

## **Aktualisasi Dakwah di Era Teknologi Komunikasi**

Arifah Yenni Gustia<sup>1</sup>

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol

<sup>1</sup>arifahgustia@uin.ib.ac.id

### **ABSTRACT**

Dakwah is an effort to call for all human race about the life's vision and mission in the world consisting of amar ma'ruf nahi munkar (a call for good deeds and avoiding bad ones) using either spoken or written with any medias allowed. Basically, there are so many and so wide methods and tools for dakwah. And the technology today has grown so fast. Various telecommunication technologies compete in giving unlimited information. The world has been transforming globally in term of information and communication resulting a new civilization to ease humans to interact each other and to enhance social mobility. The presence of communication technology has become the means of dakwah for da'i (Islamic preachers) in this modern era and has given huge influence towards the people themselves. A message of them can be obtained by people in a very short time.

**Keyword: Dakwah, communication, technology communication**

### **ABSTRAK**

Dakwah merupakan upaya menyeru manusia dan seluruh umat, tentang pandangan dan tujuan hidup didunia yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar (seruan untuk mengajak kebaikan) baik secara lisan maupun tulisan dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan. Pada hakekatnya metode dan sarana untuk berdakwah sangat banyak dan luas atau bahkan mungkin tidak akan ada batasnya. Sebab semua yang bisa dikerjakan oleh manusia dan apa yang ada di muka bumi ini selagi tidak berbenturan dengan Islam, maka hal itu boleh dijadikan sebagai metode dan sarana untuk berdakwah. Teknologi saat ini telah mengalami kemajuan yang begitu pesatnya. Beragam macam teknologi komunikasi bersaing dalam memberikan informasi tanpa batas. Dunia kini telah dan sedang berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi yang melahirkan peradaban baru sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Kehadiran teknologi komunikasi menjadi sarana dakwah bagi para da'i di abad modern dan telah memberi pengaruh luas terhadap dakwah itu sendiri. Suatu pesan dapat dengan mudah di terima oleh masyarakat dalam waktu yang relatif singkat.

**Kata Kunci: Dakwah, Komunikasi, Teknologi Komunikasi**

## PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah yang menganjurkan umatnya untuk menyebarluaskan kebenaran. Bagi umat Islam tidak ada perkataan yang lebih baik, kecuali perkataan untuk menyeru ke jalan Tuhan. Dakwah bagi umat Islam menjadi kewajiban yang menyeluruh setidaknya bagi individu yang sudah bisa dikenai beban tanggung jawab dan individu yang telah mampu membedakan antara yang benar dan salah, serta antara baik dan buruk. Kewajiban dakwah Islam bagi seorang muslim ada yang bersifat individual dan ada juga yang berbentuk kolektif melalui kelompok, jamaah maupun organisasi. Sehingga menjadi umat Islam pada hakikatnya memiliki kewajiban untuk berdakwah. Seorang muslim bisa diidentikkan sebagai da'i, menurut proporsi dan kapasitas masing-masing.

Kewajiban menyebarkan kebenaran Islam merupakan bagian integral dari jiwa dan hidup seorang muslim (Suisyanto, 2006: 63). Aktualisasi diri dalam dakwah terus dilakukan agar menjadi kebiasaan dan pembelajaran untuk diri maupun masyarakat. 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

Pesatnya perkembangan teknologi menuntut para da'i untuk memiliki kecakapan dalam mengelola teknologi sebagai media dakwahnya. Hari ini, dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana. Dakwah tidak hanya sebatas kajian ilmu diatas mimbar, di masjid-masjid atau mushala tetapi dakwah harus bisa memanfaatkan kemajuan teknologi agar

dakwah lebih meluas dan lebih efektif. Menurut Abdul Basit (2013), perubahan masyarakat yang fenomenal seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat bahkan bisa memecah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat

Dakwah dimasa mendatang perlu pola-pola penyampaian yang tidak lagi menuntut kehadiran masyarakat secara langsung. Makna dakwah tidak hanya sebatas tabligh seperti yang berlangsung dan mendominasi aktifitas dakwah selama ini. Teknologi akan mengantarkan pesan-pesan dakwah hingga menyentuh masyarakat dalam beragam nuansa dan suasana. Dengan begitu, dakwah dapat berjalan terus meskipun kesempatan masyarakat untuk hadir secara langsung sangat terbatas. Dakwah yang disampaikan melalui media teknologi informasi akan tetap datang mengunjungi mereka yang sedang istirahat di rumah masing-masing. Masyarakat tetap dapat menikmati sajian dakwah Islam, tanpa harus meninggalkan pertemuan keluarga selepas makan malam (Muhtadi, 2012: 5).

Penggunaan internet dalam berdakwah merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam sehingga memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Pemanfaatan internet sebagai

media dakwah memberi kesempatan sekaligus tantangan bagi da'i untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah dapat memanfaatkan internet sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah itu sendiri. Umat Islam harus mampu menguasai perkembangan teknologi secara maksimal sehingga dengan kekuatan internet, perkembangan dakwah menjadi sangat potensial.

### **MAKNA DAKWAH**

Dakwah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memotivasi orang dengan bashirah, supaya menempuh jalan Allah dan meninggikan agamanya. Dakwah Islam merupakan dakwah bashirah, yaitu dakwah yang disebarluaskan dengan cara damai bukan dengan cara kekerasan serta mengutamakan aspek kognitif (kesadaran intelektual), dan afektif (kesadaran emosional). Dakwah dengan pendekatan seperti ini disebut dengan dakwah persuasif atau membujuk (Ismail & Hotman, 2011: 29-30). Dakwah secara bahasa berasal dari bahasa Arab yang berarti an-nida (memanggil), ad-du'a (menyeru). Dakwah juga berarti menegaskan atau membelanya (ad-da'wah ila qadhiyat), baik terhadap yang hak ataupun yang batil, yang positif maupun yang negatif (Aziz, 2009:24).

Secara istilah dakwah memiliki pengertian yang beragam. Dakwah adalah proses menjadikan perilaku seorang muslim untuk menjalankan Islam sebagai agama rahmatanlilalamin. Proses dakwah melibatkan unsur da'i (subjek), maddah (materi), thariqah (metode), washilah (media), dan mad'u (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yaitu mencapai kebahagiaan

hidup di dunia dan akhirat. Dakwah dapat dipahami sebagai proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Dakwah juga mengandung arti panggilan dari Allah swt. dan Rasulullah saw. untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupan (Saputra, 2011:2-3).

Islam dihadirkan untuk menjadi petunjuk bagi semua manusia. Oleh karena itu jika ingin selamat dalam perjalanan hidupnya, manusia harus mengikuti petunjuk tersebut. Agama Islam memberikan ajaran yang sesuai dengan fitrah manusia. Apa yang menjadi perintah atau anjuran dalam Islam pasti memberikan manfaat yang besar bagi manusia dan kehidupannya. Begitu juga dengan larangan dalam Islam akan berdampak buruk bagi perkembangan manusia dan kehidupannya (Aziz, 2009: 113).

Pengembangan dakwah Menurut Muhyiddin dan Safei (2002: 139-140) memerlukan metode dan strategi agar dapat membentuk masyarakat yang harmonis dan damai. Beberapa metode dan strategi yang dapat dilakukan da'i dalam dakwahnya seperti berikut ini:

1. Pengembangan metode dakwah bil lisan dan bil 'amal sesuai dengan tantangan dan kebutuhan.
2. Mempertimbangkan metode dan media sesuai dengan tantangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
3. Memilih metode dan media yang relevan, baik mimbar, panggung media cetak, atau elektronik (radio, televisi, komputer, dan internet).
4. Mengembangkan media atau metode kultural dan struktural, yakni pranata

sosial, seni, karya budaya, dan wisata alam.

