

Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial

¹Tomi Hendra, ²Siti Saputri

¹Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Email: tomihendra05@gmail.com

²Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

Email: saputrisiti01@gmail.com

Abstract

The development of social media today seems like mushrooms that blossom in the rainy season. Where the presence of social media has removed the veil that is in the midst of social life. Likewise in the world of da'wah, social media gives a new color in its development, so that in practice the dak'wah has shifted, currently preaching is not only from the pulpit pulpit but by sitting sweetly in front of a television screen or computer mad'u has been able to enjoy propaganda. In its development, social media currently generally supports and becomes an unparalleled propanganda media. This can be seen from the number of da'wah interpreters who use social media for da'wah, such as; youtube, instagram, facebook and the like.

The advancement and up-to-date social media not only gives positive impact and response to the world of da'wah, like two sides of a coin, there is a positive side that is felt by the da'wah world. The other side also presents a new challenge for the world of dak'wah. One of the cases that can be explained, often mad'u can not confirm or ask directly related to mataerial that is not understood, so mad'u must swallow raw material preaching delivered by the preacher. The next problem is that a da'wah interpreter cannot see the extent to which the da'wah material delivered changes to mad'u and the extent to which da'wah delivered through social media brings change to mad'u this is among the da'wah challenges that must be faced by interpreters in the current development of social media.

In this case the researcher tried to explain the challenges of da'wah in the flow of the development of social media by using the qualitative descriptive method.

Key Words: Da'wah Challenges, Social Media

Abstrak

Perkembangan media sosial saat ini seakan seperti jamur yang bersemi di musim hujan. Dimana kehadiran media sosial telah menghilangkan tabir yang ada di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Begitu juga halnya dalam dunia dakwah, Media sosial memberikan warna baru dalam perkembangannya, sehingga dakwah dalam prakteknya mengalami pergeseran, saat ini dakwah tidaknya hanya dari mimbar kemimbar tetapi dengan duduk manis di depan layar kaca televisi atau komputer mad'u telah mampu menikmati dakwah. Dalam perkembangannya media sosial saat ini secara umum memberikan dukungan dan menjadi media dakwah yang tiada taranya. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya juru dakwah yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, seperti; media Youtube, Instagram, Facebook dan Media Sejenisnya.

Kemajuan dan kemutakhiran media sosial tidak hanya memberikan dampak dan respon positif bagi dunia dakwah, ibarat dua sisi mata uang, ada sisi positif yang dirasakan oleh dunia dakwah. Sisi lain juga menyisahkan sebuah tantangan baru bagi dunia dakwah. Salah satu kasus yang bisa dipaparkan, sering kali mad'u tidak bisa mengkonfirmasi atau menanyakan langsung terkait dengan materi yang tidak dipahami, sehingga mad'u harus menelan mentah-mentah terhadap materi dakwah yang disampaikan oleh juru dakwah. Problem selanjutnya seorang juru dakwah tidak bisa melihat sejauh mana materi dakwah yang disampaikan membawa perubahan bagi mad'u dan sejauh mana dakwah yang disampaikan lewat media sosial itu membawa perubahan bagi mad'u. inilah diantara tantangan dakwah yang harus dihadapi oleh juru dakwah dalam arus perkembangan media sosial.

Dalam kasus ini peneliti berusaha memaparkan tantangan dakwah dalam arus perkembangan media sosial dengan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif.

Kata kunci: Tantangan Dakwah, Media Sosial

PENDAHULUAN

Kemajuan massa sudah menghujani dunia nyata manusia dengan melalui arus perkembangan zaman yang setiap harinya meningkatkan kualitas dan kuantitasnya. Arus globalisasi memang mengalir deras tidak bisa dibendung. Sama halnya dengan tranformasi informasi yang telah merajalela di seluruh dunia. Seluruh manusia yang hidup pada zaman searang, termasuk umat Islam juga berada pada suatu era yang dinamakan era informasi. Peradaban dimana manusia dapat saling berkomunikasi dari seluruh belahan bumi dalam kurun waktu yang sangat cepat. Era yang melakukan pengiriman informasi jarak jauh yaitu menggunakan internet, e-mail, twitter, facebook, whatsapp, BBM, handphone, faximile dan cetak jarak jauh bukanlah sebuah khayalan lagi, tetapi sudah menjadi kenyataan yang dinikmati oleh hampir semua umat manusia (Sutarman, 2009, 25-40)

