



URGENSI MEDIA DIGITAL DALAM BERDAKWAH PADA MASA PANDEMI COVID-19

Mistarija¹

1. Pasca Sarjana UIN Raden Intan Lampung

Email : mistarija@uinib.ac.id

ABSTRACT

Digital media has progressed rapidly and has become a big industry in today's world society. Digital media has given people the opportunity to meet and interact in cyberspace, so that information about various events that occur in all corners of the world can be spread quickly, penetrating the boundaries of territory and time. Therefore, the media should be used by Muslims so that da'wah activities continue to run in the midst of the community during the Covid-19 pandemic that is hitting the world. The media should serve as a bridge between the da'i and mad'u to create and encourage the active involvement of Muslims in an effort to help motivate them to continue living their lives according to Islamic values. Because, in a pandemic, people are required to implement a new lifestyle in the form of social distancing and physical distancing. Thus, da'wah in the form of tabligh through the pulpit where the da'i and mad'u meet directly in one place such as mosques and mushalla can no longer be carried out freely as usual. This requires the da'i to continue to be creative and innovate in formulating the implementation of da'wah during the pandemic so that it continues to run well. One solution is to utilize digital media with all its applications.

Keyword : *Da'wah, Digital Media, Covid-19 Pandemic*

ABSTRAK

Media digital mengalami kemajuan yang pesat dan menjadi industri besar di tengah masyarakat dunia saat ini. Media digital telah memberi peluang manusia saling bertemu dan berinteraksi di dunia maya, sehingga informasi tentang berbagai peristiwa yang terjadi di seluruh penjuru dunia dapat tersebar dengan cepat, menembus batas-batas wilayah dan waktu. Oleh karena itu, media tersebut patut dimanfaatkan oleh umat Islam guna aktivitas dakwah tetap berjalan di tengah-tengah masyarakat pada masa pandemi Covid-19 yang tengah melanda dunia. Hendaknya media tersebut dijadikan sebagai jembatan pertemuan da'i dengan mad'u untuk menciptakan dan mendorong keterlibatan aktif dari umat Islam dalam usaha membantu memotivasi mereka agar tetap menjalani kehidupan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sebab, dalam kondisi pandemi masyarakat dituntut untuk menerapkan pola hidup baru dalam bentuk *social distancing* dan *physical distancing*. Dengan begitu dakwah dalam bentuk tabligh melalui mimbar di mana antara da'i dan mad'u bertemu secara langsung dalam satu tempat seperti masjid dan mushalla tidak dapat lagi dilakukan dengan bebas seperti biasanya. Hal tersebut menuntut para da'i untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam memformulasi pelaksanaan dakwah di masa pandemi agar tetap berjalan dengan baik. Salah satu solusinya adalah dengan memanfaatkan media digital dengan segala aplikasinya.

Kata kunci: *Dakwah, Media Digital, Pandemi Covid-19*

INTRODUCTION / PENDAHULUAN

Media digital merupakan media dakwah yang sangat urgen di

masa pandemi saat ini. Sebab jika melihat kegiatan dakwah konvensional yang dijalani oleh

penyuluh pada situasi normal sebelum pandemi, tidak sedikit menghadapi masalah di lapangan. Kondisi geografis, sulitnya mencapai lokasi sebab jarak tempuh yang jauh dan kondisi jalan yang tidak mendukung sampai di lokasi di mana mad'u memerlukan pencerahan dalam permasalahan agama, sehingga sedikit banyak menyurutkan langkah da'i untuk turun berdakwah. (Juniawati, 2006).

Ketika kebijakan *Lockdown* diambil pemerintah dalam masa pandemi Covid-19, semua orang harus tinggal di rumah, bekerja di rumah, belajar di rumah, dan bahkan ibadah pun dilaksanakan di rumah. Semua pekerjaan informal berhenti. Tidak terkecuali pekerjaan para juru dakwah dari mimbar ke mimbar yang juga berhenti total. Untuk sebagian juru dakwah, keadaan ini sangat mengagetkan. Masa peralihan ini sangat mengecewakan sebahagian orang, bukan saja para juru dakwah, tapi juga masyarakat yang mengandalkan taklim agama dengan bergantung pada paparan lisan para ustadz. Pada saat suatu peralihan terjadi, akan ditemukan kelompok orang yang tidak siap dan bahkan menolak perubahan. Para ustadz kampung pun yang kesehariannya mengandalkan panggilan ceramah di masyarakat juga menjadi berhenti.