5. Mempertimbangkan struktur sosial dalam tingkatan kadar intelektual, yakni khawas, awam, dan yang menentang.
6. Mempertimbangkan struktur dan tingkatan masyarakat dari segi kawasan, geografis, demografis, sosiologis, antropologis, politis, dan ekonomis.

### **PERAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM DAKWAH**

Teknologi komunikasi telah menciptakan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi yang diinginkan. Hal ini menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang yang cukup serius bagi umat Islam. Islam sebagai agama inklusif tentu tidak menolak perkembangan teknologi ini. Namun, disisi lain umat Islam harus membentengi diri dengan melakukan filterisasi terhadap akses informasi yang diterima terutama yang berkaitan dengan budaya- budaya yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat dikenal dengan istilah *explosion*. Menurut Collin Cherry dalam Mohd. Rafiq (2003), perkembangan tersebut terjadi disebabkan oleh beberapa hal, pertama, secara potensial teknologi komunikasi dapat menjangkau seluruh permukaan bumi dalam waktu sekejap. Kedua, jumlah pesan dan arus lalu lintas informasi telah berlipat ganda secara geometrik. Ketiga, kompleksitas teknologinya sendiri sudah semakin canggih (*sophisticated*), baik piranti lunak (*software*) maupun piranti kerasnya (*hardware*). dakwah sebagai proses atau upaya mengajak manusia kepada kebaikan dan produktivitas. Produktivitas da'i di era teknologi sekarang harus dikembangkan sebaik mungkin. Seorang da'i harus memiliki kemampuan untuk berkompetisi sehingga

dakwah yang dilakukan dapat melahirkan umat muslim yang berkarakter kuat dan Tangguh. Seorang da'i harus bersikap responsive dan cepat dalam menerima perkembangan teknologi komunikasi sehingga tidak tertinggal dengan umat lainnya

Salah satu prinsip komunikasi adalah penyampaian pesan dengan menggunakan saluran komunikasi (*with a channel*). Saluran komunikasi ini adalah media atau alat dalam menyampaikan pesan. Dalam dakwah juga harus ada alat atau media yang digunakan. Media dalam kemajuan teknologi komunikasi memiliki fungsi utama sebagai sarana untuk melakukan aktivitas komunikasi khususnya komunikasi massa. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2008). Dengan demikian, pemanfaatan teknologi komunikasi memiliki satu kelebihan, yaitu efektifitas waktu. Efektifitas tersebut disebabkan karena kecanggihan teknologi telah berhasil menghapus ruang geografis dalam kehidupan manusia sehingga keberadaannya kini menjadi sangat penting.

Peran teknologi komunikasi dalam kehidupan manusia sudah tidak diragukan lagi. Bahkan, kini manusia dan media sudah sulit untuk dipisahkan. Media menjadi kebutuhan vital bagi kehidupan manusia modern. McQuail dalam bukunya *Mass Communication Theories* (2000:66) memberikan pandangan tentang peran media bagi kehidupan manusia modern. Pertama, media massa sebagai *window on events and experience*. Artinya media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak untuk melihat apa yang sedang terjadi di luar sana ataupun pada diri mereka sendiri.

Peran kedua, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Yaitu, media merupakan cermin dari berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat dan dunia. Secara lebih ringkas, media dianggap merefleksikan kenyataan yang ada. Perspekti ketiga, media massa dianggap sebagai filter atau *gatekeeper* yang menyaring berbagai informasi untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu atau bentuk content yang lain berdasar standar para pengelolanya. Dalam hal ini, khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian. Keempat, media massa seringkali dianggap sebagai *interpreter*, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas ketidak pastian atau alternatif yang beragam. Lima, media dilihat sebagai sebuah forum untuk mempresentasikan berbagai informasi, gagasan, dan ide-ide kepada khayalak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik (*feedback*). Dan yang keenam adalah, media massa dipandang sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif

Peran media seperti yang dijelaskan McQuil mengindikasikan bahwa adanya ketergantungan manusia modern terhadap media. Ketergantungan yang dimaksud adalah manusia modern sudah meyakini segala sesuatu yang disampaikan oleh media adalah refleksi atas kejadian nyata yang sedang berlangsung di dunia. Meskipun pada dasarnya media memiliki sudut pandang tersendiri terhadap sebuah peristiwa, dan jika interpretasi media terhadap peristiwa tersebut disebarluaskan melalui media secara global, tidak mustahil interpretasi tersebut akan menjadi kebenaran. Selanjutnya, dari

informasi yang disampaikan itulah kemudian melahirkan opini publik.

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat disugahi dengan informasi dari pelbagai media. Tujuannya kurang lebih untuk mengkonstruksi pemikiran khalayak akan realitas yang ditampilkan oleh media seolah-olah adalah realitas yang sesungguhnya. Media saat ini bisa diposisikan sebagai sarana untuk pertukaran ide, gagasan, dan pemikiran terhadap khalayak umum, yang tentu saja mengharapkan umpan balik. Oleh karenanya, jika umat Islam terutama da’i dapat menangkap tantangan ini dan merubahnya menjadi peluang yang strategis, maka dakwah Islam akan berjalan dengan sangat efektif. Namun sebaliknya, jika umat Islam tidak bisa memanfaatkannya dengan baik, maka umat Islam hanya akan menjadi sasaran dari lajunya perkembangan teknologi.

### **STRATEGI DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI KOMUNIKASI**

Tantangan bagi ummat Islam pada zaman modern ini adalah tantangan dalam menghadapi budaya masyarakat modern yang sangat bergantung kepada teknologi. Menjawab tantangan itu, Islam harus membuat strategi dakwah yang berbasis pada pemanfaatan teknologi modern itu juga. Seperti pemanfaatan media social, website, aplikasi-aplikasi Mobile, dan sebagainya. Brittney G. Chenault (1998) mengatakan bahwa ketika berbicara mengenai internet bukan saja berbicara mengenai teknologi, informasi, komunikasi (percakapan) antar seseorang dengan orang lain, atau sekadar melakukan pertukaran informasi melalui e-mail. Lebih dari itu, menurutnya internet adalah partisipasi massa secara langsung dan keseluruhan tanpa adanya batasan dalam melakukan proses komunikasi. Komunikasi bisa dikatakan sebagai fondasi, sedangkan

internet adalah wadah atau komunitas. Pernyataan Brittney tersebut semakin menguatkan bahwa model komunikasi yang diciptakan oleh teknologi internet adalah komunikasi massa yang melibatkan khalayak banyak dalam aktivitasnya.

Hal ini menciptakan peluang besar bagi da'i untuk melebarkan sayap dakwahnya ke seluruh penjuru dunia dan seluruh masyarakat lintas negara maupun bahasa. Islam sebagai agama dakwah tentu tidak bisa diam melihat peluang yang besar ini untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui media internet. Perkembangan teknologi harus dimaknai sebagai sebuah peluang untuk melakukan dakwah yang bersifat global.

Penciptaan strategi dakwah berbasis internet adalah hal mutlak yang harus dilakukan oleh da'i. Dengan memanfaatkan media internet, kegiatan dakwah tentunya akan lebih efisien, karena teknologi internet memiliki sifat tanpa batas, terjangkau, dan cepat, sehingga akan memudahkan para da'i dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya

Aktivitas dakwah yang berbasis internet adalah dengan memanfaatkan layanan yang tersedia dalam internet seperti website, jaringan sosial (*social network*) baik facebook ataupun twitter dan sebagainya. Strategi ini juga termasuk penciptaan aplikasi-aplikasi dakwah melalui *smartphone* yang lebih mudah dan praktis. Dengan menggunakan dan memanfaatkan media-media tersebut artinya da'i melakukan aktivitas dakwah lintas sektoral dan lintas geografis karena dakwah melalui internet adalah dakwah yang bersifat global. Meski tidak menutup kemungkinan media tersebut juga bisa digunakan sebagai media dakwah antar personal.