Perkembangan media sosial saat sekarang telah diprediksi oleh Marshall McLuhan dari awal tahun 1960-an, seperti lahirnya kampanye *online*, pasar *online*, hingga gaya hidup keagamaan yang menggunakan internet dalam berbagai sifat dan fungsinya. Aguilar memperlihatkan bahwa media digital ialah sumber yang menghadirkan agama dalam berbagai dimensi. Tetapi tidak

jarang hal ini terjadi penolakan disebagian kalangan umat dalam penggunaan internet. Ada yang menganggap internet mengandung ancaman norma-norma sosial agama dan otoritas pemimpin agama (Efa Rubawati, 2018).

Pada hakikatnya sebagian kalangan umat yang tidak menerima perkembangan internet tersebut. Mereka merupakan yang telah mengetahui bahwa media sosial memiliki tantangan yang besar dalam berdakwah. Namun dengan adanya gejala respiritualisasi yang telah mulai tampak sekarang, terjadinya semacam revivalisasi dan reugenisasi agama-agama besar dunia. Maka para pendakwah atau da'i dapat memanfaatkan berbagai peluang dalam mengatur kehidupan manusia. Maka dari itu, menurut Mohammed Arkoun menyatakan bahwa kita harus memikirkan secara lebih jelas tantangan keadaan-keadaan dan metode baru untuk memikirkan Islam sekarang (Muhammad Rajab, 2014).

Dapat dicernati bahwa media sosial memberikan warna-warni baru dalam perkembangannya, sehingga dalam prakteknya dakwah mengalami pergeseran. Memasuki milenium baru, dunia Dakwah tengah mengalami tantangan baru yang sifatnya lebih sistematis. Tantangan yang lebih pada persoalan implementasi dakwah dalam milenium teknologi komunikasi dan

informasi. Pendalaman atau pengkajian kembali tentang pengertian, metode dakwah dan ruang lingkup dakwah harus terus dilakukan. Sebab dengan meningkatnya arus ombak era globalisasi maka semakin lama seluruh masyarakat yang tanpa batas dan umat manusia yang semakin menciut kadar keimanannya. Terutama lajunya perkembangan teknologi, komunikasi, transformasi dan informasi. Maka kunci dari keberhasilan dalam pengembangan dakwah di era reformasi yaitu dengan membangun bendungan berupa pemanfaatan manajemen dakwah modern (Wahid Fathul, 2004 : 67).

Belum pernah ada dalam sejarah, seseorang dapat menyebarkan pendapat berupa gagasan dan menyampaikan isi dakwah kepada banyak orang dengan begitu cepat. Namun sekarang hal tersebut bisa terjadi karena semua media dapat menjadi media dakwah. Kode etik yang dikenal sebagai bentuk kontribusi dari dakwah kepada media berupa dalam bentuk etika dan moral. Tanpa etika dan moral yang kokoh media berupa media massa tidak dapat melakukan semacam "malpraktik". Maka dari itu, hubungan media sosial dengan dakwah dapat berlangsung secara *simbiosis mutualis*. Hubungan ini kemudian dapat dijadikan sandaran dalam melangsungkan kedua kegiatan sekaligus (Wina Sanjaya, 2012: 69).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan melihat tantangan Dakwah dalam perkembangan media sosial. Selain itu penelitian ini juga berupaya untuk mengatasi tantangan dakwah yang disebabkan oleh perkembangan media sosial. Sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan dampak dan manfaat praktis sebagai model dalam penyelesaian masalah yang dihadapi dalam persoalan dakwah yang disebabkan oleh perkembangan media sosial.

