bentuk bahasa lain atau menuliskan kandungan ceramah dalam bentuk tulisan, mengapoudnya di media sosial.

Jadi dapat dikatakan bahwa peluang yang akan dicapai berupa penyiaran pesan dakwah itu akan disampaikan secara berulang-ulang dan berkelanjutan. Dimana jamaah yang akan melihat itu akan banyak dibandingkan dengan jamaah yang hadir dalam masjid. Jika kehadiran jamaah di mesjid lima ratus orang, namun bila melalui youtube bisa ribuan jamaah yang melihat dan mendengarnya. Kemudian dilihat dari segi waktu. Orang mungkin tidak sempat mendengar waktu di mesjid, tetapi ia bisa mendengar pada lain waktu diluar mesjid. Jadi pesan dakwahnya juga sampai kepada jamaah. Menurut saya ini juga memperpanjang dan menambah jamaah atau mad'unya semakin luas.

B. Pemahaman Da'i di Aceh terhadap Dakwah digital

Agar aktivitas dakwah yang dilakukan tepat kepada mitra dakwah, maka perlu adanya penyesuaian media dakwah sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan zaman. Dalam hal ini yang perlu direalisasikan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam. Penyesuaian media dakwah sangat dibutuhkan karena sasaran dakwah yang dituju memiliki strata sosial yang berbeda, baik pendidikan maupun cara pandang terhadap sarana dakwah itu sendiri. Pemahaman tentang dakwah digital sebagaimana disampaikan oleh Darmadi;

Dakwah digital adalah pelaksanaan dakwah sudah mulai menghadapi teknologi. Apalagi sekarang inikan alat-alat yang membicarakan teknologi informasi sudah semakin banyak, jadi memang peluang-peluang teknologi informasi seperti ini tentu harus dimanfaatkan oleh penceramah. Dan keuntungannya juga sangat banyak saya kira, dengan situasi dan kondisi saat ini pelaksanaan dakwah kan lebih luas lagi tidak hanya terpaku pada tempat, waktu, dan situasi yang sedikit.

Pengertian diatas dapat dipahami dakwah digital atau transmisi pesan islamiah melalui Internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam

menciptakan dunia yang mengelobal. sarana ini dapat menghubungkan antar individu penduduk dunia tanpa mengenal batas. Media ini akan sangat baik juga digunakan sebagai sarana dakwah, dan sekaligus merupakan ciri utama dakwah era revolusi industri 4.0.

Di era digital tantangan umat Islam mulai besar, sehingga untuk melakukan dakwah kepada masyarakat sangat sulit dan memiliki hambatan tersendiri di antara para pendakwah di kota Lhokseumawe, mestinya para pendakwah ini dapat berdakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi yang demikian hebat berkembang. Berbagai perkembangan telah terjadi di dunia ini apalagi jika di kaitkan dengan era revolusi 4.0 saat ini, dan jika melihat beberapa tahun kebelakang gaya berdakwah justru sangat berbeda, dulu berdakwah masih identik dengan gaya para mubaligh yang tradisional suatu hal yang menjemukan, dimana biasanya masyarakat melihat mubaligh dengan penampilan sederhana berbaju koko, lengkap dengan kain sorban yang melingkar di lehernya serta sebuah peci putih yang menutupi sebagian rambut ia sang juru dakwah.

Dan era semakin berubah, bahkan persepsi itu akan sedikit bergeser dalam konteks lebih modern seiring mengikuti perkembangan zaman. Manusia semakin maju dan efisien. Apalagi dengan datangnya alat canggih berupa digital yang memudahkan para pendakwah dalam menyampaikan pesan keagamaan. Bukan hanya

itu era digital saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat terutama seorang pendakwah. Di era ini dakwah tak hanya bisa dilakukan melalui media mimbar tetapi dadat disiarkan melalui televisi atau radio tapi juga telepon genggam, terlebih keduanya menggunakan internet. Dakwah bisa dilakukan dengan multi media dan ini menjadi tersendiri. Untuk menghadapi tantangan dakwah itu, tokoh agama harus mampu mengimbangi antara kajian Islam dan perkembangan zaman. Untuk itu umat Islam sudah sepantasnya mampu berdakwah melalui segala macam perangkat digital ini, dalam kata lain "*melek digital*", yaitu tak lain agar umat Islam mampu mengikuti kemajuan teknologi dan komunikasi sekaligus untuk mempermudah berdakwah, bahkan sekaligus menandakan bahwa Islam sesuai dengan kemajuan zaman.

1. Pemahaman Sempit

Namun keadaan ini seakan tak seimbang dengan apa yang terjadi sekarang, di kota Lhokseumawe khususnya banyak masyarakat yang masih berpikiran sempit dengan teknologinya, dimana menuntut ceramah selalu dengan tidak disalahkan mendatangkan pendakwah ke suatu daerah. Hal ini di sebutkan oleh Muhammad Saleh sebagai berikut:

Saya melihat dakwah itu sudah dikenal oleh semua orang dan masih dipahami dakwah dalam arti yang sempit, dan saya yakin hari ini hamper

mayoritas masyarakat aceh masih berfikir seperti itu, namun jika kalangan akademisi mengetahui dakwah yang sebenarnya, jadi kalau kita lihat hari ini kenapa Islam itu menurun. Sebenarnya jika kita berbicara tentang dakwah itu, itu seperti e-mesjid, e- dakwah, e- edukasi. Kita selaku dai itu harus menguasai teknologi, dan hari ini yang membuat kita tertinggal itu Karena tidak menguasai teknologi dengan baik, jadi ada persepsi orang, masih melihat seakan teknologi itu tidak penting, dan masih dianggap dalam perspektif yang negarif.⁴⁰

Sebagai pemberi pesan keagamaan dalam masyarakat menguasai teknologi informasi dirasa sangat penting, di samping menambah tantangan bagi dakwah juga mempunyai potensi untuk dimanfaatkan dalam proses dakwah. Terutama dalam era digital ini karena dengan teknologi komunikasi, dalam hal nya internet, dakwah sebagai sebuah proses komunikasi akan mendapatkan beberapa manfaat, seperti lebih menghemat waktu dan biaya serta bisa mendapatkan penjelasan dengan maksimal. Bahkan dengan menguasai digital, masyarakat dapat menjangkau bahkan dimanapun berada, karena internet ini memiliki sifat cakupan yang luas, berbagai informasi yang disebarakan di internet

⁴⁰ Wawancara dengan dekan Fakultas Usuluddin, Adab dan Dakwah (pendakwah), 29 Juli 2018.

dapat diakses oleh banyak orang. Cakupan dari internet adalah seluruh dunia. Dakwah tidak lagi terbatas untuk kalangan tertentu saja, informasi yang di sebarakan akan bersifat universal karena semua orang dapat membacanya atau menontonnya.