Perkembangan media internet telah banyak memberikan berbagai macam

kemudahan bagi umat manusia. Berbagai macam informasi begitu mudah diperoleh dan dapat tersebar dengan sangat cepat. Keberadaan berbagai macam fasilitas jejaring sosial telah menggiring masyarakat untuk selalu mengikuti tren dan memperoleh informasi terkini yang terjadi di dunia. Oleh karena itu penggunaan dan pemanfaatan beberapa jejaring sosial merupakan salah satu jawaban yang paling tepat sebagai media dalam berdakwah. Fenomenologi yang terjadi sekarang ini adalah masyarakat dibuat ketergantungan dengan media berbasis internet. Beberapa layanan jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah antara lain;

#### 1. Facebook

Facebook merupakan salah satu jaringan media sosial yang paling banyak memiliki pengguna aktif di dunia. Berdasarkan hasil riset yang dihimpun CupoNation pada periode awal 2019, diperoleh peringkat negara dengan pengguna Facebook terbanyak di dunia. India dinobatkan sebagai negara dengan pengguna Facebook terbanyak dengan total pengguna mencapai 290 juta atau 19,01 persen dari total populasi. Amerika Serikat (190 juta atau 57,76 persen dari populasi), Brasil (120 juta atau 57,06 persen dari populasi), dan Indonesia (120 juta atau 44,94 persen dari populasi). (tribunnews.com)

Facebook sangat mudah untuk diakses karena tidak mensyaratkan perangkat computer, laptop maupun tablet sebagai perangkat utamanya, melainkan bisa diakses menggunakan telepon seluler. Fasilitas tersebut yang menciptakan kemudahan tersendiri dalam mengakses facebook. Beberapa fasilitas yang ada di facebook antara lain: *Group, page dan chat*. Penggunaan fasilitas ini memudahkan seorang da'i untuk mengumpulkan banyak orang dan saling

bertukar pikiran. Pemanfaatan facebook sebagai sarana dakwah sangat mudah untuk dilakukan mengingat facebook adalah jejaring sosial yang sangat familiar bagi banyak orang di dunia ini. Selanjutnya adalah bagaimana da'i bisa mengemas pesannya melalui media sosial tersebut, agar objek dakwah dapat menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan. Melalui facebook, seorang da'i dapat secara langsung berkomunikasi dengan objek dakwah secara timbal balik seperti halnya dalam proses komunikasi langsung.

## 2. Twitter

Twitter merupakan situs micro-blogging yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Twitter menjadi salah satu media jejaring sosial yang cukup populer di dunia. Bahkan, Twitter termasuk lima besar media sosial yang paling banyak dikunjungi orang. Berbeda dengan media jejaring sosial lainnya, Twitter memiliki beberapa keunikan karakteristik dalam beberapa sisi. Pertama, para pengguna Twitter tidak perlu untuk menunggu persetujuan untuk dapat menerima update dari pengguna lain yang ingin diikuti. Dalam Twitter, dikenal istilah follow dimana seorang user dapat memfollowuser lain tanpa harus mendapatkan konfirmasi dari user yang diikuti. Yang kedua, Twitter mengizinkan penggunaannya untuk dapat mem-posting gambar maupun opini dengan pesan singkat yang disebut dengan tweet. Selain itu, Twitter hanya memperbolehkan para penggunaannya untuk menuliskan tweet tidak lebih dari 140 karakter. Twitter juga memiliki beberapa karakter unik dalam pesan singkatnya seperti RT (retweet), hashtag (#hashtag), dan username (@username). RT merupakan singkatan dari istilah retweet. Retweet merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan bahwa user melakukan posting ulang terhadap tweet tertentu. Hashtag

biasanya diawali dengan tanda pagar kemudian diikuti suatu kata tertentu tanpa spasi. Keberadaan hashtag menggambarkan topik tertentu yang sedang dibahas dalam sebuah tweet (Hidayatullah, 2016:40)