Sementara itu dalam penelitian terdahulu terkait dengan pembahasan tantangan dalam dakwah dapat dilihat dalam penelitian yang ditulis oleh aris risdiana dengan judul transformasi peran da'I dalam menjawab peluang dan tantangan (studi terhadap manajemen sdm). Dalam tulisannya beliau menyebutkan bahwa proses perubahan dalam dakwah dimulai dari perubahan diri para pelaku sejarah dan peradaban, mereka menjadi sumber daya manusia unggul bernilai ganda. Dengan demikian bahwa dakwah memiliki dua peran yang saling terkait, yaitu dakwah sebagai proses komunikasi dan proses perubahan sosial. Dakwah sebagai proses komunikasi berperan dalam menyampaikan pesan-pesan komunikator (da'i) kepada kepada komunikan (mad'u) lewat media, agar terjadi perubahan pada diri komunikan, baik dalam pengetahuan, sikap dan tindakan atau dengan kata lain perubahan dalam aspek aqidah, akhlak, ibadah, dan muamalah.

Sedangkan dakwah sebagai proses perubahan sosial, ia berperan dalam upaya perubahan nilai dalam masyarakat, sesuai dengan tujuan - tujuan dakwah islam. Sebab dakwah pada hakikatnya adalah aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu system kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosial - kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan manusia dengan menggunakan cara tertentu.

Transformasi peran da'I bukan hanya sebagai penyampai pesan wahyu akan tetapi harus mampu memiliki kemampuan , pertama da'I sebagai konselor, kedua, da'I sebagai fasilitator, ketiga, da'I sebagai manajer, empat, da'I sebagai problem solver dan kelima, da'I

sebagai enterprenneur (Aris Risdiana, 214). Jadi dalam penelitian ini lebih menekankan tantangan dakwah itu ada pada diri da'inya, dimana dalam hal ini da'I menghadapi dua model tantangan dakwah, pertama dakwah sebagai perubahan sosial dan kedua dakwah sebagai proses komunikasi. Sementara itu dalam tulisan yang penulis teliti tantangan dakwah dalam perkembangan media sosial. Jadi terdapat perbedaan tantangan dakwah yang peneliti kemukakan dengan penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami perilaku dan sikap individu dan kelompok. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan menggali tantangan dakwah dalam arus perkembangan media sosial. Sementara itu untuk teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi.

Metode penelitian fenomenologi adalah metode penelitian yang berupaya mendapatkan pemaknaan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena. Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam terhadap beberapa pihak yaitu mubaligh atau juru dakwah. Sementara itu untuk teknik observasi dilakukan untuk mengamati perilaku- perilaku juru dakwah dan mubaligh. Sedangkan untuk teknik dokumentasi digunakan untuk mendapatkan catatan informasi tentang dakwah dalam perkembangan media sosial. Sementara itu untuk teknik validasi data yang digunakan adalah triangulasi metode.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Makna Dakwah

Dakwah telah menjadi lumrah di Indonesia sehingga dalam bahasa Indonesia dakwah memiliki arti mengajak umat dalam mengamalkan dan memperelajari ajaran syariat Islam lalu mengaplikasikan dalam kehidupan masyarakat. Secara umum dakwah sering diartikan hanya sebatas khutbah, pidato ceramah yang dilakukakan oleh juru dakwah atau muballigh yang sering dikenal dengan sebutan ustadz. Padahal itu merupakan separuh dari dakwah itu sendiri. Seperti halnya menurut Aliyuddin dan Enjang menyatakan bahwa pemahaman dakwah mengalami beberapa perubahan dalam kehidupan masyarakat. Sementara menurut Abdul Aziz, dakwah ialah suatu kosa kata yang berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdarnya yaitu *Da'a-Yad'u-Da'watan* yang maknanya seruan, undangan, panggilan atau doa. Maka dakwah dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan berupa seruan, ajakan undangan atau doa agar seseorang mengikuti dan menyeru dengan tujuan mendorong seseorang agar mengikuti syariat Islam (Tomi, Siti, Jurnal alhikmah :2019).

Sementara itu menurut Hamzah Ya'qub, mengungkapkan dakwah merupakan sebagai proses komunikasi atau tabligh ajaran Islam. Pernyataan tersebut masih abstrak belum memperjelas hakikat dakwah yang sebenarnya. Maka Sayyed Qutb melengkapinya dengan mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak atau mendorong orang untuk masuk kedalam sabilillah, bukan untuk mengikuti dai atau bukan pula untuk mengikuti sekelompok

orang. Dengan pernyataan Sayyed Qutb tersebut, seakan-akan meyakinkan bahwa dalam dakwah Islamiyah memiliki nilai-nilai universal. Lain halnya dengan Masdar F. Mashudi mengungkapkan bahwa dakwah merupakan suatu proses penyadaran untuk mendorong umat manusia agar tumbuh dan berkembang sesuai dengan fitrahnya (Tomi Hendra, Jurnal *attaghyir*, 2018).