Namun, masa peralihan ini juga membawa hikmah bagi sebagian masyarakat. Terutama bagi masyarakat yang mulai merasakan pentingnya belajar bermedia seperti media digital. Tradisi lisan yang biasa dilakukan para ustadz dari mimbar ke mimbar mulai beralih ke media digital. Paparannya bisa menjadi lebih efektif, lebih sederhana, dengan harga yang relatif lebih murah. (Muhtadi, dkk, 2020)

Media digital menjadi alternatif yang tidak bisa ditawar-

tawar lagi, jika dakwah masih ingin dinilai tetap survive menghadapi masyarakat pada masa pandemi covid-19, terutama masyarakat yang lahir antara era 1990-an sampai awal 2010-an, yang biasa populer dengan sebutan *Generasi Z*. Menurut statistik, mereka adalah lapisan masyarakat paling banyak, dan akan menjadi penentu pada sekitar sepuluh tahun yang akan datang. Sehingga, umat Islam dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia ini akan terpenuhi kebutuhan spiritual dan materialnya, terutama berkaitan dengan misi utama dakwah Islam. Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh jika dakwah dilakukan secara digital adalah dari aspek efisiensi dan aspek efektifitas. Dakwah akan lebih efisien jika tidak membutuhkan waktu dan tempat yang lebih luas. Dakwah dengan digital dapat menjangkau jumlah jama'ah yang jauh lebih besar. Jika jangkauan mimbar hanya berkisar puluhan atau bahkan ratusan orang jama'ah, maka dengan digital dakwah akan dapat menjangkau ratusan, ribuan, atau bahkan jutaan jamaah dan dapat tersebar di berbagai pelosok geografis yang semakin luas. Pada aspek efektifitas, meski belum dilakukan penelitian serius dan mendalam, diperkirakan dakwah digital dapat bisa menjadi jauh lebih efektif dibanding dakwah lisan melalui mimbar.

Dalam buku Guttenberg Galaxy, McLuhan (1962) meramalkan bahwa fenomena saling ketergantungan secara elektronik, yang belum terjadi sebelumnya, akan menciptakan dunia dalam imajinasi global village. Global village sebagai suatu tatanan kehidupan baru yang mengabaikan batas geografis, budaya, politik, maupun ekonomi, dan menekankan pada arus informasi dan komunikasi. Akibatnya, manusia bisa

berinteraksi ke hampir seluruh penjuru dunia, hampir-hampir tanpa biaya, serta kecanggihan teknologi tersebut mendekatkan dan tanpa jarak (Pamungkas, 2015).

Dakwah dunia digital semenjak adanya covid-19 ini telah berubah menjadi barang yang sangat realistis. Fasilitas pendukungnya juga sudah sangat memungkinkan. Sebaliknya, dakwah-dakwah konvensional, seperti kegiatan dakwah dengan memanfaatkan fasilitas dari mimbar ke mimbar menjadi kurang diminati. Begitu juga dengan minat dalam menghadiri acara-acara pengajian, misalnya, baik di daerah-daerah pinggiran kota maupun di desa-desa sudah sulit dilaksanakan demi mencegah penularan covid-19 di masa pandemi. Simplifikasi dari cara-cara mendapatkan informasi keagamaan seperti ini, memang sudah menjadi alternatif di tengah pola hidup baru pada masa pandemi covid-19 dan kesibukan para anggota masyarakat. Sehingga Kegiatan dakwah Islam mengalami evolusi dalam ruang publik.

RESEARCH METHODS / METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dengan menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif analitis. Kualitatif deskriptif merupakan sebuah desain penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan berupa siapa, apa, dan kapan sebuah fenomena atau pengalaman terjadi (Kim, Sefcik, & Bradway, 2017). Desain ini biasanya hanya memberikan gambaran umum dari sebuah fenomena sehingga tidak dapat menyajikan data secara mendalam. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari buku-buku, jurnal-jurnal nasional maupun internasional dan jaringan internet yang terkait dengan urgensi

media digital dalam berdakwah pada masa pandemi covid-19.

Peneliti menggunakan tiga buah kata kunci dalam menemukan artikel tersebut yaitu media digital, dakwah dan covid-19. Selain itu, peneliti juga membatasi artikel yang dipilih adalah artikel sepuluh tahun terakhir (2011-2021). Pencarian dilakukan melalui situs google scholar untuk pencarian artikel dan sinta ristekdikti untuk memverifikasi peringkat akreditasi jurnal. Peneliti juga mencoba mencari artikel lainnya dengan melihat daftar pustaka dari setiap artikel. Hal ini dalam rangka menemukan artikel-artikel yang tidak terindeks di google scholar. Analisis memiliki dua pendekatan yaitu induktif dan deduktif (Elo & Kyngäs, 2007). Pada penelitian ini, Data diolah dengan kerangka berfikir deduktif.

RESULT AND DISCUSSION / HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan fokus masalah yang diteliti, maka pembahasan ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. DAKWAH

Islam adalah agama dakwah. Umat Islam berkewajiban melaksanakan ajaran Islam dalam keseharian hidupnya dan harus menyampaikan (tabligh) atau mendakwahkan kebenaran ajaran Islam terhadap orang lain dan seruan dakwah itu ditujukan untuk semua profesi. Dakwah adalah membawa seseorang dari satu sisi kepada sisi yang lain, sesuai dengan asal kata fi'il madhi-nya da'a yang mempunyai arti mengajak, memanggil, menyeru seseorang agar mengikutinya. Ali Mahfudz dalam kitabnya Hidatul Mursyidin menyebutkan dakwah sebagai bentuk motivasi mendorong umat manusia melakukan kebaikan dan mengikuti serta memerintahkan agar berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar. (Raudhonah, 2011).

