

DAKWAH MELALUI INTERNET

Oleh: Ahmad Zaini

Dosen Jurusan Dakwah STAIN Kudus

Abstrak

Dakwah adalah proses menjadikan perilaku seorang muslim untuk menjalankan Islam sebagai agama rahmatan lil alamin yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i (subjek), maddah (materi), thariqah (metode), washilah (media), dan mad'u (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dakwah dapat dipahami sebagai proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Adapun tujuan diadakannya dakwah adalah tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para juru dakwah. Juga untuk mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama, atau menyadarkan manusia tentang perlunya bertaubid dan mau mengamalkan ajaran Islam, serta berperilaku baik. Secara umum, dakwah bertujuan untuk memanggil manusia kembali pada syariat atau hukum-hukum agama, supaya dapat mengatur dirinya sesuai dengan ketentuan agama. Di sini agama bukan sekedar satu sistem kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik hubungan baik secara vertikal (hablumminallah) dan horizontal (hablumminannas). Selanjutnya, salah satu unsur dakwah adalah adanya washilah atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak masyarakat (mad'u). Di dalam abad informasi sekarang ini, dakwah tidak bisa tidak harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti surat kabar, radio, televisi, film, internet, dan sebagainya. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat

dunia adalah internet. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Meskipun sejauh ini belum ada penelitian mengenai seberapa jauh efektivitas pemanfaatan internet bagi kepentingan dakwah Islam, dalam beberapa tahun belakangan ini banyak dai ataupun organisasi Islam yang telah memanfaatkan internet secara optimal bagi pengembangan syiar agama. Hal tersebut misalnya ditandai dengan banyak bermunculan situs baru yang bernuansakan Islam. Karena itu, dapat disimpulkan internet sebagai media masa dinilai sangat efektif dan potensial sebagai media komunikasi dakwah dengan berbagai kelebihan-kelebihan yang telah disebutkan di atas. Di sisi lain, tentunya internet memiliki beberapa kelemahan yang dapat menghambat jalannya penyampaian pesan-pesan dakwah. Namun demikian, kelemahan tersebut tidak bisa dijadikan sebagai alasan untuk tidak bergerak maju menuju kesempurnaan.

Kata Kunci: *Dakwah, Media Dakwah, Masyarakat Modern, Internet*

A. Pendahuluan

Dakwah adalah proses menjadikan perilaku seorang muslim untuk menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur *da'i* (subjek), *maddah* (materi), *thariqah* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan Islam 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).

Adapun tujuan diadakannya dakwah adalah tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para juru dakwah. Juga untuk mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama, atau menyadarkan manusia tentang perlunya bertauhid dan mau mengamalkan ajaran Islam, serta berperilaku baik. Secara umum, dakwah bertujuan untuk memanggil manusia kembali pada syariat atau hukum-hukum agama, supaya dapat mengatur dirinya sesuai dengan ketentuan agama. Di sini agama bukan sekedar satu sistem kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik hubungan

baik secara vertikal (*hablumminallah*) dan horizontal (*hablumminannas*) (an-Nabiry, 2008: 58 – 59).

Dakwah yang dilakukan oleh para dai memiliki keutamaan-keutamaan yaitu untuk mengangkat panji kebenaran dan mewujudkan kebaikan sehingga umat menjadi baik sehingga akan senantiasa melaksanakan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Allah swt. berfirman dalam surat Fushshilat [41]: 33),

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: “Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?”

Ayat tersebut merupakan peringatan bagi para dai dan sekaligus sanjungan, bahwa tidak ada seorang pun yang lebih baik perkataannya daripada mereka, terutama para Rasul, kemudian para pengikutnya, sesuai dengan tingkatan mereka dalam dakwah, ilmu, dan keutamaan (Aziz, 2005: 42).

Para dai agar pesan-pesan dakwahnya sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan, baik media visual maupun audiovisual. Adapun yang di maksud dengan media dakwah ialah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai sarana (Saputra, 2011: 288). Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima golongan besar, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

Pertama, lisan. Yang termasuk dalam bentuk ini ialah khotbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, pidato-pidato radio, ramah tamah dalam anjang sana, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan, yang kesemuanya dilakukan dengan lidah dan bersuara.