Dari penjelasan di atas, beberapa kategori dari definisi dakwah, maka dapat dipahami dakwah Islam merupakan:

- a. Perilaku seorang muslim dalam menjalankan dakwah islamiyah dengan melibatkan unsur da'i, pesan dakwah dan mad'u bertujuan untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- b. Suatu proses transformasi, transmisi dan difusi ajaran islam kepada penerus umat islam.

Permasalahan kehidupan yang semakin rumit dan kompleks serta hadirnya media-media baru menjadi permasalahan umat manusia seluruh dunia merupakan permasalahan terhambatnya dakwah yang harus dihadapi saat ini. Berbagai tantangan yang harus di hadapi penda'i Indonesia dan dunia dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas dalam menyampaikan dakwahnya. Bukan hanya itu, aktivitas dakwah yang selama ini masih berpegang pada sistem konvensional yang berorientasi pada kebijakan dakwah yang bersifat *sentrifugal* (metode dan pengolahan pesan dakwah ditentukan menurut selera pribadi dai) juga menjadi permasalahan besar dalam perkembangan transformasi dakwah Islamiyah. Perihal tersebut menyebabkan penyampaian dakwah kurang menyentuh

dan memecahkan masalah umat Islam (mad'u).

Dengan begitu, seorang da'i sebagai menyampaikan dakwah di era informasi saat ini menghadapi tantangan dan intensitas perubahan zaman yang selalu menghadirkan kajian baru. Bukan hanya itu, mengingat semakin beragamnya kepentingan dan kebutuhan umat manusia lebih kritis sebagai akibat perluasan informasi yang diterimanya. Dalam menghadapi problem tersebut, para dai tentunya perlu merumuskan dan melaksanakan kiat-kiat dakwah yang mampu menjawab tantangan-tantangan tersebut (Abdul Karim Syekh, 2015).

Problem media atau wasilah begitu urgen bagi kelangsungan hidup dunia dakwah. Di tinjau dari kemajuan teknologi dan informasi dewasa ini, dakwah di hadapkan dengan persoalan tentang bagaimanacaranya menyampaikan pesan-pesan islam dalam kontek masyarakat modern yang semakin maju. Maka disinilah para dai harus mampu mengambil perannya. Para dai harus mampu masuk dan diterimanya dalam media-media modern dengan melihat kemajuan teknologi yang sedemikian cepat dan hebat. Dengan begitu mau tidak mau para dai harus memberikan respon positif dan tidak dipaksa atas terlibatnya secara aktif dalam menghadapi fenomena-fenomena yang terjadi di segala penjuru dunia. Dengan menggunakan kemajuan media sosial (teknologi) harapannya dakwah mampu dinikmati tidak hanya di satu tempat atau satu kelompok saja, melainkan dapat di rasakan oleh seluruh masyarakat penjuru dunia. Apalagi dengan hadirnya internet

di tengah-tengah masyarakat bisa membuat seolah-olah dunia berada di telapak tangan. Sehingga penyebaran pesan dakwah akan lebih maksimal yang disampaikan oleh para dai. Sebab kita ketahui bahwa media sudah menjadi sebuah kebutuhan dan gaya hidup oleh masyarakat modern. melalui media sosial kita bisa memperoleh segala sesuatu seperti, informasi, hiburan, ilmu pengetahuan, jual beli barang dan jasa dan lain sebagainya. Hanya dengan mengklik layar ponsel, monitor PC dan televisi semua bisa tersaji sesuai dengan yang diminta (Alim Puspianto, Jurnal annida’).