Menurut Yusuf Qardhawi esensi dakwah adalah bermakna membangun gerakan yang akan membawa manusia ke jalan Islam yang meliputi aqidah dan syariah, dunia dan negara, mental dan kekuatan fisik, peradaban dan umat, kebudayaan dan politik serta jihad menegakkannya di kalangan umat Islam sendiri, agar terjadi sinkronisasi antara realitas kehidupan muslim dengan aqidahnya. (Raudhonah, 2011) Sedangkan menurut Prof. Dr. Hamka dakwah merupakan seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar. Selain itu, Syaikh Abdullah Ba'alawi mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Selanjutnya menurut Muhammad Natsir dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang Muslim dalam amar ma'ruf nahi mungkar.

Firman Allah SWT yang menganjurkan seseorang untuk berdakwah:

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

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Al-Imran: 104)

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

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan

berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (An-Nahl : 125)

Ketentuan setiap muslim untuk berdakwah juga tertuang dalam hadis diantaranya:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ يَأْتُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Dari 'Abdullah bin 'Umar ra dituturkan, bahwasanya Rasulullah saw bersabda, "Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat." [HR. Bukhari]

Sebutan untuk orang yang berdakwah banyak sekali dan biasa panggilannya Da'i-Daiyah, ustadz-ustadzah, buya, syaikh kemudian orang yang didakwahi disebut dengan Mad'u. Da'i dan mad'u dikenal juga dengan istilah subjek dan objek dakwah. Subjek dakwah ialah orang yang menyampaikan pesan dakwah atau dalam istilah komunikasi disebut *comunicator*. Sedangkan objek dakwah lebih kepada sasaran dakwah yang disebut mad'u.

a. Sebaiknya subjek dakwah dan objek dakwah haruslah besinergi dalam aktivitas dakwah. Walaupun seorang dai sudah bagus dalam menyampaikan pesan dakwah, namun sasaran dakwah tidak mempunyai sikap dan keinginan yang sungguh-sungguh dalam meresponnya, maka pesan dakwah tidak akan dipahami dan diterima dengan baik, begitu juga sebaliknya. Menurut Wahyu Ilaihi sebagaimana dikutip oleh Suriani (2017) beberapa faktor pendukung 'etos' yang perlu mendapat perhatian para komunikator dakwah demi efektifnya komunikasi yang akan dilancarkan meliputi:

a. Kesiapan. Seorang dai yang tampil di mimbar harus menunjukkan pada khalayak bahwa ia muncul di depan

- forum mad'u dengan persiapan yang matang. Kesiapan tersebut akan tampak pada gaya komunikasi yang menyakinkan. Hal tersebut tampak oleh komunikator atau mad'u dalam penguasaan da'i mengenai materi yang disampaikan. Karena pidato yang disampaikan dengan persiapan yang cukup akan kecil kemungkinan untuk gagal.
- b. Kesungguhan. Seorang da'i yang sedang menyampaikan atau membahas suatu topik dengan menunjukkan kesungguhan akan menimbulkan sebuah kepercayaan dari mad'u kepadanya. Banyak juga para da'imenyisipkan humor-humor segar ke dalam dakwahnya, tetapi harus dengan hati-hati mereka menghindarkan diri dari julukan pelawak.
 - c. Ketulusan. Seorang dai harus membawakan kesan kepada mad'unya bahwa ia berhati tulus dalam niat dan perbuatannya. Dai harus hati-hati untuk menghindari kata-kata yang mengarah pada kecurigaan terhadap ketidaktulusan komunikator. Da'i dalam berkomunikasi yang terampil dapat menstimulasikan fakta pendukung etos ini jadi menghindarkan kesan palsu terhadap khalayak mad'u yang dengan demikian mad'u akan menerima setiap argumennya. Akan tetapi jika khalayak mad'u merasakan adanya ketidaktulusan dari komunikator maka komunikator mendapatkan konfrontasi pada rintangan dalam memperoleh kepercayaan dari khalayak. Salah satu cara yang terbaik bagi seorang da'i dalam berkomunikasi adalah menumbuhkan faktor pendukung etos tersebut dengan kemampuan memproyeksikan kualitas ini kepada mad'i.
 - d. Kepercayaan. Seorang komunikator dakwah harus selalu memancarkan kepastian. Ini harus selalu muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna. Da'i harus selamanya siap menghadapi situasi. Namun kendatipun ia harus menunjukkan kepercayaan dirinya jangan sekali-kali bersikap takabur.
 - e. Ketenangan. Mad'u cenderung akan menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam penampilan dan tenang dalam mengutarakan kata-kata nya. Ketenangan tersebut perlu dijaga dan dipelihara.
 - f. Keramahan. Keramahan da'i dalam berkomunikasi akan menimbulkan rasa simpatik halayak mad'u kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan tetapi pengekspresian sikap etis. Lebih-lebih jika komunikator muncul dalam forum yang mengandung dan membutuhkan argumentatif. Ada kalanya tanggapan mad'u mengandung kritikan yang pedas. Dalam situasi tersebut sikap hormat komunikator dalam memberikan jawaban akan meluluhkan sikap emosional mad'u dan akan menimbulkan rasa simpati pada komunikator.
 - g. Kesederhaan. Kesederhanaan tidak hanya menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan dan menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya komunikasi.
- Gerakan-gerakan dakwah Islam yang berada di masa sekarang, menjadi kaca mata besar, bahwa dakwah Islam pada masa kini terus eksis dan terus berkembang, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, semakin banyaknya kesadaran umat Islam terhadap nasib agamanya sendiri. Adapun secara eksternal, banyaknya jumlah masyarakat di berbagai negara yang memeluk Islam setelah sebelumnya beragama lain.
- Faktor yang membuat terjadinya peningkatan yang sangat signifikan