2. Kebutuhan Umat

Tidak dapat di pungkiri dengan seiring berjalannya waktu, teknologi semakin maju. Siapa sangka di era teknologi ini manusia bisa berkomunikasi lintas tempat dan waktu. manusia bisa berhadap-hadapan – meskipun secara fisik berjauhan, tidak dapat menyentuh tapi bisa berkomunikasi. Inilah gambaran kecil betapa cepatnya perkembangan dunia teknologi komunikasi. Dengan kemajuan ini, semestinya juga dimanfaatkan oleh manusia dalam hal kebaikan, tentunya bisa memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Tidak sedikit orang yang berdakwah melalui dunia media sosial termasuk media massa, seperti TV, Radio, Koran, Majalah, media audio, dalam blog, twitter, facebook. Mereka menyampaikan dakwahnya melalui media tersebut. Hal senada juga di sampaikan Darmawi :

Memang untuk saat ini pendakwah juga harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Jadi tuntutan zaman itu juga menentukan sebagaimana pelaksanaan dakwah yang dilakukan supaya proses amar ma’ruf nahi mungkar itukan mendapatkan hasil yang

maksimal. Sehingga penceramah juga harus bisa menyesuaikan diri dengan kondisi dan tuntutan zaman sehingga dakwah-dakwah yang manual seperti dahulu itu bukan tidak boleh lagi sebetulnya, boleh tetapi juga menghadapi kebutuhan masa.⁴¹

Kebutuhan dakwah sudah mulai menghadapi teknologi, apalagi sekarang ini alat-alat yang membicarakan teknologi informasi sudah semakin banyak, jadi memang sebaiknya peluang-peluang teknologi informasi seperti ini tentu harus dimanfaatkan oleh penceramah, dan keuntungannya juga sangat banyak dengan situasi dan kondisi saat ini pelaksanaan dakwah akan lebih luas lagi tidak hanya terpaku pada tempat, waktu, dan situasi yang sedikit, bahkan berbagai hal bisa dilakukan oleh seorang juru dakwah, dimana umat muslimin biasa mengaji di masjid, maka sekarang di era digital kaum muslimin bisa menimba ilmu di radio atau Hp. Salah satu kelebihanannya kita bisa mendengarkannya dimana saja. Selain itu, kita bisa langsung menanyakan suatu persoalan mengenai agama kepada narasumber atau ustadz yang mengisinya – tanpa harus menunggu jadwal pengajian rutin. Melalui radio dan TV ini siaran dapat dijangkau oleh orang yang berada diluar secara luas. Dengan demikian, maka dakwah menjadi semakin variatif dan juga fleksibel. Berkembang pesatnya media-

⁴¹ Wawancara dengan wakil Dekan II UIN Malikulsaleh Lhokseumawe, 29 Juli 2018.

media elektronik membuat dakwah ini harus benar-benar ditegakkan. Karena media-media tersebut merupakan tantangan dari perkembangan yang harus diikuti oleh pendakwah, jika tidak maka dakwah yang dilaksanakan akan ketinggalan zaman dan juga dalam media tersebut mengandung beraneka ragam pesan yang negatif yang nantinya akan salah di tanggapi oleh masyarakat.

C. Tantangan dan Peluang Dakwah Digital Di Aceh

1. Dakwah kearah Positif

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

Setiap zaman ada orangnya dan setiap orang ada zamannya. Jadi para pendakwah itu harus

mengikuti zaman dan mengupgrade diri. Mungkin dulu pendakwah hanya penceramah untuk orang tua, dan sekarang juga anak muda harus di dakwahkan ini sangat berbeda sekali, jadi penceramah itu seperti mengikuti irama gendang, kalau kita gak ikuti gendang kita akan ketinggalan. Jadi kita lihat bahwa para penceramah harus membawa kebaikan bagi umat. Dulu belajar dengan pakai kapur berkah ilmunya, sekarang dengan teknologi canggih malah gak berkah. Kenapa itu, karena banyak hal lain yang membuat anak kita lalai dan berbeda sekali.

Para pendakwah demi mengikuti zaman dalam berdakwah dituntut mengupgrade diri agar mampu bertahan di era revolusi seperti sekarang. Di lihat dari pengguna media digital hari ini, membuka peluang yang besar bagi para dai untuk berdakwah di dunia maya. Sebab penyebaran dakwah melalui media digital menjangkau kalangan yang lebih luas dan tak kenal batas. Sehingga dakwah digital itu lebih efektif di bandingkan dengan perdakwah dari satu tempat ke tempat lainnya yang akan menguras waktu dan tenaga bahkan biaya yang besar. Maka dari itu pendakwah juga semestinya memiliki channel dakwah di media sosial seperti Youtube, instagram,, facebook, twitter dan lainnya agar penyebaran informasi keagamaan bisa dinikmati tanpa batas ruang dan waktu.

2. Dakwah dan Pesan Khilafiah

Secara substansial penafsiran tentang dakwah saling melengkapi. Dimana masing-masing interpretasi yang dikemukakan mengenai makna dakwah menunjuk pada aktivitas yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Walaupun terdapat perbedaan pada literatur redaksinya, namun maksud dan esensinya sama. Berkaitan dengan dakwah, maka Rasul merupakan orang yang merealisasikan teori-teori dimaksud dalam pola pelaksanaan aktivitas dakwah pada masa beliau hidup dan diterima oleh segenap lapisan masyarakat.⁴²

Ketika persoalan dakwah diteliti pada tahun 2018, Asnawi Abdullah menuturkan bahwa:

Dakwah itu tidak banyak dan menurut Rasulullah Saw. pengertian dakwah itu sendiri mengajak untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan yang buruk. Dan dalam menyampaikan dakwah itu memakai seni metode dakwah yaitu sopan santun, dan tidak menggurui orang lain apalagi orang tua.

Dengan demikian, pemahaman dakwah juga dapat dipahami dengan makna yang lebih luas. Artinya dakwah sebagai sarana untuk menginformasikan pesan keagamaan, baik mendapat respon dari khalayak ramai (public) ataupun tidak. Penyebaran informasi keagamaan tidak dibatasi kepada orang yang belum memeluk agama, tetapi untuk manusia yang telah menganut agama untuk

memperdalam dan mendorong kesadaran dalam melaksanakan dakwah melalui informasi dan teknologi. Dalam konteks ini, sebagaimana dikatakan Muhammad Saleh,

Dakwah itu sudah dikenal oleh semua orang dan masih dipahami dakwah dalam arti yang sempit, dan saya yakin hari ini hamper mayoritas masyarakat aceh masih berfikir seperti itu, namun jika kalangan akademisi mengetahui dakwah yang sebenarnya, jadi kalau kita lihat hari ini kenapa Islam itu menurun. Sebenarnya jika kita berbicara tentang dakwah itu, itu seperti e-mesjid, e-dakwah, e-edkuasi. Kita selaku dai itu harus menguasai teknologi, dan hari ini yang membuat kita tertinggal itu Karena tidak menguasai teknologi dengan baik, jadi ada persepsi orang, masih melihat seakan teknologi itu tidak penting, dan masih dianggap dalam perspektif yang negarif, jadi kalau saya lihat semua dai yang ingin merobah dakwah itu menjadi dakwah digital, seperti AA GIM tentang dakwah SMS itu.

Dapat dikatakan bahwa, perkembangan dakwah era digital belum memperoleh pengorganisasian yang bagus. Meskipun sebahagian para pendakwah telah mengimplementasikannya, namun sistem pengelolaannya belum bisa diakses oleh masyarakat secara komprehensif. Oleh kerena itu, komunikator dakwah didorong untuk mempelajari dan menguasai

teknologi informasi yang pada gilirannya bisa berkontribusi kepada masyarakat yang belum tersentuh dengan sarana digital untuk menerima pesan normatif ajaran Islam. Inilah yang kemudian yang menjadi salah satu perjalanan dakwah sejalan dengan arus perkembangan zaman. Aktivitas penyampaian pesan ajaran islam oleh seorang da'i sesuai dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Darmadi mengatakan tentang ini,

Dakwah ini harus mengikuti arus perkembangan zaman. Karena tidak mungkin kita pertahankan pola dakwah lama ke pola dakwah modern nantinya, sebab tuntutananya terus berubah untuk mengumpulkan orang dalam jumlah yang ramai seperti dulu atau pola manual lambat-laun orang semakin tidak sempat. Maka solusi dakwah-dakwah digital sesuatu yang menjadi jalan keluar. Supaya orang-orang bisa memakai sarana media teknologi informasi sebagai lahan berdakwah. Kemudian saya lihat sudah banyak pendakwah-pendakwah kita yang sudah mengarah kesana, termasuk penceramah-penceramah tradisional yang dulu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil pemahaman bahwa pengkajian makna dakwah menunjukkan sebagai perilaku keberagaman Islam berbentuk proses *internalisasi* (penghayatan), *transmisi* (penyebaran informasi), *difusi* dan *transformasi* normatif

ajaran Islam yang melibatkan subjek. Semua sifat ini dapat digambarkan melalui proses penyampai pesan dakwah oleh seorang pendakwah yang diekspresikan pada kalimat-kalimat yang dinformasikan kepada mad'u. isi pesan tersebut mengandung makna sejalan dengan pemikiran dan perasaan penerimaan pesan. Orientasinya pesan dakwah bisa membuat pemersatu umat, perasaan objek dakwah dapat merasakan kedamaian dan meningkatkan kualitas ibadah.