Peran Media Sosial Dalam Berdakwah

Beralih ke era *cybersapce*, berbagai bentuk media komunikasi yang kita ketahui seperti *face to face meeting* dan internet, hadir di berbagai jejaring sosial dalam media digital yang telah menjadi *trendsetter* dewasa ini. Dengan adanya media sosial kita dapat menerobos ruang-waktu baru yang bersifat nirwaktu dan nirjarak, bertemu hampir seluruh bentuk media komunikasi seperti berkonvergensi menyatu, membuatnya disebut multimedia. Berhubungan dengan *trendsetter* dalam dunia digital baru, Abudiman (2012) berpendapat bahwa pemimpin di dunia maya lebih diartikan kepada yang bisa menjadi *trendsetter* dalam lingkungan media sosial. Perihal tersebut tidak hanya terjadi begitu saja, salah satu hal yang memberikan pengaruh kuat ialah media elektronik. Semakin media menyinari *trendsetter*, maka semakin mampu pula seorang pemimpin menggalang massa dalam kawasan negaranya. Selain itu ia juga harus mampu membaca

perilaku para pengguna media sosial lainnya. Abudiman menyatakan rakyat dalam dunia maya diartikan kepada pengguna yang mendukung dan mengambil peran akan tren yang di ciptakan oleh pemimpin (Andi Faisal dan. Venny Eka Meidasari, Jurnal Komunikasi : 2014)

Perlu diketahui bahwa pemimpin disini mempunyai relasi yang bersifat horizontal, bukan vertikal. Maksudnya rakyat dan pemimpin memiliki kedudukan yang setara alias sama dan rakyat memiliki hak untuk turut mengambil bagian dari tren atau memilih untuk tidak mengambil bagian. Selain itu rakyat juga bisa menciptakan koloni baru dengan menjadi oposisi tren yang sedang berlangsung. Hal tersebut berarti pengguna media sosial memiliki peluang menyanggah gelar pemimpin publik versi media sosial.

Bersempena pada persoalan tersebut, Islam ternyata tidak memiliki posisi signifikan dalam hal tersebut. Sama halnya dengan negara- negara dunia ketiga mereka pada umumnya bergantung pada informasi yang diberikan oleh Barat, khususnya Amerika Serikat. Termasuklah Islam sebagai konsumen yang pemanfaatannya belum maksimal. Terlebih ingin menjadi produsen dalam menciptakan media komunikasi, rasanya sangat jauh seperti yang diharapkan. Impikasi tersebut yang berasal dari posisi Islam tentunya belum memiliki kekuatan untuk berperan secara signifikan. Jangankan bersaing berperan saja belum bisa di peroleh. Media- media banyak dimanfaatkan oleh Iran dalam membangun revolusinya

(Muhammad Haramain, STAI Pare).

Agar lebih meningkatkan perannya dalam komunikasi global, maka umat Islam sudah seharusnya melakukan upaya-upaya sistematis untuk mengejar ketinggalan yang terbelakang itu. Oleh karena itu, beberapa ulama malahan menggunakan media internet dalam berdakwah, sebagai bentuk berlari dalam mengejar ketinggalan tersebut. Seperti dakwah ustaz Yusuf Mansur betapa efektif dan kuatnya dakwah yang digunakan beliau dalam mengarahkan umat untuk memperdulikan sesama dan bersedekah. Beliau mengirimkan pesan kepada khalayak agar umat bersedia menyetor sebagian harta yang dimiliki. Pesan yang disebar oleh beliau bisa tersampaikan dengan baik dan menimbulkan respons yang sesuai dengan harapan. Dengan terkumpulnya uang yang ia peroleh dari penyebaran pesan tersebut kemudian ia salurkan kepada pihak yang membutuhkan.

Selain Facebook dan *Twitter*, web video dan youtube juga mejadi *trendsetter* dalam dunia baru media sosial saat ini. Pemanfaatan youtube sebagai teknologi dalam membuat video pengajaran islam juga disiarkan di youtube lalu kemudian digunakan sebagai sarana dakwah penyiaran islam. Seperti halnya dakwah ustaz Abdul Somad yang mengangkat namanya berkat dari penyebaran video dakwah beliau melalui sarana Youtube. Tidak hanya dengan *face to face* dakwah beliau bisa tren tetapi dengan adanya sarana penggunaan youtube tersebut menjadikan beliau banyak di gemari dalam penyampaian dakwahnya.