terhadap perkembangan dakwah adalah adanya wadah dakwah yang siap meneruskan risalah Rasulullah dengan model-model dakwah yang mereka gunakan, sesuai dengan kreatifitas dan perkembangan zaman. Hal ini mengingat bahwa umat Islam sendiri dihadirkan ke muka bumi sebagai umat yang terbaik sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali-Imran:10, “Kalian adalah umat yang terbaik dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah”. Pesan lain yang mengingatkan umat Islam untuk menempuh cara-cara berdakwah termuat sebagaimana termuat dalam firman Allah QS. al-Nahl: 125 yang menyebutkan, “Serulah manusia ke jalan Tuhanmu, dengan cara hikmah, pelajaran yang baik dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Menurut Fatmawati Ade Sofyan (2006) dakwah kontemporer adalah metode yang digunakan para Da'i dengan lebih variatif mengikuti keadaan zaman. Dalam hal ini dakwah melalui media merupakan bagian daripada metode tersebut. Maka itu kemasan yang dibuat mesti mengikuti keadaan trend media baik itu media cetak maupun elektronik, yaitu mesti lebih aktual, faktual dan kontekstual. Hal ini dimaksudkan untuk menyakinkan khalayak.

Bentuk-bentuk interaksi seperti talkshow, dialog interaktif, phone-in dan siaran live, maupun diperkuat melalui media sosial seperti Facebook, twitter semakin memberi jalan kepada masyarakat bisa berinteraksi dengan media. Hal ini memungkinkan bagi dakwah Islam bisa masuk kepada masalah yang dihadapi umat dan secara langsung dapat memberikan solusi atau jawaban. Sejalan dengan metode dakwah yang aktual, faktual dan kontekstual

dengan memberikan motivasi atau pemecahan persoalan hidup masyarakat baik ekonomi, sosial, pendidikan maupun teknologi. Karena itu dakwah hari ini setidaknya menuntut perhatian yang besar akan skill, planning dan manajemen yang handal.

2. MEDIA DIGITAL

Media dalam bahasa latin *Mediare* yang berarti pengantara, alat penghubung atau alat yang digunakan. Media juga disebut sebagai “*Media is the extensions of man*”, yakni media adalah perluasan dari ide, gagasan dan pikiran terhadap kenyataan sosial. (Arsyad, 2002). Konsep yang dikemukakan Marshall McLuhan bahwa media adalah pesan itu sendiri (*the medium is the message*), dipahami bahwa media lebih dari sekedar wahana.(Hamid & Budianto, 2011)

Media digital adalah media yang dikodekan dalam format yang dapat dibaca oleh mesin (machine-readable). Konsep Media Digital adalah biner yaitu 0 dan 1 menggunakan gelombang diskrit. Media digital dapat dibuat, dilihat, didistribusikan, dimodifikasi dan bisa bertahan pada perangkat elektronik digital. Proses digital menggunakan logika Algoritma. Program-program komputer dan perangkat lunak seperti citra digital, digital video; video games; halaman web dan situs web, termasuk media sosial; data dan database; digital audio, seperti mp3, mp4 dan e-buku adalah contoh media digital. Media digital sangat berbeda dengan media analog yang mengandalkan sistem manual seperti media cetak, buku cetak, surat kabar dan majalah yang masih bersifat tradisional seperti gambar, film tape audio dan lain-lain. (*University of Guelph*, 2006).

Menurut Denis McQuail Media digital merupakan salah satu komponen yang berbentuk komputer, Internet, gadget, PDA dan peralatan digital lain. Denis McQuail, 2001 (dalam Ibrahim dan akhmad, 2014) berpendapat bahwa

terdapat empat kategori utama dalam media digital yaitu:

- a. Media komunikasi interpersonal seperti email.
- b. Media permainan interaktif seperti game.
- c. Media pencarian informasi seperti mesin pencarian di internet.
- d. Media partisipatoris seperti ruang chat di internet.

Denis McQuail mendefinisikan new media digital sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Media digital merupakan suatu media elektronik yang disimpan dalam format digital (sebagai lawan format analog) yang dapat digunakan sebagai penyimpanan, memancarkan serta menerima informasi yang terdigitalisasi.