Kedua, tulisan. Dakwah yang dilakukan dengan perantaraan tulisan umpamanya buku, majalah, surat kabar, buletin, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, spanduk, pengumuman-pengumuman tertulis, spanduk, dan

sebagainya. Dai yang menekuni bidang ini harus menguasai jurnalistik yakni keterampilan mengarang dan menulis.

Ketiga, lukisan. Yakni gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, dan sebagainya. Bentuk lukisan ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, termasuk umpamanya komik-komik bergambar yang dewasa ini sangat disenangi anak-anak.

Keempat, audio visual. Yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini bisa berupa televisi, sandiwara, ketoprak wayang, film, dan sebagainya.

Kelima, akhlak. Yaitu suatu cara yang ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata, semisal: menziarahi orang sakit, silaturahmi, pembangunan masjid, sekolah, poliklinik, kebersihan, pertanian, peternakan, dan sebagainya. (Yaqub: 1981: 48).

Selanjutnya, di era globalisasi dan abad informasi sekarang ini, dakwah tidak bisa tidak harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti surat kabar, radio, televisi, film, internet, dan sebagainya (Aziz, 2004: 150). Penggunaan media massa sebagai penyampai pesan, karena media massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau memang terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, film, internet, dan yang sejenis.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa (Cangara, 2012: 140 – 141).

Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Seperti dilansir dalam surat kabar *Republika* (Jumat, 3 Mei 2013, hlm 4) disebutkan bahwa internet kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebuah data menyebutkan, tak kurang dari 2,4 miliar pengguna layanan dunia maya tersebut di seluruh dunia. Misalkan saja Google, mesin pencari raksasa itu dikunjungi oleh 1,2 triliun pengakses pada 2012, *Facebook* dipenuhi paling sedikit satu miliar anggota, sementara *Twitter* digandrungi oleh 200 juta pemakainya. Jumlah itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring sosial itu yang terkenal dengan sebutan media kicauan itu. Ini adalah potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah.

Hal ini memang tidak berlebihan, sebut saja misalnya pendakwah seperti Muhammad Arifin Ilham yang memanfaatkan media sosial *Facebook*, sejumlah 1,8 juta orang menyukai profil dai ini. Dia menulis di *Facebook* tentang keinginannya untuk memasukkan anaknya ke pesantren. Tulisannya itu dikomentari sekitar 4.200 orang. Sekitar 27 ribu orang menyukai tulisan tersebut. Demikian juga yang dilakukan oleh Ketua Umum Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Ahmad Satori Ismail yang membuat akun *Twitter*. Ketika dia menulis singkat tentang mukjizat al-Quran, tidak lama kemudian banyak tanggapan berdatangan dari pengguna media sosial tersebut (*Republika*, Jumat, 13 Mei 2013, hlm 2). Dari sini jelaslah bahwa penggunaan media massa modern, termasuk internet ini tidak bisa tidak harus dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi keberhasilan dakwah.

B. Media, Dakwah, dan Masyarakat Modern

Media sangat bermanfaat bagi muslim. Karena, para dai atau pendakwah mampu menjadwalkan belajar, mengaji, dan menonton. Menurut Steven H. Chaffe seperti dikutip oleh Armawati Arbi (2012, 237 – 239) ada lima efek media massa yang dapat mempengaruhi mitra dakwah. Kelima efek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Efek Ekonomis

Media massa menggerakkan berbagai usaha produksi. Umat muslim tidak menyalakan kehadiran media, berarti menghidupkan

pabrik yang menyuplai kertas koran, pengusaha percetakan, grafika, pekerjaan bagi wartawan, ahli rancang grafis, dan sebagainya. Media cetak muslim semakin berkembang, seperti harian *Koran Republika* yang memiliki “Dompot Dhuafa” dan “Berbeku/Barang Bekas Berkualitas”. Kehadiran media massa bukan menjadikan umat konsumtif, melainkan umat kreatif, menjadi produsen produk media massa bukan penikmat saja.