Begitu besarnya peranan media sosial dalam sarana menyampaikan dakwah. jika penda'i bisa memanfaatkan

sarana kecil yang membuah hasil besar tersebut, arus perkembangan media sosial bukanlah tantangan dalam berdakwah. Hanya saja dalam penyampaian tersebut membuat mad'u sulit untuk memahami penyampaian dakwah dari seorang dai disebabkan berbagai faktor. Salah satu dampak dari peranan media sosial ialah terjadinya miss komunikasi. Walaupun mad'u bisa bertanya kembali kepada da'i melalui kolom komentar di youtube tetapi proses menjawabnya sangat lambat. Namun jika mad'u memberikan pemahaman sendiri terhadap penyampaian dakwah yang ia dengar. Maka akan memperoleh pemahaman yang berbeda pula. Inilah yang akan menjadi tantangan dari seorang dai dalam menyampaikan dakwahnya ditengah arus perkembangan media sosial ini.

Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial

Munculnya media sosial sebagai akses dan komunikasi informasi virtual, memberikan keuntungan tersendiri bagi mereka yang ingin memperoleh informasi dan pengetahuan. Menurut Dailey media sosial adalah konten *online* yang menggunakan teknologi penerbit mudah di ukur dan sangat mudah diakses. Hal yang paling berpengaruh dari teknologi ialah terjadinya pergeseran cara mengetahui, membaca dan berbagi cerita. Adapun ratusan saluran media sosial yang beroperasi diseluruh penjuru dunia hari ini ialah facebook, twitter dan linkedin. Maka dengan demikian, dakwah dan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal tersebut bertumpu pada dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh masyarakat dewasa ini (Muh Nur Latief, Jurnalisa : 2018).

Teknologi bukan sesuatu yang dilarang, walaupun dimasa Rasulullah saw. Belum ditemukan teknologi seperti yang berkembang pesat seperti saat sekarang ini. Perkembangan teknologi seharusnya perlu diperhatikan oleh

perkembangan dakwah agar sesuatu yang dihadirkan memudahkan untuk diterima dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang tidak bersifat positif, namun setiap perubahan memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam kehidupan umat manusia. Dengan begitu adanya teknologi dapat memberikan manfaat bagi kehidupan dunia dakwah dan juga menjadi tantangan dalam arus perkembangan zaman. Berikut beberapa tantangan dakwah dalam arus perkembangan media sosial, yaitu:

a. Tumbuhnya media massa mainstream yang sekuler dan anti islam. Negara yang memiliki penduduk umat islam terbanyak sangat disayangkan pada umumnya media massa justru tidak berpihak kepada islam dan kaum muslimin. Parade kezaliman atas pemberitaan umat mayoritas kini kian menyudutkan islam merupakan salah satu tantangan dakwah dalam arus perkembangan zaman. Sejumlah peristiwa yang merujuk pada hal tersebut seperti Gereja HKBP di Bekasi, Ahmadiyah, Syiah Sampang dan lain sebagainya. Semua itu baru peristiwa di dalam negeri belum lagi peristiwa-peristiwa dunia seperti berita perang irak, kasus 11 September 2001 di Amerika, Pemusnahan massal serta perang terhadap "Terorisme" dan lain sebagainya, semuanya menghantam pada kaum umat islam. Diskriminasi yang merupakan kezaliman itulah yang terjadi saat ini untuk mendiskripsikan penyudutan pemberitaan terhadap umat islam. Media sekuler dan liberal tidak memberitakan kegiatan umat islam yang menolak kegiatan liberal, sekuler, dan kapitalis. Seperti peristiwa unjuk rasa Miss World tahun 2013, gerakan 212 dan

sebagainya yang dilakukan umat muslim hampir menyeluruh berada di jantung Jakarta tidak satupun media yang mempublikasikan berita tersebut, hanya sebagian kecil dari perwarta yang mempublikasikan peristiwa tersebut. Peristiwa-peristiwa tersebut merupakan tantangan bagi para pendakwah untuk bisa menguasai berbagai macam media agar dapat memberitakan segala sesuatu yang harus diberitakan.