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa media tradisional menjadi media baru atau new media digital telah dilengkapi dengan teknologi digital.

Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet, WWW (world wide web), dan fitur multimedia. Media sosial seperti facebook, Twitter, Instagram, Path, dan Youtube merupakan jenis-jenis media baru dalam digital yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media digital baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagai dan menciptakan jejaring secara online. Selain itu, masih ada jenis new media digital lainnya seperti: komputer

atau notebook, Digital Versatile Disc, Video compact Disc, Portable media player, Smartphone, video game dan virtual reality

Salah satu bentuk dari media digital adalah media sosial, komunikasi dakwah melalui media sosial merupakan salah satu strategi yang kekinian dan menarik jika diamati. Kemudahan berdakwah lewat media sosial diantaranya:

- a. Pesan dakwah akan lebih cepat diterima oleh pendengarnya
- b. Jumlah jamaah bersifat heterogen dan dimana-mana tempat
- c. Masuk disetiap lini masyarakat misalnya orang dewasa, anak-anak remaja dan yang lainnya
- d. Dapat didengarkan atau dibaca berulang-ulang oleh dai-daiyah dan pencinta dakwah (pendengar atau pembaca).
- e. Jarak fisik tidak menjadi halangan atau rintangan

Manfaat utama yang didapat dari media digital adalah:

- a. Tersedianya akses informasi yang sangat luas, dapat mencari segala jenis informasi melalui media digital, baik informasi dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, informasi yang disediakan media digital dapat diakses kapanpun dan dimanapun selagi ada jaringan internet. Ini merupakan salah satu eksklusifitas yang ditawarkan media digital karena kita dapat menemukan informasi dengan mudah.
- b. Dapat membantu orang lain, semakin banyaknya media digital yang punya kepedulian kepada sesama,

- tentunya akan sangat bermanfaat untuk media penolong seperti bantuan yang berupa donasi kepada orang yang kurang mampu.
- c. Dengan media digital kita akan bisa mengenal orang-orang tanpa harus bertemu, karena adanya media sosial yang memungkinkan kita terhubung dan saling berkenalan dengan orang-orang.
 - d. Sebagai sarana pendidikan dengan adanya e-book yang mudah dan praktis. Bagi pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif.

Studi yang dilakukan oleh Pusat Kajian Agama dan Budaya (CSRC) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta (Bamualim, dkk, 2018) menunjukkan bahwa muslim milenial menganggap dakwah atau kajian di masjid tidak lagi relevan dengan persoalan mereka.

Dakwah di masjid dianggap tidak menarik minat muslim milenial, karena cenderung konvensional, topik yang diangkat dan cara membahasnya membosankan, dan tidak menyentuh kebutuhan milenial. Kini, makin banyak muslim milenial menyukai kajian agama online, karena kontekstual untuk memahami dahaga dan semangat kaum muda.

Mereka juga mendapat jawaban yang lebih mengena atas persoalan hidup mereka di media daring (online). Selain

itu lebih praktis dan efisien serta bisa diikuti kapan saja dan di mana saja.

3. PANDEMI COVID-19

Pada Desember 2019, kasus pneumonia misterius pertama kali dilaporkan di Wuhan, Provinsi Hubei. Sumber penularan kasus ini masih belum diketahui pasti, tetapi kasus pertama dikaitkan dengan pasar ikan di Wuhan (Rothan & Byrareddy, 2020). Menurut Ren, Wang dkk (2020) Tanggal 18 Desember hingga 29 Desember 2019, terdapat lima pasien yang dirawat dengan Acute Respiratory Distress Syndrome (ARDS). Dalam penelitian Huang, Wang, dkk (2020) Sejak 31 Desember 2019 hingga 3 Januari 2020 kasus ini meningkat pesat, ditandai dengan dilaporkannya sebanyak 44 kasus. Tidak sampai satu bulan, penyakit ini telah menyebar di berbagai provinsi lain di China, Thailand, Jepang, dan Korea Selatan. Sampel yang diteliti menunjukkan etiologi coronavirus baru. Awalnya, penyakit ini dinamakan sementara sebagai 2019 novel coronavirus (2019-nCoV), kemudian WHO mengumumkan nama baru pada 11 Februari 2020 yaitu Coronavirus Disease (COVID-19) yang disebabkan oleh virus Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-CoV-2).

Virus ini dapat ditularkan dari manusia ke manusia dan telah menyebar secara luas di China dan lebih dari 190 negara dan teritori lainnya. Pada 12 Maret 2020, WHO mengumumkan COVID-19 sebagai pandemik. Hingga tanggal 29 Maret 2020, terdapat 634.835 kasus dan 33.106 jumlah kematian di seluruh dunia. Sementara itu COVID-19 pertama dilaporkan di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 sejumlah dua kasus.