Kendatipun, Ibadah yang bersifat transedental maupun horizontal dijalankan penuh dengan kekhusyukan dan kesejukan. Seperti inilah yang kemudian menjadi harapan dalam mengkomunikasikan ajaran Islam mampu menghasilkan kekuatan bagi umat Islam. Sebagaimana disinyalir oleh Darmadi berikut ini:

Yang kita inginkan materi dakwah yang disampaikan dapat berdampak pada pemersatuan umat. Maka yang kita lihatpun sebenarnya ceramah yang sejuk, yang bisa membawakan kesejukan hati kepada masyarakat. Kalau kita orang-orang akademisi bisa memahami dakwah yang seperti ini maksudnya apa. Tetapi masyarakat juga tidak semuanya paham. Menurut saya dakwah-dakwah melalui digital itu perlu mengisi pesan-pesan yang menyenangkan hati dari berbagai kalangan. Tidak dengan dakwah yang membawakan tema yang bisa membuat perbedaan pendapat bagi kalangan masyarakat.

Dalam upaya dan usaha-usaha penyampaian dakwah Islam dilakukan dengan cara-cara yang damai, terutama melalui prinsip mau'izatul hasanah wa mujadalah billati hiya ahsan, yaitu proses penyampaian ajaran Islam yang dikemas oleh juru dakwah sebagai ajaran sederhana dan disesuaikan dengan pemahaman masyarakat dimana dakwah itu berlangsung sejalan dengan keyakinan dan kultural penduduk setempat. Membudayakan pesan dakwah itu dikemas kata yang bijaksana, supaya terhindar dari perkara yang dapat menimbulkan perbedaan. Fenomena sebahagian pendakwah kita di Aceh masih cenderung mengutarakan materi dakwah permasalahan perbedaan pendapat oleh karena itu, persoalan pesan khilfiah agar bisa dihindari untuk menyampaikannya dengan alasan agar tidak membingungkan penerima materi dakwah. Terhadap pandangan ini Muhammad Saleh mengatakan:

Sebanarnya orang Aceh saat ini saya lihat mudah terpengaruh dan tidak berpatokan kepada referensi, karena orang Aceh sangat fanatik, seperti persolan salat tarawih 8 dan 20. Jadi masyarakat Aceh banyak tradisi yang merujuk kepada ustad/ teungku. Karena orang Aceh itu percaya apa yang dikatakan oleh teungku. Banyak misalnya "peuleuh kaoy/ nazar" kenapa harus hari senin, selasa. Senin kamis. Tapi kalau saya

tergantung keyakinan dan referensi. Tapi sebenarnya bagus orang aceh fanatik, kerana orang Aceh tidak sembarangan mau menerima teknologi begitu saja. Jadi, pendakwah di sini tidak boleh menimbulkan pesan-pesan khilafiah pada dakwah digital. Karena itu dengan digital ini kita tidak bertemu orang tidak ketempat dakwah. Saya sering dikirm gambar non verbal di WhatsApp (WA) Itu juga dakwah, pakai baju seperti ini panjang juga dakwah. Jadi berbicara digital ini ada halnya ada pesan dakwah nya.

Dari pemaparan di atas, mengindikasikan bahwa pesan dakwah Islam telah menjadi sebuah sistem berfikir di dalam diri da'i itu sendiri. Seorang pendakwah harus mampu memiliki pemahaman yang substantif terhadap isi pesan yang disampaikan kepada objek dakwah yang dianutnya. Di samping itu, juru dakwah juga mengetahui tentang budaya dan agama di dalam masyarakat. Menyangkut dengan pesan khilafiah, sebenarnya juga tidak dapat dihindari. Akan tetapi informasi itu disampaikan oleh seorang penda'i yang memiliki ilmu pengetahuan yang luas dan luwes. Kredibilitas dan integritas seorang da'i dalam menyampakan isi pesan dakwah yang mengandung khilafiah juga dapat mengatarkan pada mencerdaskan umat. Sebagaimana pendapat Asnawi Abdullah yang mengatakan:

Masyarakat tempo dulu dan era sekarang itu berbeda, terutama sekarang informasinya mudah

didapatkan. Penceramah itu dituntut untuk mampu memberikan kecerdasan kepada masyarakat seperti sesuatu yang bersifat khilafiah, misalnya qunut dalam salat penceramah tidak boleh menjudge qunut itu tidak boleh atau harus dilakukan tetapi harus menjelaskan asal usul qunut sebenarnya dan perbedaan pendapat mazhab tentang qunut sendiri sehingga para pendengar mengambil kesimpulan sendiri tentang qunut itu. Dan juga kreteria secara muamalah dan metodologi fikih yaitu mengambil pendapat ulama terdahulu.

Bahwa persoalan perbedaan pendapat itu memang hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat. Namun, untuk menjadikan itu sebagai alasan utama untuk menyampaikan pesan khilafiah, tampaknya pandangan ini perlu ditinjau kembali. Hemat penulis, para pendakwah dewasa ini sedang mengalami krisis model yang bisa dijadikan sebagai rujukan dalam menyusun agenda dakwah digital mereka. Jika mengacu pesan dakwah pada Al-quran dan hadis, maka akan dicap transmisi pesan terlalu formalistic. Demikian juga, merujuk pada model pengajian kitab kuning terhadap penyampaian pesan dakwah, akan diberi lebel tradisionalis. Dengan bahasa lain, ada semacam ketakutan tersembunyi ketika aktivitas dakwah digital umat Islam dijalankan. Akhirnya,

muncullah asumsi ekspresi dakwah digital bernuansa politik.

Oleh sebab itu, penyampaian pesan dakwah dan perasaan penerima pesan bisa bersinegi dengan konteks atau lingkungan dan kultur yang berbeda-beda. Pendakwah juga dapat memperhatikan antara kearifan lokal dan kearifan global dalam mengkomunikasikan nilai-nilai ajaran islam melalui sarana digital. Dimana kearifan global menjarkan pendakwah terhapap bagaimana informasi dan teknologi serta energi islam dapat dikuasi, dengan membangun aspek yang kita sepakati maka direalisasikan. Pada permasalahan yang kita berbeda pandangan maka berlapang dada untuk menerima perbedaan. Konsep seperti ini memberikan dakwah bil hikmah dalam sistem transformasi pesan Islam kepada masyarakat menjadi seimbang antara pengiriman pesan dengan perasaan pemanfaat materi dakwah.

3. Dakwah Sebagai Profesi

Dalam Islam, seorang da'i menduduki pada posisi yang sangat strategis dan penting sekali untuk keberlangsungan aktivitas dakwah sejalan dengan perkembangan zaman. Da'i merupakan individu yang menyapaikan pesan ajaran Islam baik secara langsung ataupun tidak langsung yang mengekspresikan dengan kata-kata, perilaku atau perbuatan untuk mengantarkan manusia kepada jalan kebaikan dan menghentikan jalan

kemaksiatan. Dengan kata lain, da'i sebagai pembawa risalah yang sesuai dengan Al-qur'an dan Hadis sehingga umat manusia memperoleh keselamatan baik di dunia maupun akhirat.