b. Kurangnya tenaga ahli media massa muslim. Peristiwa di atas merupakan pertunjukan realita yang mengatakan bahwa kurangnya tenaga profesional yang terdidik dan memahami seluk beluk media massa. Hal tersebut merupakan salah satu faktor kenapa media massa tidak bisa bersaing dengan media massa mainstream. Kesadaran harus disiram pada umat muslim mengenai pentingnya menguasai media massa. Seperti telah di ketahui media massa mainstream dewasa ini telah berkembang sebagai industri yang memerlukan modal besar dan melibatkan banyak manusia. Peluang besar bagi umat islam dalam kebutuhan sumber daya dalam bekerja yang dibutuhkan oleh media massa mainstream. Tidak perlu terus-terusan kita dibodohi media massa mainstream yang menunjukan kehebatan musuh. Tetapi kita bisa membuat opini dan kekuatan dalam rangka menegakan risalah dakwah ini.

c. Problematika internal aktivis dakwah. menurut Syamsuriah dalam tulisannya tidak hanya masalah besar yang timbul dari luar tetapi masalah internal juga bisa tumbuh dari dalam diri pedakwah. Seperti gejolak kejiwaan (cemas, bingung, marah, gelisah dan ada juga gembira dan tenang (masalah

seperti ini jika tidak dikelola dengan tepat dapat menjadi penyebab menghancurkan citra aktivitas dan dakwah itu sendiri, gejala syahwat(banyak manusia yang terpeleset dan ada juga yang mencampakan dirinya ke dalam kehinaan dan kemaksiatan disebabkan menuruti perintah dari syahwatnya), gejala amanah (terkadang gejala jiwa muncul ketika menangani kasus-kasus di dalam medan dakwah. jika tidak ditangani dengan baik maka akan mengeluarkan gejala kemarahan dalam jiwa para aktivis dakwah baik berupa ucapan maupun perbuatan), gejala Hiroisme (diketahui banyak kita jumpai sepuccuk semangat yang heroik di medan perjuangan dalam menghadapi peperangan melawan musuh. Namun pada titik tertentu gejala ini akan menimbulkan dampak negatif pada diri pendakwah apabila tidak dikelola dengan baik dan benar. Dan yang terakhir gejala kecemburuan (sudah barang tentu gejala ini juga menjadi permasalahan dalam dunia dakwah dan berdampak negatif bagi kehidupannya) (Syamsuriah, jurnal ilmiah Islamic resource UMI, 2019). Beberapa gejala yang disebutkan oleh Syamsuriah tersebut merupakan problematika dalam berdakwah yang berdampak negatif namun bersifat normal jika seorang pendai pernah mengalaminya. Meskipun demikian seorang pendakwah hendaknya bisa mengelola dan mengontrol berbagai gejala tersebut. Sebagai bentuk usaha dalam menghindari problematika dalam dakwah.

- d. Kemiskinan dalam masyarakat. Masyarakat informasi dan masyarakat industri membutuhkan padat modal, untuk membiayai berbagai produksi dalam semua

bidang termasuklah media massa. Ditinjau dalam pandangan dunia islam masyarakat muslim juga mengalami kelemahan yang parah. Penduduk umat islam yang diketahui masih tergolong dibawah garis kemiskinan sehingga kemiskinan yang bersifat struktural itulah menjadi kelemahan umat islam saat ini. Maka dengan kemampuan profesional media massa dan teknologi yang canggih harus dikuasai oleh umat islam. Selain sebagai bentuk penyiaran yang berbentuk dakwah. Keahlian tersebut juga bisa menjadi profesi yang bisa meningkatkan keekonomian dalam masyarakat. (Abdurahman : 2013)