Sama seperti facebook, twitter juga merupakan jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Selamatta Sembiring, situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Saat ini, Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Sedangkan untuk twitter Indonesia menempati peringkat 5 pengguna Twitter terbesar di dunia. Dalam hal penggunaan Twitter ini, posisi Indonesia hanya kalah dari USA, Brazil, Jepang dan Inggris.

Dilihat dari jumlah pengguna, hal ini tentu menjadi peluang besar bagi da'i untuk menggunakan twitter sebagai media dakwah. Walau pesan yang disampaikan dibatasi oleh jumlah karakter, namun pesan dakwah yang disampaikan dapat dikemas secara singkat tanpa mengurangi nilai dakwah itu sendiri.

## 3. Whatsapp

WhatsApp merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan penggunaannya bertukar pesan tanpa membayar untuk SMS (Short Message Service), selama terhubung dengan data internet. WhatsApp mempunyai kelebihan untuk berkirim pesan teks tanpa batas, voice call, video call, mengirim gambar atau foto, mengirim video maupun audio tanpa ada batas ukuran (<https://m.tempo.com>). WhatsApp pun menyediakan fitur "New Grup" yang memudahkan penggunaannya untuk membuat grup dengan menambahkan anggota yang diinginkan.

Saat ini, lebih dari satu miliar orang di lebih dari 180 negara menggunakan WhatsApp untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga, kapan saja dan dimana saja, WhatsApp berbasis gratis jika terhubung dengan jaringan internet dan menawarkan kemampuan mengirim pesan dan melakukan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel, yang tersedia untuk telepon diseluruh dunia. WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan untuk smartphone, jika dilihat dari fungsinya WhatsApp hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa kita pergunakan diponsel. Tetapi, kelebihan WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet ([www.whatsapp.com](http://www.whatsapp.com)).

Menurut Hamida, dkk (2018:140) Keunggulan WhatsApp, 1) Gratis, Hal ini tentu menjadi kabar baik bahwa WhatsApp tidak menerapkan tarif bagi penggunanya. Sebelumnya memang whatsapp sempat mengklaim adanya biaya lisensi untuk penggunanya. Akan tetapi, kini WhatsApp telah resmi meniadakan biaya bagi penggunanya 2) Menyingkron kontak secara otomatis Ketika menggunakan aplikasi WhatsApp kita tidak perlu repot menginvite maupun menambah kontak teman, kerabat, saudara bahkan konsumen anda, karena WhatsApp otomatis melakukan sinkronisasi pada nomor kontak yang pernah anda simpan sebelumnya di smartphone anda. Jadi, untuk menambah kontak WhatsApp kita hanya perlu menambahkan

Whatsapp merupakan alternative yang dapat digunakan sebagai media dakwah masa kini. Maka tak sedikit yang memanfaatkannya untuk berdakwah. Setiap orang dapat menuliskan pesan dakwah dalam whatsapp, atau dapat juga mengirimkan tulisan broadcast pesan dakwah dari pengirimnya ke pengguna whatsapp lainnya. Dari tulisan-tulisan tersebut penerima pesan

dapat mengetahui pesan dakwah yang disampaikan, sehingga penerima dapat membaca kajian atau ilmu yang disampaikan

#### 4. Youtube

Salah satu layanan yang dihadirkan dari kecanggihan internet adalah menciptakan layanan dari Google untuk memfasilitasi penggunanya meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Layanan tersebut, lebih populer disebut dengan Youtube. Youtube merupakan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna Youtube sendiri.