Da'i juga mempunyai kemampuan khusus dalam bidang dakwah Islam, dengan mengkhitmat yang luar biasa menebarkan kebaikan. Apalagi seorang pendakwah berhadapan dengan mereka yang sudah berdarah daging dengan kemungkaran. Karena itu, profesi sebagai da'i adalah aktivitas yang sangat mulia karena menciptakan jalinan komunikasi yang harmonis antara dirinya dengan audien. Masyarakat juga memperoleh pesan moral yang sesuai dengan landasan ajaran Islam. Berseberangan dengan syariat bila para penda'i memiliki persepsi bahwa profesi dakwah dijadikan sebagai ladang bisnis, dengan mengharapkan dan menentukan upah atau imbalan. Dalam hal ini, Muhammad Saleh menuturkan:

Saya lihat dakwah itu sekarang sudah menjadi pekerjaan, profesi. Karena itu harus menjaga nilai-nilai kebaikan juga , saya juga penceramah, Karena tidak ada pekerjaan lain waktu itu. Jadi gak mungkin kita sudah datang pasti dikasih uang. Tapi Karena itu banyak saya lihat seperti ini. Banyak mahasiswa saya sudah menghasilkan 2 juta dalam semalam dan sudah beli toko itu. Dari mulai bulan muharram sampe haji itu mereka penuh jadwal dakwah. Da'i itu memiliki banyak

uang. Dikasih uang banyak kita terima, dikasih sedikit juga saya tidak menolak.

Dalam konteks ini, sebenarnya memahami apa dan bagaimana sebagian para da'i dalam realitas sosial. Sebab jika pemahaman da'i mengambil imbalan dari perbuatan yang semestinya dilakukan dengan penuh keikhlasan maka berpotensi pada kerusakan moral dan bisa menjatuhkan martabatnya. Karena itu, menggantungkan diri pada imbalan dari aktivitas dakwah adalah sudah menjadi penyakit sebagian pendakwah kita di Aceh. Dalam menjelaskan bagian ini, Muhammad Saleh menyebutkan:

Itulah penyakit.. saya pernah undang dai kondang di Aceh , ada Maulid dikampus dan kami bilang tidak ada uang, dan dia membatalkan jadwal ditempat kami karena alasan sakit. Dan diwaktu yang sama juga kami tau dia ceramah ditempat lain. Tapi itulah penyakit.. saya lihat banyak sekarang penceramah berceramah itu tidak begitu berdampak lagi saya lihat. Walaupun tugas dai itu menyampaikan saja, dan yang membuat orang berubah atau tidak itu tergantung pada dia sendiri.

Dengan demikian, hendaknya seorang da'i tidak menggantungkan diri pada harapan menafkahi diri dan keluarganya pada kegiatan dakwah. Kemudian juga jangan berharap untuk diberikan, karena sifat yang

demikian mencerminkan seorang da'i telah mengandalkan dakwah sebagai sarana memenuhi kebutuhan hidup bukan lagi tempat menyalurkan idealisme yang sukarelawan. Pendakwah merupakan sukarelawan yang menerangi umat manusia dari kegelapan. Karena itu, dengan keberadaan da'i yang digambarkan sebagai cahaya yang mampu menyumbang kepada kehidupan umat Islam yang redup yang pada akhirnya bisa memilah dan memilah mana yang benar dan mana yang salah. Namun, tidak berhenti di situ bahwa masyarakat yang mendatangi para juru dakwah juga melakukan penyaringan. Selektifitas yang dimaksud agar menghadirkan yang menyampaikan pesan dakwah benar-benar orang tulus dan ikhlas.

Pendapat Muhammad Saleh di atas ditanggapi kembali oleh Asnawi Abdullah yang pada intinya mengatakan bahwa:

Sebenarnya pendengar ceramah itu sangat selektif dalam mengundang da'i. Dan saya belum pernah mendengar kalau seorang da'i pencemah mematok harga untuk sesi ceramah yang dilakukannya. Penceramah tidak pernah memakai tarif atas jasanya berceramah, seorang ceramah itu tulus untuk member nasihat kepada orang lain, karena konsep dakwah itu adalah ikhlas, Allah akan membalas jasa kita.

Oleh karena itu, di era perkembangan teknologi informasi sekarang ini membutuhkan dai yang professional yang mempunyai kredibilitas dan integritas yang handal dalam manajemen dakwah, sehingga ia mampu mewujudkan komunikasi yang bagus dengan segenap multi sosiokultur yang terdapat dalam masyarakat. Di samping itu, dakwah yang dilakukan melalui youtube seorang dai harus mampu merangkai pesan damai dan menarik simpati mitra dakwah serta memiliki wawasan luas ke arah masa depan. Kemudian mampu memprediksi fenomena yang akan datang.

Professional seorang juru dakwah dalam menginformasikan pesan nilai-nilai ajaran kembali pada pesan yang mengandung kebenaran dan sesuai dengan konteks. Mengembangkan pesan yang membuat perdamaian sejalan dengan situasi dan kondisi masyarakat secara universal. Pesan nilai syariat Islam yang komprehensif merupakan sebuah kemudahan untuk menerimanya sekaligus menghormati dan mengapresiasi dalam suatu perbedaan tertentu. Kendatipun, tugas dan tanggungjawab seorang pendakwah bersama masyarakat dalam mengelola persoalan perbedaan pandangan sehingga mewujudkan kekuatan yang mendorong kepada kualitas muslim dan kesalehan sosial bagi masyarakat.

4. Menjaga Substansi Pesan

Tidak dapat dipungkiri, sekarang manusia hidup di era globalisasi, salah satu cirinya setiap informasi diberbagai belahan dunia akan mudah cepat diketahui. Hal ini terjadi karena didukung oleh berbagai macam alat-alat komunikasi seperti televisi, radio, handphone, internet, dan sebagainya. Semua media ini menawarkan dan memberikan pesan kepada khalayak terlepas positif dan negatifnya. Namun, dengan adanya media ini menandakan suatu kemajuan keilmuan manusia dibidang teknologi informasi dan komunikasi. Maka dari itu jika hari ini peluang dakwah memang selalu identik dengan seorang ustadz yang sedang khutbah di atas mimbar. Dihadiri oleh para jamaah dan majelis taklim serta dilaksanakan di masjid atau surau. Begitulah pandangan dari seorang yang awam akan hakikat dakwah yang sebenarnya. Jika di perhatikan lebih dalam, batasan dakwah itu tidak terbatas oleh tempat dan metode. Dakwah bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, dan dengan cara apa saja – selama tidak menyimpang dari koridor yang sewajarnya. Oleh karena itu, cakupan dakwah memiliki arti yang luas dan metode yang tak terbatas. Semua cara bisa kita lakukan dengan tidak merubah dari substansinya. Salah satunya dengan memanfaatkan media massa yang berkembang saat ini. Hal ini juga di sampaikan oleh Darmadi:

Peluang yang akan melahirkan dakwah itu akan disampaikan secara lebar atau tidak kepada

jamaah, kemudian Jamaah yang akan melihat itu akan banyak dibandingkan dengan jamaah yang hadir dalam masjid. Jika kehadiran jamaah di masjid lima ratus orang, namun bila melalui youtube bisa ribuan jamaah yang melihat dan mendengarnya. Kedua, dari segi waktu. Orang mungkin tidak sempat mendengar waktu di masjid, tetapi ia bisa mendengar pada lain waktu diluar masjid. Jadi pesan dakwahnya juga sampai kepada jamaah. Menurut saya ini juga memperpanjang dan menambah jamaah atau mad'unya semakin luas.