2. Efek Sosial

Keluarga muslim akrab atas kehadiran media massa meningkatkan status sosial pemiliknya. Mereka mengirim gagasannya ke surat pembaca, kolom, dan telepon ke acara siaran langsung untuk membangun citra dirinya. Masyarakat mengirim gagasannya melalui jaringan sosial melalui *Twitter* dan *Facebook*. Motivator-motivator, pendakwah, politisi, dosen, guru membuat blog di internet. Semakin akrab seseorang mengakses media, mengisi media, semakin tinggi kredibilitasnya.

3. Efek Penjadwalan Kegiatan

Acara televisi kadang-kadang mempengaruhi jadwal ibu, anak, remaja belajar, pergi ke TPA, dan jadwal ke pengajian. Manfaat menonton acara tersebut bisa menjadi contoh kasus dalam ceramah. Jadwal bisa disesuaikan dengan acara tersebut. Acara tersebut mungkin bisa digunakan untuk media dakwah dan alat untuk menganalisis perilaku orang-orang yang berperan di acara tersebut. Seorang siswa protes kepada ibunya karena ia dilarang menonton program kesayangan teman-teman sekelas. Ia wajib menonton, jika tidak menonton, ia tidak dapat berinteraksi dengan teman sekelasnya dalam pembahasan tontonan.

4. Efek bagi Penyaluran atau Penghilangan Perasaan Tertentu

Radio dan televisi adalah hiburan yang murah bagi rakyat, pendakwah mampu memahami kondisi penyaluran dan penghilangan perasaan mitra dakwah. Seseorang menjaga rumahnya sendirian, maka ia tidur bersama televisi. Televisi tidak dimatikan dan menemaninya tidur.

5. Efek pada Perasaan Orang terhadap Media

Fans pendengar, pembaca, dan penonton dari media terhadap acara, nara sumber, dan pembawa acara tertentu menjalin hubungan. Mereka mengadakan pertemuan, misalnya *fans* radio mengadakan zikir, pengajian, dan pariwisata bersama. *Fans*-nya juga bisa berkembang menjadi pengurus dan penyiar radio.

Berkembangnya teknologi informasi dan media massa yang begitu pesat sedikit banyak merubah pola pikir masyarakat dunia. Karenanya, agar pola atau strategi dakwah tidak ketinggalan harus mengikuti perubahan zaman yaitu menggunakan berbagai alat media massa salah satunya adalah media internet sehingga tujuan dakwah yang telah dirancang dapat berhasil. Terlebih lagi di era globalisasi ini penyampaian pesan dan informasi melalui internet sudah menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak dan tidak ditawar-tawar lagi. Dan dengan demikian, maka penyampaian pesan-pesan dakwah melalui internet harus mendapat perhatian yang serius dari para dai maupun daiyah terlebih lagi bagi masyarakat modern saat ini.

Kalau melihat fenomena keberadaan internet dewasa ini, bahwa sejak ditemukannya internet telah terjadi perubahan besar dalam komunikasi massa. Media massa lama (surat kabar, radio, televisi) bukan lagi satu-satunya sumber daya informasi. Kehadiran internet bagi pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Banyaknya dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media baru (*new media*) (Tamburaka, 2013: 76 – 77).

Selanjutnya, masyarakat modern identik dengan masyarakat yang hidup di perkotaan yang memiliki pemikiran relatif lebih modern daripada yang tinggal di pedesaan, walaupun memang tidak dapat dipukul rata bahwa semua masyarakat yang hidup di kota memiliki pemikiran yang modern. Namun, dapat penulis paparkan disini bahwa karakteristik atau ciri-ciri masyarakat modern adalah sebagai berikut:

1. Dalam masyarakat modern, tindakan sosial diambil berdasarkan pilihan, bukan berdasar kebiasaan atau tradisi.

2. Masyarakat modern selalu mengalami perubahan-perubahan secara cepat karena kualitas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat modern cenderung kompleks sehingga masyarakat modern terus berupaya menyesuaikan diri.
3. Kompleksitas permasalahan yang dihadapi masyarakat modern memunculkan adanya spesialisasi di segala bidang.
4. Sistem perekonomian masyarakat modern berorientasi pada efisiensi dan kemampuan untuk memelihara pertumbuhannya, sedangkan mekanismenya bertumpu pada pasar.
5. Dalam masyarakat modern, hubungan antarindividu telah jauh berkurang. Masyarakat modern cenderung individualis, namun lebih objektif dalam memandang individu lainnya.
6. Dalam masyarakat modern, penghargaan lebih besar diberikan kepada individu berdasarkan kemampuan intelektualnya yang mendatangkan banyak prestasi.
7. Manusia modern selalu ingin memperoleh pengakuan sebagai individu, selain sebagai anggota masyarakat.
8. Masyarakat modern senantiasa berupaya untuk terus maju, tidak statis, dan berusaha menampilkan serta mencari yang terbaik sehingga masyarakat modern sangat menjunjung tinggi profesionalitas.
9. Pada umumnya, manusia modern mampu membimbing dirinya sendiri. Mampu menetapkan pilihan-pilihan dan mengambil keputusan sendiri untuk menghadapi setiap perubahan-perubahan.
10. Struktur sosial masyarakat modern bersifat terbuka dan sukarela.
11. Mobilitas sosial masyarakat modern sangatlah tinggi, baik ke atas maupun ke bawah sehingga siapa pun bisa berpindah-pindah kelas, atas atau bawah, kapan saja, bergantung pada potensinya.
12. Masyarakat modern menjunjung tinggi HAM dalam memperoleh keadilan, kesempatan, serta hak dan kewajiban yang sama.
13. Tingkat perekonomian dan pendidikan masyarakat modern umumnya merata dan berada pada garis menengah.
14. Hukum yang digunakan adalah hukum tertulis formal daripada nilai-nilai normatif dalam masyarakat (www.anneahira.com/ciri-ciri-masyarakat-modern.htm).

Dari karakteristik atau ciri-ciri masyarakat modern di atas dimana mereka cenderung cepat menerima perubahan dan lebih mudah mendapatkan akses informasi maka penyampaian pesan-pesan dakwah melalui teknologi informasi digital merupakan sebuah keniscayaan yang harus dilakukan.

Fenomena dakwah digital menurut Onno Widodo Purbo (*Republika*, Jumat, 15 Juli 2011, hlm. 3) memang berkembang seiring berkembangnya teknologi informasi di dunia. Internet komersial baru masuk ke Indonesia pada 1994 dengan dibukanya IndoNet di Jakarta sebagai *internet service provider* (ISP) pertama di Indonesia. Pada sekitar tahun 1998-1999 mulai marak aneka *mailing-list* (milis) Indonesia bernuansa Islami, semisal Isnet, al-Islam, dan Padang Mbulan. Baru kemudian pada 1999-2000 bermunculan situs-situs Islam di Indonesia, yang tidak sekadar situs institusi Islam, tetapi berisi aneka informasi dan fasilitas yang memang dibutuhkan umat, maka lengkaplah internet menjadi salah satu media rujukan dan media dakwah Islam Indonesia. Masuknya internet dalam aspek kehidupan umat Islam mulai menggeser pemikiran-pemikiran konvensional. Walaupun demikian, dakwah secara konvensional tetap berlaku, semisal khutbah Jumat, ceramah-ceramah dalam acara pengajian, dan sebagainya.