Data terbaru dari peta sebaran Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional 15 Juni 2021 menunjukkan kasus yang terkonfirmasi berjumlah 1.92 juta kasus dan 53.116 kasus kematian. Tingkat mortalitas COVID-19 di Indonesia

merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara berdasarkan *WHO Covid-19 Dashboard*. COVID-19 adalah penyakit baru yang telah menjadi pandemi. Penyakit ini harus diwaspadai karena penularan yang relatif cepat, memiliki tingkat mortalitas yang tidak dapat diabaikan, dan belum adanya terapi definitif. Masih banyak *knowledge gap* dalam bidang ini sehingga diperlukan studi-studi lebih lanjut.

Masyarakat untuk mencegah penularan covid-19 menurut Buku Pedoman dari Kementerian Kesehatan RI dan GERMAS yaitu: Lebih sering mencuci tangan pakai sabun dengan air mengalir atau gunakan hand sanitizer, Konsumsi gizi seimbang, suplemen vitamin, Tetap di rumah dan menjaga jarak, istirahat cukup, aktivitas fisik atau senam, tidak merokok, tutupi mulut saat batuk atau bersin dengan lengan atas atau tisu lalu langsung buang tisu ke tempat sampah tertutup dan segera cuci tangan, mengendalikan penyakit penyerta (seperti diabetes mellitus, hipertensi, kanker), bersihkan dengan disinfektan secara rutin benda-benda yang sering disentuh di rumah dan perabot (seperti meja, kursi, gagang pintu dan lain-lain), segera mengganti baju atau mandi sesampainya di rumah setelah bepergian. Sedangkan 5 hal penting cegah covid yang disampaikan berikutnya adalah Cuci tangan pakai sabun, Bekerja belajar beribadah di rumah, Pakai masker bila sakit atau harus berada di tempat umum, Jaga jarak dan hindari kerumunan, dan Segera mandi dan ganti pakaian setelah tiba di rumah.

4. MEDIA DIGITAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA MASA PANDEMI

Juru dakwah kini dituntut memiliki kapasitas ekstra untuk menguasai dan memanfaatkan media, khususnya media digital. Penguasaan medan dakwah kini bergeser bukan saja pada kekuatan kharisma untuk merebut konsentrasi publik, tapi juga penguasaan keterampilan komunikasi bermedia.

Pandemi covid-19 yang melanda hampir seluruh penjuru dunia telah mengubah hampir semua pola hidup masyarakat, termasuk pola komunikasi dan interaksi antara anggota masyarakat. Dalam keadaan seperti itu, gerakan dakwah Islam harus tetap survive melayani kebutuhan spiritual masyarakat yang menjadi sasaran utamanya. Dakwah digital menjadi pilihan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi bahkan dijadikan peluang dalam berdakwah. Bukan saja karena tuntutan zaman, tapi juga berkaitan erat dengan efektifitas dan efisiensi pelaksanaannya. Digitalisasi dakwah Islam juga menjadi pilihan yang dikedepankan, mengingat selera masyarakat yang kian berubah seiring perubahan teknologi media yang menjadi fasilitas utamanya. Dengan memanfaatkan internet, dapat Berbagai aplikasi yang menarik dikemas dengan isian misalnya doa-doa harian, ajakan kepada kebaikan, rekaman ceramah singkat lalu diupload lewat youtube, kisah Rasulullah, kisah-kisah para nabi, kisah para malaikat, lagu-lagu islami dan masih banyak lagi macamnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Intinya sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah begitu juga dengan media-media dakwah lainnya.

Dalam disiplin ilmu komunikasi, media dipahami sebagai saluran (channel) yang digunakan oleh para pelaku dakwah (sender) baik individu maupun komunal untuk menghantarkan pesan (message) kepada masyarakat (receiver). Dalam kehidupan masyarakat global, aktivitas dakwah ini dapat ditemui di ruang-ruang virtual. Akses seseorang untuk memperoleh informasi religius atau dakwah semakin mudah, terlebih jika orang tersebut memiliki akses ke internet. Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah. Sehingga dakwah dan teknologi adalah sesuatu yang tidak lagi dapat dipisahkan. Jika berpijak pada konsep dakwah kontemporer, maka dakwah yang

dilakukan harus dengan menggunakan teknologi modern yang sedang berkembang. (Habibi, 2018)

Jika solusi ini menjadi alternatif dakwah baru, maka paling tidak diperlukan dua hal penting: Pertama, keterampilan mengoperasikan fasilitas baru yang sebelumnya mungkin tidak termasuk wawasan yang diagendakan, khususnya oleh para juru dakwah yang hanya bergelut dengan ilmu-ilmu keagamaan secara tekstual. Dakwah digital memutlakkan dimilikinya keterampilan ini, dan untuk menguasai keterampilan baru tersebut tidak terlalu sulit. Siapapun dapat mempelajarinya dalam waktu yang tidak terlalu lama. Bahkan anak-anak sekarang bilang: “hanya dalam hitungan menit, siapapun dapat mengoperasikan fasilitas IT sebagai penunjang utama dakwah digital dimaksud”. Kedua, keterampilan merumuskan pesan-pesan agama untuk disajikan lewat media online. Memang tidak mudah bagi orang-orang yang terbiasa berkomunikasi dalam tradisi lisan untuk bergeser pada tradisi baru, tradisi bermedia. Keterampilan menulis adalah salah satunya, khususnya menulis di media sosial.