Youtube saat ini telah memiliki berbagai macam fitur-fitur layanan yang dibutuhkan penggunanya. Dengan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, setiap hari orang yang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jutaan karya-karya manusia yang di-video-kan dan dimasukkan ke dalam Youtube. Sehingga, Youtube telah menjadi fenomena dan berpengaruh di seluruh penjuru dunia yang hanya berakses internet.

Dari fenomena tersebut, ternyata Youtube sudah banyak dimanfaatkan oleh sebagian besar da'i untuk menyampaikan Kajian-Kajian Islami melalui video yang di unggah. Mereka yang tidak memanfaatkan Youtube pastilah membutuhkan banyak biaya dalam pelaksanaannya tempat yang sangat luas, dan perijinan yang tidak sedikit. Jika memanfaatkan Youtube seorang dai dengan ceramahnya yang direkam menggunakan kamera, kemudian di unggah maka akan menarik banyak perhatian masyarakat. Bahkan lebih banyak dari mereka

yang menyaksikannya dapat diulang berulang kali untuk ditonton di mana saja.

## KESIMPULAN

Telah menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi jejaring social. Oleh karena itu, dalam menghadapi kemajuan teknologi, seorang da'i harus bisa memanfaatkan teknologi tersebut sebagai peluang untuk melaksanakan aktivitas dakwahnya. Dakwah hari ini bersifat global dan modern sehingga tidak berlebihan jika da'i merubah pola dakwah dengan menggunakan berbagai macam media yang dirasa lebih efektif untuk aktivitas dakwah.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Asep, Muhyiddin & Safei, Agus Ahmad, 2002, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Asep Saeful Muhtadi, 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Aziz, Moh. Ali. 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chenault, Brittney G., 1998, *Developing personal and emotional relationship via computer-mediated communication*, CMC Magazine, <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html>
- Hidayatullah, Ahmad Fathan, 2016, *Twitter sebagai media dakwah*, Teknoin Vol. 22 No. 1 Maret 2016 : 38-43 <http://media.neliti.com/media/publications/130711-ID-twitter-sebagai-media-dakwah.pdf>
- Hajar, Ibnu, 2018, *Youtube sebagai sarana komunikasi dakwah di Kota Makasar*, Jurnal Al-Khitabah, Vol. V, No. 2, November 2018 : 79 – 94
- Hamida Syari Harahap, Dessy Indah Kurniawati, 2018, *Whatsapp sebagai media strategi komunikasi ustadzah dalam menyampaikan dakwah: studi deskriptif kualitatif komunitas "belajar islam seru*, DiMCC Conference Proceeding, Vol. 1, 2018
- Ismail, A. Ilyas & Hotman, Prio. 2011, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- McQuail, Denis, 2000, *Mass Communication Theories*, (4th ed), London: Sage Publication.
- Rafiq, Mohd, *Tantangan dan Peluang Komunikasi Islam di Era Globalisasi Informasi*, Jurnal Analitica Islamica, Vol.5, No.3 (2003), 149-168, <http://idb2.wikispace.com/file/view/ok2015>
- Rakhmat, Jalaludin, 2008, *Psikologi komunikasi*, (cet. XXVI), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Saputra, Wahidin 2011, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suisyanto, 2006, *Pengantar Filsafat Dakwah*, Yogyakarta: Teras
- <https://m.tempo.co/read/news/2016/02/05/061742550/grup-whatsapp-kini-bisa-menampung-256-pengguna>
- Pengguna Facebook di Indonesia Terbesar keempat Dunia*, (28 Juni 2019), <https://www.gatra.com/detail/news/425153/technology/>

*Kominfo: Pengguna internet di Indonesia 63 juta orang, <https://www.kominfo.go.id/415er>*

Riset CupoNation: Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia terbesar ke-4 dunia  
<https://www.tribunnews.com>