C. Internet sebagai Media Dakwah

Internet berasal dari kata *interconnection networking* yang artinya jaringan internasional (luas dan mendunia). Jaringan tersebut terbentuk dari banyaknya jaringan kecil atau LAN (*Local Area Network*) yang saling tergabung menjadi satu jaringan computer internasional atau WAN (*Wide Area Network*) (Tim Penyusun, 2010: 4). Internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap computer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal dengan *global village* (desa global). Jika kertas dalam surat kabar dapat disentuh dan diraba oleh indra manusia demikian pula radio dapat didengar telinga dan televisi tidak hanya didengar juga dapat dilihat. Maka internet sebuah jaringan yang membentuk komunitas maya dan tidak ada satu pun manusia yang dapat pergi ke desa global itu. Pengguna komputer hanya dapat saling mengirimkan dan menerima pesan antar sesama pengguna, meskipun tidak ada manusia yang pernah sampai ke tempat itu, namun dunia itu nyata

ada karena setiap detik dan menit manusia melakukan aktivitas pertukaran pesan dan data (Tamburaka, 2013: 75 – 76).

Media internet telah banyak digunakan terutama dikalangan akademisi, birokrat, dan mahasiswa. Dengan difasilitasi jaringan satelit, internet dapat menyajikan informasi global dari berbagai belahan bumi, mulai dari informasi politik, pendidikan, agama, bisnis, data, dan surat elektronik (*e-mail*). Internet juga mampu menyajikan surat kabar elektronik (*electronic newspaper*) dari berbagai macam bahasa, serta hiburan lagu-lagu mulai dari yang klasik sampai yang kontemporer (Cangara, 2013: 126).

Internet sebagai salah satu media massa yang memiliki jangkauan yang luas dan mendunia dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan yang cepat dan efektif, termasuk pesan-pesan dakwah. Kelebihan-kelebihan internet sebagai media penyampai pesan adalah sebagai berikut (Cangara, 2012: 163 – 164):

- Internet memiliki kecepatan mengirim dan memperoleh informasi sekaligus sebagai penyedia data yang *shopiscated*.
- Internet sebagai penyedia media informasi surat kabar (*electronic newspaper*), program film, TV, buku baru, serta lagu-lagu mulai dari yang bernuansa klasik sampai lagu-lagu kontemporer.
- Internet sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk *electronic mail* (e-mail). Surat yang mau dikirim tidak perlu melalui kantor pos yang bisa berminggu-minggu baru sampai, apalagi jika tujuannya di luar negeri. Namun, dengan email melalui komputer yang berbasis internet, pesan yang dikirim itu dapat diterima pada detik yang sama tanpa mengenal jarak, ruang, dan waktu.
- Internet bagi orang muda, dapat dikatakan sudah menjadi bagian budaya mereka. Karena internet selain bisa menyediakan informasi yang serbaragam, juga mereka bisa jadikan sebagai saluran ajang gaul untuk berkenalan dengan siapa saja di atas bumi ini tanpa pernah bertatap muka, bahkan ia dapat tercatat sebagai mahasiswa universitas terkenal di suatu negara tanpa pernah mengunjungi negara di mana universitas itu berdiri (*distance learning*).

Sementara itu menurut Bambang S. Ma'arif internet dapat digunakan sebagai media komunikasi dakwah dengan alasan-alasan berikut ini:

1. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
3. Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
4. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
5. Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain (Ma'arif, 2010: 172).

Meskipun sejauh ini belum ada penelitian mengenai seberapa jauh efektivitas pemanfaatan internet bagi kepentingan dakwah Islam, dalam beberapa tahun belakangan ini banyak dai ataupun organisasi Islam yang telah memanfaatkan internet secara optimal bagi pengembangan syiar agama. Hal tersebut misalnya ditandai dengan banyak bermunculan situs baru yang bernuansakan Islam (*Ibid.*, 2010: 172).

Karena itu, dapat disimpulkan internet sebagai media massa dinilai sangat efektif dan potensial sebagai media komunikasi dakwah dengan berbagai kelebihan-kelebihan yang telah disebutkan di atas. Di sisi lain, tentunya internet memiliki beberapa kelemahan yang dapat menghambat jalannya penyampaian pesan-pesan dakwah. Namun demikian, kelemahan tersebut tidak bisa dijadikan sebagai alasan untuk tidak bergerak maju menuju kesempurnaan.