Jika kaum muslimin biasanya mengaji di masjid, maka sekarang kaum muslimin bisa menimba ilmu di radio, televisi , Koran, internet. Salah satu kelebihan nya yaitu bisa mendengarkannya dimana saja. Selain itu, bisa langsung menanyakan suatu persoalan mengenai agama kepada narasumber atau ustadz yang mengisinya tanpa harus menunggu jadwal pengajian rutin. Maka dari itu persoalan waktu juga menjadi hal yang penting bagi masyarakat yang terkadang memiliki kesibukan tertentu. Melalui radio TV, media sosial/ Youtube ini siaran dapat dijangkau oleh orang yang berada di luar secara luas. Bahkan jika sedang berada di luar negeri masih bisa menyimaknya melalui media online. Dengan demikian, maka dakwah menjadi semakin vreatif dan fleksibel. Maka dakwah dengan menggunakan media-media digital, menjadi primadona masyarakat modern untuk

terus mendapatkan pencerahan agama dengan cara yang mudah di akses.

D. Strategi Komunikasi Membentuk Da'i Dakwah Digital

Penguasaan terhadap jaringan internet adalah sebuah terobosan bagi efisiensi dan efektifitas dakwah, karena hal ini berhubungan erat dengan transformasi pemikiran, terutama di kalangan intelektual sebagai elemen strategis dari unsur perubahan masyarakat. Selaku penggerak bagi perjalanan masyarakat, kalangan ini selalu mencari tatanan terbaik yang akan meningkatkan kualitas masyarakat di masa depan. Faktanya pula mereka adalah kalangan yang paling intens berinteraksi dengan dunia cyber (Internet) dan jumlahnya terus meningkat secara eksponensial. Komunitas cyber menstimulir seseorang untuk menjadi lebih sensitif dengan berbagai hal yang terjadi di seluruh pelosok negeri Islam. Hal ini dapat diakses melalui berbagai fasilitas Internet seperti mailing list, halaman web/situs, dan lain-lain yang semakin hari semakin meningkat jumlahnya.

1. Pola kreativitas

Sejatinya umat Islam sudah selayaknya melihat ke arah yang lebih jauh, khususnya pendai Aceh semua

memiliki kewajiban untuk berdakwah dan dakwah tidak harus selalu berkhotbah di atas mimbar atau acara-acara keagamaan lainnya seperti maulid, Muharram, atau Hari Ied, karena dakwah memiliki metode yang luas dan bervariasi serta fleksibel. Oleh karena itu, melihat peluang di era teknologi komunikasi ini harus menjadikan sarana baru mengembangkan dakwah. Guna menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Tetapi, tantangan yang harus di hadapi oleh para pendakwah Aceh terkesan lebih sulit lagi karena berhadapan dengan media yang beraneka ragam bentuk dan fungsinya. Di satu sisi peluangnya begitu luas, namun tantangannya juga tidak mudah. Apalagi jika mengingat usia pendakwah yang tidak muda lagi tetapi hal ini tidak boleh dijadikan sebagai hambatan, namun dijadikan semangat yang baru dalam berdakwah di Aceh dengan penuh kreativitas, mengingat Aceh sebagai bumi serambi Mekkah dimana keagamaan yang erat dipegang teguh oleh seluruh masyarakat Aceh. Dalam hal lain Darmadi juga menyampaikan:

Dakwah kreativitas, pengurus masjid misalnya atau khatib, dia bisa membawa tim untuk merekam dakwah yang dia sampaikan, kemudian bisa di upload melalui media sosial lainnya, seperti, facebook, instagram, twiter, youtube, whatsapp, dan sebagainya. Sehingga ini bisa dimanfaatkan sebagai salah satu sarana dakwah.

Namun untuk perihal dakwah yang memiliki hambatan, seperti di sampaikan oleh Muhammad Saleh:

Dakwah saat ini belum bisa karena menjangkau sampai ke pelosok daerah, ada begitu banyak kendala sehingga susah untuk bisa masuk kesana, dan masyarakat kampong juga kurang tertarik mendengar dakwah yang seperti itu, ada kesulitan untuk tembus adalah sebagian mereka yang generasi 70-80 an itu. Tapi kalau anak sekarang saya rasa sudah mampu. dan itu bagus saya lihat, hari ini semua orang sibuk, makanya dengan kesibukan itu kita lebih baik berdakwah seperti ini.

2. Institusi Media Digital

Dakwah di Aceh bukan hanya persoalan ibadah dan tauhid saja tetapi banyak hal yang juga berkenaan dengan perbaikan akhlak manusia, namun tidak semudah yang dibayangkan ketika dakwah tidak mengenai daerah yang sulit dijangkau seperti pedalaman, untuk menyampaikan dakwah kepada setiap insan inilah yang melandasi beberapa lembaga dakwah membuat program dai ke pedalaman. Banyak hal yang kemudian menjadi hambatan dan tantangan tersendiri bagi para pendakwah ketika ingin menyebarkan ajaran Islam, di samping persoalan waktu dan jarak juga budaya di suatu

derah bisa menghambat masuknya dakwah. Untuk itu berbagai sarana dakwah kemudian menjadi solusi terbaik bagi para pendakwah saat ini seperti menggunakan berbagai konten di dalam layanan dakwah seperti teks, video, juga audio. Semuanya hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, yang mungkin saja hanya bisa mendengarkan kajian dakwah lewat audio, atau misalnya sedang memiliki waktu luang untuk menyaksikan dakwah lewat *streaming* video. Di era revolusi industri 4.0 ini dimana dunia semakin canggih dengan kehadiran digital sehingga kecepatan penyebaran dakwah secara *online* adalah alasan utama kenapa banyak dakwah yang mesti memanfaatkan internet sekarang ini.

Kegiatan dakwah akan dapat berjalan secara efektif dan efisien harus menggunakan cara-cara yang strategis dan tepat dalam menyampaikan ajaran-ajaran Allah SWT. Salah satu aspek yang bisa ditinjau adalah dari segi sarana dan prasarana dalam hal ini adalah media dakwah, karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal yang menjangkau semua segi kehidupan manusia, maka dalam penyampaiaannya pun harus dapat menyentuh semua lapisan atau tingkatan baik dari sudut budaya, sosial, ekonomi, pendidikan dan kemajuan teknologi lainnya. Hal lain di sampaikan oleh Muhammad Saleh:

Dai harus punya strategi. Kita sebelum berdakwah itu lihat dulu mad'unya. Jika saya

berdakwah di gunung saya harus pakai bahasa apa. Tergantung tempat. Jadi gini saja kita bisa mengukur orang suka sama kita atau gak, kalau hari ini kita khutbah pertama di mesjid itu, kalau untuk bulan depan gak diundang, berarti orang gak suka itu. Seperti kata Zainuddin M.Z itu orang dengan strategi dakwah nya bisa dilihat dari 15 menit kita ngomongn di depan orang udah ketawa berarti orang udah suka tentang materi dakwah yang disampaikan. saya begitu lihat masyarakatnya. Dari situ kita bisa langsung bisa memasukkan apa yang kita mau untuk berdakwah. Strategi dakwah itu juga perlu persiapan, seperti ada kepala, badan juga kaki, kalau kepala besar sekali juga gak bagus, kalau kaki panjang kali juga gak bagus, semua harus standar. Nah ini juga seperti teori satu untuk seribu, satu pesan utnuk seribu orang, mudah sekali kita lihat. Kita tahu orang senang atau tidak bisa langsung kita lihat, seperti di instagram itu, apakah banyak yang suka, berarti sukses dakwah kita.

Kini berdakwah mempunyai tantangan sendiri. Media komunikasi pun terbagi menjadi dua yaitu, memanfaatkan jalur cetak atau konvenkuensi. Selain itu ada pula yang bersifat elektronik, yang merupakan implikasi dari kemajuan teknologi. Dakwah Islam sebagai konsep maupun sebagai aktifitas telah memasuki seluruh

wilayah dan ruang lingkup kehidupan manusia, sehingga seluruh aspek kehidupan tidak dapat dilepaskan dari sudut pandang dakwah itu sendiri. Sejalan dengan pengertian dakwah sebagai nilai-nilai Islam ke dalam semua aspek kehidupan manusia. Lebih lanjut ia tegas bahwa makna dakwah itu sendiri tidak hanya sebatas tabligh seperti yang berlangsung dan mendominasi aktifitas dakwah selama ini. Dakwah melalui internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam menyiar ajaran Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i Aceh dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya.

Hari ini sasaran kita harus kepada pemuda, orang tua itu rata-rata bisa baca quran , bisa salatkan jenazah , bahkan genarasi saya itu sudah doktor banyak gak bisa ngaji. Generasi 70 an memang jauh dengan teknologi, jadi dakwah digital itu bukan sasaran kesana, tapi pemuda harus diserang.

Dalam konsep yang kekinian, dakwah para dai medsos justru lebih menargetkan dakwahnya pada kalangan muda-mudi tentunya dalam berbagai hal keagamaan termasuk pola perubahan tingkah laku, sikap moral dan mental, setiap gerak dakwah mereka dihitung dari minimal waktu tonton; 4.000 jam, dengan minimal pelanggan; 1.000 dan rekapitulasi pendapatan dihitung dengan sistem CPM (cost per mille) atau pendapatan per

1.000 impresi (jumlah iklan yang ditonton).⁴³ Da'i medsos tidak hanya akan mendapat impact positif berupa pahala dari sajian materi dakwah yang ditonton jutaan jamaah jika ikhlas, namun juga mendapat penghargaan pundi finansial secara langsung. Tentu saja di dalamnya harus memenuhi aturan main, bahwa materi dakwah dikaji secara sistematis, tidak hanya mengacu pada produksi media namun juga proses perluasan melalui konten media yang didistribusikan, diterima dan dikonsumsi oleh audien yang telah diregulasi oleh Negara. Meskipun ukuran-ukuran materi tidak semestinya menjadi ukuran mutlak atas nilai "keikhlasan" dai berdakwah. Abu Asnawi dalam wawancaranya menjelaskan:

Seorang penceramah itu tulus untuk memberi nasihat kepada orang lain, karena konsep dakwah itu adalah ikhlas, Allah akan membalas jasa kita. dalam hal lain ia menjelaskan juga:

Pelaku dakwah atau para pendai tidak terlalu fokus, apalagi para pendai generasi tua yang tidak terlalu peduli dengan ceramah yang dilakukannya akan di upload atau tidak oleh pendengar. Kalau para pendakwah generasi muda sudah mengupload ceramah yang dilakukannya tapi tujuannya bukan untuk dakwah tetapi untuk mempromosikan diri. Seharusnya pendakwah

⁴³ <http://aceh.tribunnews.com.dakwah-di-mimbar-digital>.
Akses 07 Agustus 2018.

muda selalu menemani atau mengikuti generasi pendakwah generasi tua untuk merekam atau videokan ceramah generasi tua, dan merekam dan menguploadnya.

Seiring revolusi dakwah, jangkauan materi dakwah akan bergerak mengikuti trend dan popularitas (viral) para tokoh dakwah tersebut. Namun perspektif intinya bukan semata untuk mengkultuskan materialisme dalam konteks dakwah, dan pengalaman ini jauh dari model dakwah para dai tradisional. Dimana tentunya dengan adanya peran teknologi dalam berdakwah dapat menciptakan sebuah perubahan positif kedepannya bagi Aceh.

Dalam konteks ini, Aceh memang sudah tidak asing lagi dengan pengaruh dunia global dan berbagai pengalihan isu termasuk global mind dan global citizen, sehingga muncul konsep digital yang terbangun melalui kelompok-kelompok sosial media, yang sering dihubungkan dengan kata *friend* dan *follower*. Sehingga semakin banyak follower yang dimiliki seseorang di alam maya, semakin dianggap berpengaruh seseorang tersebut di dalam digital state sehingga proses aktualisasi diri dan citra diri semakin dibangun oleh kekuatan tersebut.

Tak bisa dipungkiri, bahkan apa pun model kehidupan yang dijalani oleh panutan tersebut, akan ditiru oleh pendukung atau pengikutnya. Orang yang

akan di anggap panutan oleh masyarakat dianggap “suci” dan terkadang ditampilkan sebagai idola , kemungkinan buruk yang terjadi apabila idola membawa ke arah kezaliman dan binasalah masyarakat dan pengikutnya. Program pembentukan peradaban baru era revolusi ini memang akan menggeser nilai-nilai dan etika lokal, sehingga perlu adanya pengontrolan khusus dari pihak-pihak tertentu untuk menjaga kualitas dan kapasitas yang selama ini di miliki oleh para pendakwah.

Adapun strategi yang mempunyai yang harus diterapkan oleh pendakwah Aceh ada menguasai ilmu agama, pandai berkomunikasi dan kuasai teknologi dengan demikian perubahan pada dunia dakwah Aceh akan terjadi sebagaimana yang di harapkan.

3. Solusi Dari Tantangan Dakwah

Melihat tentang kelebihan dari media dakwah digital maka perlu mendapat perhatian untuk media dalam menyampaikan pesan bisa membekas dan berdampak (effect) lebih besar kearah positif berupa perubahan perilaku masyarakat. Karena itu butuh berbagai format dakwah bisa digarap dengan pesan-pesan yang menarik dan edukatif. Lembaga dakwah berbasis digital sudah saatnya merapatkan barisan, memadukan program dakwah dengan membuat sistem yang lebih metodologis, konseptual dan pragmatis.

Solusi dalam mengembangkan dakwah di provinsi Aceh yang formatnya sarat dengan muatan pesan dakwah integrasi dan interkoneksi, dengan berbagai ragam corak dan gayanya yang menciptakan sebuah lembaga yang memiliki kapasitas dibidang informasi dan teknologi, kemudian di dalamnya diatur secara komprehensif dakwah yang terstruktur sehingga mampu mengundang para pendakwah yang berpotensi pada konsentrasi keilmuannya masing-masing.⁴⁴

Menciptakan layanan website dengan memberikan informasi dan ilmu-ilmu keagamaan di Aceh dengan membikin situs-situs dakwah yang dilakukan oleh para da'i dunia maya. Sehingga pesan dakwah juga bisa ditonton oleh negara-negara lain telah banyak mepelopori situs dakwah da'i Aceh. Disamping itu juga Menyediakan layanan khutbah jum'at manca negara berupa audio file maupun teks fil dari apa yang disampaikan melalui lisan seorang juru dakwah (khatib).⁴⁵

E. Pembahasan

Dari hasil diskusi yang mendalam pada wawancara di atas dapat di katakan bahwa para pendakwah di kota Lhokseumawe belum sepenuhnya menerapkan dan memaknai teknologi sebagai sarana

⁴⁴ Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Darmadi, 29 Juli 2018

⁴⁵ Hasil wawancara peneliti dengan Tgk. Asnawi Abdullah, 29 Juli 2018

dakwah di era revolusi seperti sekarang ini. Meskipun ada beberapa diantara para pendakwah sudah menjalankannya tetapi belum ada management yang baik dalam pengelolaan dakwah secara digital ini. Apalagi jika melihat masyarakat secara keseluruhan, bahkan selaku dai dituntut harus menguasai teknologi, dan hari ini yang membuat masyarakat daerah khususnya tertinggal itu di karenakan tidak menguasai teknologi dengan baik, jadi ada yang berpersepsi masih melihat seakan teknologi itu tidak penting, dan masih dianggap dalam perspektif yang negatif dan sempit.

Setiap dai pada masa kapan pun yang memikul tugas dakwah dan menyebarkan kebenaran harus meneladani para nabi. Setiap orang yang bertugas menyampaikan dakwah dan petunjuk serta mendatangi kampung-kampung harus berusaha untuk tidak menerima upah atau keuntungan apa pun dari pengabdianya menyebarkan kebenaran. Pertama-tama, karena pengaruh ucapannya kepada manusia ada di tangan Allah Swt. Dia mengaitkan pengaruh ucapan mereka dengan tingkat keikhlasan, kejujuran, dan pengorbanan mereka serta sikap mereka yang tidak menanti upah dari tugas dakwah. Karena itu, ucapan para nabi yang agung dan suci memberikan kesan dan pengaruh. Apabila sebuah nasihat tidak banyak memberikan pengaruh pada masa ini, itu karena ia tidak memenuhi beberapa syarat penting.

Kebanyakan da'i menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Tanpa menganalisis materi dan penyampaian dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Efek dakwah yang diharapkan dalam upaya untuk mencapai tujuan dakwah, maka kegiatan dakwah selalu di arahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan diri, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan atau knowledge, aspek sikap dan aspek perilaku. Sehingga perlu adanya pesan dakwah yang bisa diterima oleh semua masyarakat dan bisa membangkitkan dorongan dan motivasi bagi masyarakat atas apa yang diharapkan. Bahkan banyak hari ini problem di masyarakat adalah kemungkinan mereka hanya mendengar, tidak mau melaksanakan dan bahkan menolak serta apatis terhadap pesan tersebut. Sehingga dalam berdakwah pesan yang disampaikan harus menyinggung rasa/hati dan juga memicu untuk berpikir/ mengasah otak para mad'u.

Dari kota Lhokseumawe dan para pendai daerah tersebut selalu akan memprioritaskan masyarakat dalam berdakwah. Maka sulit bagi pendai jika berdakwah memakai teknologi digital seperti itu, karena pada dasarnya konsep dakwah di pedesaan dan masyarakat kampung belum tertarik dengan dakwah digital, oleh Karena itu para pendai menerapkan konsep dengar dakwah dengan metode lucu. Tetapi kalau untuk

masyarakat kota, yang sudah maju sudah bisa diterapkan dakwah digital. Masyarakat kampung yang sering mendengar dakwahpun adalah generasi 70-80 an dan dikatakan bahwa mereka kurang tertarik dengan digital. Sebenarnya orang Aceh saat ini jika dilihat oleh para pendakwah mudah terpengaruh dan tidak berpatokan kepada referensi atau rujukan literatur, karena orang Aceh sangat fanatik, pada dasarnya orang Aceh ini bisa bersatu dengan agamanya Islam, sebagai ruh dan jasad orang Aceh, mengangkat harga diri yang dikenal fanatik, unik dan populer karena taat mengamalkan ajaran Islam. Tanpa Islam, orang Aceh bisa digoyahkan oleh siapapun dengan melakukan tindakan jahat untuk melamahkan keyakinan orang Aceh itu sendiri. Masyarakat era dulu dan era sekarang itu berbeda, terutama sekarang informasinya mudah didapatkan. Oleh karena itu penceramah di tuntutan untuk mampu memberikan kecerdasan kepada masyarakat seperti sesuatu yang bersifat khilafiah dan bertentangan sebagaimana yang telah di samapiakan oleh para ulama terdahulu.

Perkembangan dan kesibukan masyarakat hari ini terkadang tidak mempunyai waktu untuk duduk terlalu lama dalam mendengarkan dakwah, oleh karena kesibukan tersebut maka lebih baik berdakwah dengan digital di manfaatkan oleh para dai kota Lhokseumawe. Sistem dakwah digital di Lhokseumawe yaitu seperti lembaga SMS, Forum Alfada, Radio RRI, tetapi lebih mengarah kemisi tertentu.

Bukan hanya itu jika di telusuri lebih dalam bahkan berdakwah sekarang sudah menjadi pekerjaan atau profesi. Juga pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah tidak boleh menimbulkan pesan-pesan khilafiah pada dakwah digital, bahkan dirasakan bahwa dakwah digital ini sangat perlu, karena para pendakwah juga tidak boleh ketinggalan dengan teknologi, dengan alasan bahkan sekarang ini semua sekarang sudah *e*, *e-mesjid*, *e-money*. Namun untuk itu juga perlu di ingat kembali bahwa setiap zaman ada orangnya dan setiap orang ada zamannya. Jadi para pendakwah harus mengikuti zaman dan mengupgrade diri. Mungkin dulu para dai berceramah di depan orang tua, dan sekarang juga anak muda harus di dakwahkan, dan ini suatu kondisi yang sangat berbeda sekali, jadi penceramah itu seperti mengikuti irama gendang, kalau tidak mengikuti gendang akan ketinggalan, jadi para penceramah harus membawa kebaikan bagi umat.

Citra dai menjadi hal yang sangat penting dalam menyampaikan dakwah di pedesaan dibandingkan dengan isi dakwah itu sendiri karena sifat masyarakat desa yang sangat menghargai orang-orang yang berilmu dan jiwa sosialitasnya yang tinggi. Masyarakat di pedesaan lebih menyukai dakwah yang sesuai dengan tradisi mereka yang telah ada, artinya tidak mudah untuk menerima pemahaman baru yang berbeda dengan pemahaman Islam yang telah ada di desa tersebut. Sehingga para da'I mesti mengetahui betul kondisi dan

situasi mad'u dan daerah dahwah. Tidak hanya itu dengan mengenali diri mad'u, kebudayaan, gaya hidup, kebiasaan dan bahasa, tentu ini menjadi acuan da'i untuk menyalurkan informasi keagamaan.

Adapun dakwah yang dipakai selama ini oleh para da'i ini adalah lebih ke pada ceramah di atas mimbar dan ceramah dari desa ke desa lain dalam mengisi pengajiannya dan dakwah secara tidak langsung maksud dari dakwah tidak secara langsung adalah dengan perbuatan, apalagi para pendai generasi tua yang tidak terlalu peduli dengan ceramah, termasuk dakwah digital yang dilakukannya seperti saat ini, yang telah dan akan di upload oleh pendengar. Berdeda dengan pendakwah muda, para pendakwah generasi muda sudah mengenal teknologi dan bisa dengan mudah mengupload ceramah yang dilakukannya tapi tujuannya bukan untuk dakwah tetapi untuk mempromosikan diri.

Pesan bagi masyarakat dalam menanggapi video tersebut adalah menelusuri video tersebut secara menyeluruh dan menanyakan tentang isi video tersebut terhadap tokoh yang lebih besar atau yang lebih memahami tentang isi video tersebut, dan pesan bagi pendai adalah memperhatikan kode etik kearifan lokal dalam penyampaian berbagai metode dakwah dalam masyarakat.

Dengan demikian, langkah dan masa depan ilmu dakwah di Aceh, harus disenergikan dengan arah dan

bentukan masyarakat yang diinginkan oleh rakyat Aceh sendiri. Dalam hal ini, sinergi antarlembaga di dalam menyatukan persepsi mengenai apa yang harus dilakukan untuk pengembangan dakwah digital di Aceh, harus segera dilakukan. Sinergi ini merupakan modal utama di dalam mengarahkan arah dan tujuan pengembangan ilmu dakwah di Aceh secara lebih efektif dan efisien. Namun untuk itu juga pengembangan dakwah digital di Aceh telah menemukan tantangan dari dalam dan luar Aceh. Pada satu sisi, dakwah digital harus mampu memahami kondisi masyarakat Aceh, nilai syariat Aceh, nilai tradisinya serta dinamika perubahan masyarakat Aceh itu sendiri. Sehingga pola perubahan dakwah era dahulu ke era digital ini akan menjadi suatu perubahan tatanan dakwah digital yang responsive yang strategis.

Dua masalah tersebut tentu saja harus ditanggapi oleh para pendakwah Aceh dengan memanfaatkan teknologi dan kecanggihan hari ini bisa membuat negeri ini tidak lagi hanya menjadi ladang amal bagi agama tetapi juga dalam perubahan sistem dakwah dai secara digital.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kajian ini telah sampai pada kesimpulan bahwa dalam era globalisasi mengalami banyak perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut akan terciptakan masyarakat penuh dengan informasi. Di mana informasi terus berkembang sesuai dengan tuntutan zaman. Informasi yang harus dihidupkan melalui media digital tentu tidak luput dari pesan-pesan dakwah Islam yang disampaikan kepada mitra dakwah. Dari uraian panjang tentang dakwah digital era revolusi industri 4.0 yang menjadi kesimpulan yaitu:

Dakwah digital merupakan suatu sarana dalam menyampaikan pesan amar ma'ruf dan nahi munkar dengan menggunakan segenap alat teknologi dan informasi sesuai dengan perintah Al-qur'an. Seruan ini, dalam mengimplemenatsikan tugas dakwah islam diwujudkan dalam sebuah formula pengawasan pada dimensi syari'at, baik dari segi aqidah, ibadah, maupun dari segi muamalah.

Dakwah digital secara historis berkembang sejalan dengan perkembangan informasi dan teknologi. Sedangkan dalam perspektif islam menggunakan sarana

dakwah melalui media teknologi dengan upaya merealisikannya di wilayah-wilayah berdasarkan normatif syari'at Islam. Namun, pada masa Nabi, media dakwah yang digunakan melalui mimbar. Konteks ini menunjukkan bahwa sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat ketika itu yang masih bertumbuh atas dasar kepatuhan dan keyakinan terhadap syariat islam yang didakwahi oleh Nabi sebagai suri teladan umatnya.

Dalam berikhtiar untuk mewujudkan masyarakat dakwah pada era revolusi industri 4.0 ini, para pendakwah khususnya dan masyarakat pada umumnya harus ikut berperan sebagai subjek dakwah dan tidak sebagai objek dakwah. Perwujudan ini yang pada gilirannya masyarakat mampu memfasilitasi pribadinya sendiri dengan mengeluarkan pendapat, mencermati dan mengevaluasi transformasi difusi sosial yang menurut mereka inginkan sekaligus bisa menikmati manfaatnya.

Dalam konteks Aceh, dakwah digital diperlukan realisasinya adalah yang berorientasi pada kearifan lokal atau transformasi sosio-kultural yang dilaksanakan lewat pendekatan partisipatif yang secara substansial mewujudkan dakwah islam yang komprehensif (*Kaffah*). Dengan demikian, keterlibatan pendakwah terhadap kepentingan masyarakat untuk membangun kesadaran kritis supaya menciptakan perubahan keadaan. Disamping itu, menjadikan dakwah via digital sebagai media pendidikan untuk membangkit potensi

masyarakat sehingga menjadi filter akan terbebas dari kebodohan dalam menghadapi berbagai teknologi dan informasi. Dalam konteks ini, perlu digarisbawahi bahwa dakwah digital yang dihasilkan dalam kajian ini disampaikan pesan-pesan dakwah sesuai dengan petunjuk-petunjuk Al-qur'an, Hadis, Ijma' ulama dan qiyas sebagai salah satu upaya titah ilahiyah dalam kehidupan masyarakat Aceh bersifat urgensitas dengan normativitas bernuansa Qur'ani.

Berdasarkan petunjuk di atas, dakwah digital hanya berfungsi sebagai perpanjangan tangan dari para da'I dalam menjalankan aktivitas dakwah Islam dan dalam aksinya harus menggunakan media sosial termasuk media massa, seperti TV, Radio, Koran, Majalah, media audio, dalam blog, twitter, facebook. Dakwah yang dilakukan dengan multi media tentunya berbasi internet. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa ghairah intelektual yang dibangun melalui dakwah digital mampu menghasilkan perunahan yang signifikan sehingga dapat dikategorikan sebagai *magnum opus* dimasa sekarang dan masa depan.

B. Saran-saran

Penelitian ini hanya terfokus pada dakwah digital era revolusi industri4.0 studi strategi membentuk dai dakwah digital di Aceh Karenanya, pengembangan akademisi dapat membuka horizon dan intelektual bagi generasi-generasi kedepan yang ingin meneliti dan

mengkaji terhadap dakwah digital secara mendalam lewat pendekatan disiplin ilmu yang komprehensif. Sehingga dapat memberikan kontribusi atau sumbangan ilmiah dalam perkembangan dakwah dan memberikan nilai manfaat bagi kemaslahatan umat.

Kemudian adanya sikap *aktif, kreatif* dan *dinamis* dalam memahami usaha dakwah berbasis teknologi dan informasi berbasis internet, sebagaimana dimanifestasikannya, diharapkan dapat dikembangkan dalam kehidupan masyarakat yang islami, sehingga menepis pandangan bahwa dakwah dengan menggunakan media digital yang menciptakan hidup *pasif*. Diharapkan juga bahwa seorang muslim memiliki kebajiwaaan asasi ini dalam implementasi dakwah *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*.

Pemerintah hendaknya bersahaja untuk membuat formulasi dakwah digital secara institusional untuk perluasan tugas dan kewenangannya dalam hal berdakwah kepada masyarakat, menjaga ketertiban umum sekaligus menjadi sarana pengawasan moral masyarakat seperti halnya mengawasi para pendakwah yang cenderung menyampaikan pesan mengandung perpecahan umat, dan mengembalikan pesan-pesan agar menghormati syari'at Islam dan kearifan lokal serta ketertiban umum lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 131-132.
- Abdul Basit. *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), Hlm. 43.
- Abdul Wahid, *Konsep Dakwah Dalam Al-Qur'an dan Sunnah* (Banda Aceh: Pena, 2010), Hlm.
- Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2003), Hlm. 157.
- Alwasilah, A. Chacdar. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang Dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. (Jakarta, Pustaka Jaya, 2003). Hlm.157.
- Bagong Suyanto dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana. Hlm.72
- Deddy Mulayana, *Komunikasi Politik Politik Komunikasi Membedah Visi Dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya: 2014), hlm, 231.
- Dedi Mulyana, *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 3.
- H.W.A. Widjaja, *Komunikasi & hubungan masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm, 8.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 19-20.
- Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana, 2011), Hlm. 211.
- Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2014), Hlm,1
- M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam*, (Jawa Barat: Pustaka Al-Ikhlash, 2013), hlm, 15.
- M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm, 17.
- Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), Hlm. 6.
- Muhammad Jakfar Puteh, *Dakwah Dalam Kehidupan Modern*, Yogyakarta: AK group,2006 hal: 131
- Muhammad Munir, S.Ag.,MA dan wahyu Ilaihi, S.Ag., MA. *Manajemen Dakwah* ,Jakarta : Kencana, 2009 hal 32
- Onong Uchjana Effendy, M.A., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 10
- Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm. 2.

- Syaikh Akram Kassab. *Matode Dakwah Yusuf Al-Qardhawi*,
Terjemahan Muhyidin Mas Rida. Cet. I (Jakarta: Pustaka al-
Kautsar, 2010), Hlm. 2.
- Syukri Syamaun, *Dakwah Rasional*, (Darussalam Banda Aceh: Ar-
Raniry Press, 2007), 63.
- Toto Jumanto. *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan
Qur'ani*. Cet. I (Jakarta: Amzah, 2001), Hlm. 18.

Sumber Lainnya

- <https://ristekdikti.go.id/menristekdikti-persaingan-global-di-era-revolusi-industri-4-0-semakin-ketat/>
- <http://sumberdaya.ristekdikti.go.id/index.php/2018/01/30/era-revolusi-industri-4-0-saatnya-generasi-millennial-menjadi-dosen-masa-depan/>.
- <https://www.indotelko.com/kanal?c=in&it=revolusi-industri-4-0-datang>
- ¹<https://news.detik.com/opini/d-3563958/mengenal-dakwah-digital-ustadz-abdul-somad-pekanbaru>
- <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/03/08/nkwdsy-ulama-harus-kembangkan-dakwah-digital>