- e. Perubahan materi disebabkan model popularitas dakwah. jika di simak keberadaan media massa, dapat disikapi menjadi dua cara yaitu pertama, media massa di pandang sebagai pembentuk masyarakat dan kedua, media massa sebagai kaca yang memantulkan keadaan masyarakat. Pernyataan pertama tersebut merupakan sebagai suatu instrumen yang memiliki daya tarik dalam mempengaruhi alam pikiran manusia. Keberadaan media massa sangat menjadi faktor utama seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikan sebagai sasarannya. Beberapa ahli bahkan merumuskan bahwa setiap komunikasi yang dilakukan menggunakan media massa pada dasarnya berpretensi untuk mengubah sasaran sesuai dengan kehendak dari komunikator atau pendakwah. Hanya saja pernyataan ini bertolak belakang dengan keadaan realita. Memang benar media massa maupun media sosial bisa mengubah sasarannya. Tetapi menjadikan masyarakat jenuh dengan apa yang di sampaikan oleh

dai. Sehingga terjadilah perubahan penyampaian materi yang lebih banyak humor dibandingkan pendidikan dan pengetahuan tentang agama. Seperti yang disampaikan oleh ustaz Muhammad Nur Maulana sebagai pelaku dakwah di media, beliau mengakui bahwa masyarakat tidak semuanya menyukai model atau pola ceramah yang menjadi *trademark* gayanya. Menurutnya model dan metode dakwah memang beragam. Dakwah yang diselengi humor menurutnya hanya sebagai metode saja karena tujuannya ialah membuat jamaah tidak bosan mendengarkannya. (Nur Ahmad, 2014)

KESIMPULAN

Kemajuan dan kemutakhiran media sosial tidak hanya memberikan dampak dan respon positif bagi dunia dakwah namun juga memberikan dampak negatif. Apalagi dalam penggunaannya lebih banyak orang nonmuslim yang mengelolanya. Pergeseran dalam menyampaikan dakwah sudah barang tentu menjadi tantangan dalam berdakwah di tengah arus perkembangan zaman ini. Tumbuhnya media massa mainstream yang sekuler dan anti Islam, Kurangnya tenaga ahli media massa muslim, Problematika internal aktivis dakwah, dan Kemiskinan dalam masyarakat merupakan tantangan dalam berdakwah terutama dalam perkembangan media sosial. Maka secara tidak langsung pendakwah haruslah mampu memberikan siraman dalam menyadarkan umat Islam dalam meningkatkan kualitas dan juga kuantitas untuk menjadi umat yang menguasai media sosial ditengah perkembangan zaman ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad, Nur. 2014. *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi:Formulasi Karakteristik, Popularitas, Dan Materi Di Jalan Dakwah*, Addin, Vol. 8, No. 2, Agustus
- Bakti, Andi Faisal dan Venny Eka Meidasari, *Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Jurnal Komunikasi Islam, Volume 04, Nomor 01, Juni 2014
- Fathul, Wahid. 2004. *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*.Gaya Media: Yogyakarta.
- Haramain, Muhammad. *Dakwah Dalam Arus Globalisasi Media: Peluang dan Tantangan*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.
- Hendra, Tomi. 2018. *Profesionalisme Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, Jurnal At-Taghyir : Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa Volume 1 Nomor 1
- Tomi Hendra dan Siti Saputri, 2019. *Dinamika dakwah perspektif komunikasi*, jurnal HIKMAH, Vol. 13, No. 2
- Karim Syeikh, Abdul. 2015. *Pola Dakwah Dalam Era Informasi*, Jurnal Al-Bayan, VOL. 22, NO. 31, JANUARI - JUNI
- Latief, Muh Nur. 2018. *Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial*, Jurnalisa Vol 04 Nomor 1. Mei
- Puspianto, Alim. *Tantangan Dakwah Antar Budaya di Media Massa*, An-Nida' : Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, P-ISSN :2354-6328
- Rajab, Muhammad. 2014. *Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi Komunikasi*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol 15, No, 1, Juni

- Rahman P, Abdul. 2013. *Teknologi Informasi sebagai Peluang & Tantangan Dakwah*, Vol. 6, No. 2, November
- Risdiana Aris. 2014. *Tranformasi Peran Da'i Dalam Menjawab Peluang Dan Tantangan (Studi Majemen Sdm)*, Jurnal Dakwah, Volume XV , No. 2
- Rubawati, Efa. 2018. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, JURNAL STUDI KOMUNIKASI, Volume 2 Ed 1, March
- Sanjaya, Wina. 2012. *Media Komunikasi Pembelajaran*, Jakarta :Kencana.
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: PT Bumi Aksara.
- Syamsuriah, 2019. *Tantangan Dakwah di Era Milenial*, Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makassar, Vol. 16 No. 2 Desember