Bahkan menurut Moh. Ali Aziz (2009, 421 – 422) dengan media internet inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu dan tempat. Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Tidak hanya pasif, pengguna internet bisa proaktif untuk menentang, menyetujui atau berdiskusi tentang sebuah

pemikiran keagamaan. Selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkarya. Karena itu, suatu ironi jika di kalangan ulama masih terdapat fatwa yang mengharamkan internet untuk lembaga pendidikan atau lembaga dakwah karena media ini di pandang berisi informasi penuh kebohongan dan gambar-gambar porno yang merusak akhlak. Jikalau umat Islam tidak segera memanfaatkan media tersebut di era global sekarang ini, maka dakwah Islam akan semakin terasing dan terpinggirkan di tengah persaingan ideologi-ideologi sekuler dan agama-agama besar lainnya.

Selanjutnya, menurut Bambang S. Ma'arif (2010: 173) setidaknya ada tiga metode dakwah yang dapat dilakukan melalui internet:

1. Menggunakan fasilitas *website*. Berdakwah dengan menggunakan fasilitas ini telah dilakukan oleh banyak organisasi Islam dan tokoh-tokoh ulama dan dianggap lebih fleksibel dan luas. Contohnya, moslemworld.co.id, ukhuwah.or.id, indohalal.com, myquran.com, muhammadiyah.or.id, nu.or.id, dan sebagainya.
2. Menggunakan fasilitas *mailing list* dengan mengajak diskusi keagamaan atau mengirim pesan-pesan moral kepada seluruh anggotanya. Contohnya, halal-baik-enak@yahoogroup.com, pesantren@yahoogroup.com, Tafsir-Quran@yahoo.group.com, dan sebagainya.
3. Menggunakan fasilitas *chatting* yang memungkinkan untuk berinteraksi secara langsung. Jika dibandingkan dengan dua fasilitas yang telah disebutkan sebelumnya, sebenarnya fasilitas *chatting* lingkupnya lebih sempit sebab kegiatan dakwah melalui fasilitas ini hanya berlangsung pada saat pelaku dakwah sedang *on-line* di internet saja.

Menurut penulis ada metode-metode dakwah lainnya yang dapat dilakukan melalui internet, yaitu:

1. Menggunakan fasilitas *blog*. Blog ini lahir dari singkatan dari Web Log yang dipopulerkan pertama kali oleh Blogger.com dari Google. Blog dapat digunakan sebagai catatan harian yang ditayangkan seperti layaknya sebuah website. Dengan fasilitas ini seorang dai dapat mengisi blog-nya dengan berbagai informasi yang berkaitan dengan ajaran Islam dan setiap saat bisa dibaca oleh pengguna (mad'u/ mitra dakwah) (Tim Penyusun, 2010: 157).

2. Menggunakan fasilitas jejaring sosial, semisal *Facebook*, *Twitter* dan lainnya. Bagaimana sebuah dunia baru, jejaring sosial dapat membuat dai berkomunikasi dengan *mad'u* (mitra dakwah) lainnya layaknya kehidupan normal. Dai dapat berkunjung pada salah satu mitra dakwah lalu memberikan nasihat-nasihat yang bersifat publik atau yang bersifat rahasia hingga bercakap-cakap langsung melalui fasilitas *chat* (*Ibid.*, 2010: 191).

Di akhir tulisan ini ada baiknya penulis paparkan pendapat Syekh Sulthan al-Umari yang menulis di dalam makalahnya dengan judul *Istikbdam al-Internet fi ad-Da'wah* (REPUBLIKA, Jumat 3 Mei 2013, hlm. 4). Menurutnya, ada beberapa rambu penting yang harus diperhatikan dalam berdakwah di dunia maya.

Pertama, hal paling mendasar adalah meluruskan niat. Dakwah di internet akan mulus bila didasari dengan niat dan iktikad yang baik, sebaliknya bukan bertujuan untuk mengeruk materi atau larut dengan perdebatan mazhab, misalnya.

Kedua, merumusan visi dan misi berdakwah di dunia maya. Dalam konteks ini maka penting untuk memahami bahwa esensi berdakwah ialah memberikan manfaat untuk orang lain. Berdakwah adalah mengajak ke arah kebaikan dan ranah positif. Sebuah riwayat yang dinukilkan dari Abu Hurairah menyebutkan, siapa pun yang mengajak kepada hidayah kebaikan maka ia memperoleh pahala yang sama dari orang yang bersangkutan.

Ketiga, tunjukkan pada dunia keagungan nilai-nilai luhur Islam.

Keempat, pilihlah pembimbing atau pengontrol kualitas konten yang berkompeten dalam urusan syariahnya dan memiliki wawasan luas. Ini akan membantu terhindar dari kontroversi dan kontradiksi konten.

Kelima, konten selalu disesuaikan dengan kebutuhan masa kini dan kecenderungan masyarakat sekarang.

Dan terakhir, jika membuat situs dakwah tertentu maka jangan lupa melengkapinya dengan aplikasi-aplikasi unggulan, seperti forum, mengobrol langsung (*chatting*), dan fasilitas surat elektronik (*e-mail*).

D. Penutup

Dakwah adalah proses menjadikan perilaku seorang muslim untuk menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur *da'i* (subjek), *maddah* (materi), *thariqah* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Adapun tujuan diadakannya dakwah secara umum untuk memanggil manusia kembali pada syariat atau hukum-hukum agama, supaya dapat mengatur dirinya sesuai dengan ketentuan agama. Di sini agama bukan sekedar satu sistem kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik hubungan baik secara vertikal (*hablumminallah*) dan horizontal (*hablumminannas*).

Agar pesan-pesan dakwah para dai sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan, baik media visual maupun audiovisual. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet dengan fasilitas di dalamnya yaitu: *website*, *blog*, *mailing-list*, *chatting*, ataupun jejaring sosial semisal *Facebook* dan *Twitter*. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Jumlah yang banyak itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring sosial itu yang terkenal dengan sebutan media kicauan itu. Ini adalah potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah.

Secara singkat kelebihan-kelebihan internet sebagai media penyampai pesan yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

- Internet memiliki kecepatan mengirim dan memperoleh informasi sekaligus sebagai penyedia data yang *shopiscated*.
- Internet sebagai penyedia media informasi surat kabar (*electronic newspaper*), program film, TV, buku baru, serta lagu-lagu mulai dari yang bernuansa klasik sampai lagu-lagu kontemporer.
- Internet sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk *electronic mail* (e-mail). Melalui email melalui komputer yang

berbasis internet, pesan yang dikirim itu dapat diterima pada detik yang sama tanpa mengenal jarak, ruang, dan waktu.

- Internet bagi orang muda, dapat dikatakan sudah menjadi bagian budaya mereka.
- Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
- Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar’i.
- Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas.

Adapun metode dakwah yang dapat dilakukan melalui internet adalah melalui fasilitas *website*, *mailing list* dengan mengajak diskusi keagamaan atau mengirim pesan-pesan moral kepada seluruh anggotanya, menggunakan fasilitas *chatting* yang memungkinkan untuk berinteraksi secara langsung, menggunakan fasilitas *blog*, dan menggunakan fasilitas jejaring sosial, semisal *Facebook*, *Twitter* dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2004.
- _____, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- _____, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Tim Penyusum, *Menggenggam Dunia dengan Internet*, Yogyakarta: Andi Offset dan Madcoms, 2010.
- Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqih Dakwah*, penerjemah Abdus Salam Masykur, Surakarta: Era Intermedia, 2005.
- Wahidin Saputra, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Fathul Bahri an-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Dai*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, Jakarta: Amzah, 2012.
- Ya'qub, Hamzah, *Publisistik Islam; Teknik Da'wah dan Leadership*, Bandung: C.V. Diponegoro, 1981, Cet. Ke-2
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- REPUBLIKA, Jumat 15 Juli 2011.
- REPUBLIKA, Jumat 3 Mei 2013.
- www.anneahira.com/ciri-ciri-masyarakat-modern.htm