Masyarakat yang telah terikat dan bahkan terpenjara dalam lingkungan tradisi tutur akan menghadapi sedikit kesulitan ketika harus mengubah ke dalam tradisi tulis. Menulis di media sosial juga tidak seperti menulis di media pada umumnya. Bertutur dalam bahasan panjang, misalnya, tidak dimungkinkan bagi para pembaca media sosial, karena kesempatannya yang tidak seperti ketika membaca di media cetak. Kalimat-kalimat pendek dengan panjang paragraf yang terbatas, salah satunya, menjadi pendekatan yang dimungkinkan cocok untuk berkomunikasi di media sosial. Ditambah dengan ilustrasi-ilustrasi visual akan menambah daya tarik bagi para pembacanya. Cara-cara dakwah dengan media digital seperti ini sangat memungkinkan, terutama setelah fasilitas

media sosial kini semakin memasyarakat. Hampir semua individu masyarakat sudah memiliki fasilitas yang dibutuhkan.

Terlihat dari semakin banjirnya arus informasi yang diterima dan dikirim oleh para pengguna media sosial. Laporan terbaru *We Are Social* (salah satu lembaga yang melakukan sensus penggunaan internet, dan media sosial yang memiliki 15 kantor di 13 negara) menyebutkan pada tahun 2021 ada 202,6 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 16% (27 juta pengguna internet). Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 274,9 juta jiwa, 73,7% pada Januari 2021. Ini artinya lebih dari setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Bahkan anak-anak usia Sekolah Dasar pun kini sudah terbiasa menggunakan fasilitas media digital dan internet. Mereka bukan saja diizinkan oleh para gurunya untuk menggunakan media sosial dari *hand-phone* akan tetapi tugas-tugas sekolah juga sudah dilakukan dengan menggunakan fasilitas media sosial. Demikian pula dengan penggunaan fasilitas media sosial lainnya seperti, komunikasi dengan anggota keluarga hingga berbelanja kebutuhan sehari-hari. Jadi, gagasan dakwah dengan menggunakan media *on-line* saat ini sudah bukan sesuatu yang utopis lagi.

Dengan media digital, maka akan tercapai peningkatan yang sangat signifikan terhadap perkembangan dakwah, yaitu dengan adanya wadah dakwah yang siap meneruskan risalah Rasulullah dengan model-model dakwah yang mereka gunakan, sesuai dengan kreatifitas dan perkembangan zaman. Hal ini mengingat bahwa umat Islam sendiri dihadirkan ke muka bumi sebagai umat yang terbaik sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali-Imran:10, “Kalian adalah umat yang terbaik dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah”. Pesan lain yang mengingatkan umat Islam untuk

menempuh cara-cara berdakwah termuat sebagaimana termuat dalam firman Allah QS. al-Nahl: 125 yang menyebutkan, “Serulah manusia ke jalan Tuhanmu, dengan cara hikmah, pelajaran yang baik dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

Dalam keadaan pandemi covid-19, terlihat dimensi kerisalahan dakwah seharusnya memang menyentuh pada praktik hidup masyarakat secara nyata lewat pintu media elektronik, digital dan menguasai situasi terkini dari masyarakat sehingga pesan Islam senantiasa relevan dengan zamannya. Agama Islam dengan Qur’an sebagai motor kehidupan umat dapat memberi bentuk kepada arti dan kualitas hidup sebagaimana yang termaktub dalam (Q.S.Ibrahim 14:1) bahwa Al-qur’an sebagai pegangan umat Islam menjadi petunjuk kepada jalan terang benderang. “Alif, laam raa; (Ini adalah) Kitab yang Kami turunkan kepadamu supaya kamu mengeluarkan manusia dari gelap gulita kepada cahaya terang benderang dengan izin Rabb mereka, (yaitu) menuju jalan Rabb Yang Maha Perkasa lagi Maha Terpuji”. Maka, cita-cita ini memang dapat ditempuh melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media digital. Tentu juga kegiatan ini tidak lepas dari tujuan bahwa semua usaha ini merupakan sebagai jembatan manusia mencapai jalan hidup yang membahagiakan dan mensejahterakan; hadir sebagai rahmat bagi alam semesta dan sebagainya.

CONCLUSION / KESIMPULAN

Media digital merupakan sarana yang sangat urgen dalam berdakwah pada masa pandemi covid-19 yang sedang melanda dunia saat ini. Sebab, dakwah konvensional yang selama ini dijalankan oleh sebagian besar da’i atau mubaligh

tidak dapat dilakukan seperti biasanya. Pandemi covid-19 memaksa semua orang untuk menerapkan pola hidup baru dalam bentuk *social distancing* dan *physical distancing* dengan menjalankan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Hal tersebut telah mendorong semua orang untuk menjalankan aktifitas sehari-hari dari rumah, mengurangi atau membatasi kegiatan di luar rumah yang dapat menimbulkan perilaku kerumunan. Untuk itu, agar dakwah tetap berjalan dengan baik dibutuhkan media yang dapat menghubungkan setiap orang tanpa harus bertemu secara fisik. Media tersebut adalah media digital. Dakwah digital menjadi pilihan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Bukan saja karena tuntutan zaman, tapi juga berkaitan erat dengan efektifitas dan efisiensi pelaksanaannya sebagai jawaban atas kebutuhan umat akan hadirnya dakwah pada masa pandemi covid-19 yang sedang melanda dunia.

REFERENCES / DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2006. Digital Media. Technology Brief. University Of Guelph.
- Arsyad, A. (2002). Media Pembelajaran. Raja Grafindo Persada
- Asep S. Muhtadi, Ujang Saefullah, Imron Rosyidi, Dadan Anugrah., 2020. Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda. <https://Sinta.Ristekbrin.Go.Id/Covid/Penelitian/Detail/323>, Di Akses Pada 10 Juni 2021
- Bamualim, Chaider S., Hilman Latief, Dan Irfan Abubakar (Ed), Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi

- Identitas, Dan Tantangan Radikalisme (Jakarta: Center For The Study Of Religion And Cultur - Csrs, 2018)
- Cahyo Pamungkas, "Global Village Dan Globalisasi Dalam Konteks Ke-Indonesiaan", Dalam Jurnal Global Strategis, Vol. 9 No. 2 (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015), 257.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2007). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal Of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Farid Hamid Dan Heri Budianto (Ed), 2011. Ilmu Komunikasi Sekarang Dan Tantangan Masa Depan, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fatmawati Ade Sofyan,. 2006. Dakwah Di Televisi: Analisis Terhadap Mimbar Da'i Dan Da'iah Tpi Dalam Perspektif Dakwah, *Jurnal Dakwah* Vol Viii No.2, Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah
- Habibi, Muhammad, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial", Dalam *Jurnal Alhikmah*, Vol. 12 No. 1 (Pontianak: Iain Pontianak 2018)
- Huang C, Wang Y, Li X, Ren L, Zhao J, Hu Y, Et Al. Clinical Features Of Patients Infected With 2019 Novel Coronavirus In Wuhan, China. *Lancet*. 2020;395(10223):497-506.
- Julis Suriani. 2017. Komunikasi Dakwah Di Era Cyber. *Jurnal An-Nida'- Jurnal Pemikiran Islam/* Vol. 41 No. 2. Issn 2407-1706
- Juniawati, 2006. *Media Massa Kalbar: Dakwah Islam Masa Depan*. Dlm Yusriadi (Ed), *Komunikasi Dan Dakwah Islam*, Pontianak: Stain Press Pontianak
- Kementrian Kesehatan Ri & Germas, Tt, Apa Yang Harus Dilakukan Masyarakat Untuk Cegah Penularan Covid-19? [Www.Promkes.Kemkes.Go.Id](http://www.promkes.kemkes.go.id)
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics Of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review. *Research In Nursing And Health*, 40(1), 23–42. <https://doi.org/10.1002/nur.21768>
- Mcluhan, Marshall, 1962. *The Gutenberg Galaxy; The Making Of Typographic Man*, London: The Mit Press
- Muhammad Habibi,. 2018. Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial, Dalam *Jurnal Alhikmah*, Vol. 12 No. 1 Pontianak: Iain Pontianak
- Nuriz, M. Afthon Lubbi, *Generasi Muda Milenial Dan Masjid Era Digital Dalam Buku Masjid Di Era Milenial: Arah Baru Literasi Keagamaan* (Jakarta: Center For The Study Of Religion And Cultur - Csrs, 2019)
- Ren L-L, Wang Y-M, Wu Z-Q, Xiang Z-C, Guo L, Xu T, Et Al. Identification Of A Novel Coronavirus Causing Severe Pneumonia In Human: A Descriptive Study. *Chin Med J*. 2020; Published Online February 11. Doi: 10.1097/Cm9.0000000000000722.

- Rothan Ha, Byrareddy Sn. The Epidemiology And Pathogenesis Of Coronavirus Disease (Covid-19) Outbreak. *J Autoimmun.* 2020; Published Online March 3. Doi: 10.1016/J.Jaut.2020.102433. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Roudhonah, 2011. Urgensi Komunikasi Dan Kebudayaan Dalam Keberhasilan Dakwah, Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, Jurnal Dakwah. Vol Xv. No.1
- We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- World Health Organization. Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) Situation Report – 70 [Internet]. Who; 2020 [Updated 2020 March 30; Cited 2020 March 31]. Available From: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200330-sitrep-70-covid-19.pdf?sfvrsn=7e0fe3f8_2
- World Health Organization. Naming The Coronavirus Disease (Covid-19) And The Virus That Causes It [Internet]. Geneva: World Health Organization; 2020 [Cited 2020 March 29]. Available From: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it).
- World Health Organization. Who Director-General's Opening Remarks At The Media Briefing On Covid-19 - 11 March 2020 [Internet]. 2020 [Updated 2020 March 11]. Available From: