



E-ISSN: 2809-4735
P-ISSN: 2809-6932

At Tawasul

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam



Vol. 2 No. 1 Agustus 2022

<http://jurnal.iuqibogor.ac.id>

DAKWAH DIGITAL DALAM PERSPEKTIF MAD'U (AUDIENS)

Badrudin Kamil

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Bogor

Badrudinkamil@stidkibogor.ac.id

Naskah masuk:02-08-2022, direvisi: 15-08-2022, diterima: 20-08-2022, dipublikasi: 26-08-2022

ABSTRAK

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh setiap pemuka agama Islam dalam menyampaikan syariat Islam yang terkandung baik dalam al-Qur'an maupun Sunnah Nabi Muhammad saw. Dalam menyampaikan wahyu ini biasanya tidak sembarang orang yang menyampaikannya perlu keahlian dan keterampilan dalam menyampaikannya terlebih memerlukan pemahaman agama yang mendalam dalam setiap isi pesannya. Adanya peran media masa mempermudah penyampaian pesan yang dahulu secara lisan kelisan menjadi tidak terbatas jarak dan waktu. Media baru tidak hanya dilakukan untuk hal-hal yang negatif saja. Media baru bisa juga berperan sebagai media yang positif terutama dalam menyebarkan kebaikan melalui dakwah. Media yang sering digunakan di zaman modern ini adalah media sosial. Media sosial merupakan media komunikasi yang hampir semua masyarakat dunia gunakan. Media baru yang digunakan untuk berdakwah ini juga berfungsi sebagai ruang publik. Informasi yang mengandung nilai agama Islam yang dibuat oleh para da'i ini dapat ditanggapi langsung oleh para mad'u, sehingga ruang publik dapat tercipta di media baru tersebut. Media sosial yang termasuk sebagai media baru ini memberikan dampak positif dalam menyebarkan kebaikan. Dakwah yang menggunakan media baru ini memiliki peran yang cukup signifikan dalam meningkatkan motivasi mad'u. Kreativitas da'i menggunakan media baru ini menarik minat para mad'u agar mau menerapkan nilai Islam dalam kehidupannya.

Kata Kunci: Dakwah, Digital dan Mad'u

ABSTRACT

Da'wah is an activity carried out by every Muslim religious leader in conveying Islamic law contained in both the Qur'an and the Sunnah of the Prophet Muhammad. In conveying this revelation, usually not every person who equates it needs expertise and skills in conveying it, especially requiring a deep understanding of religion in each of the contents of the message. The existence of the role of the mass media facilitates the delivery of messages that used to be orally orally to be not limited by distance and time. New media is not only done for negative things. New media can also act as positive media, especially in spreading goodness through da'wah. The media that is often used in this modern era is social media. Social media is a communication medium that almost all people in the world use. This new media used for preaching also functions as a public space. Information containing Islamic religious values created by these da'i can be responded to directly by mad'u, so that public space can be created in the new media. Social media, which is included as a new media, has a positive impact in spreading goodness. Da'wah using this new media has a significant role in increasing mad'u motivation. The da'i's

37

At Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam



[Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

creativity in using this new media attracted the interest of mad'u to want to apply Islamic values in their lives.

Keywords: *Da'wah, Digital and Mad'u*

PENDAHULUAN

Dakwah pada masa Rasulullah saw masih disampaikan dari lisan kelisan. Dakwah secara terang-terangan dilakukan oleh Rasulullah saw beberapa tahun setelah kenabian. Keterbatasan dakwah tersebut tidak membuat surut keinginan para sahabat dalam mempelajari ajaran Islam. Ketika itu Nabi dan para sahabat melakukan dakwah di Darul Arqam tempat tinggal salah satu sahabat. Inilah awal mula dakwah Rasulullah saw.

Rasulullah saw ketika itu masih terbatas dalam menyampaikan dakwahnya bukan karena beliau tidak mau menyampaikan seruan Islam kepada penduduk Mekkah tapi belum ada perintah dari Allah swt. Meskipun demikian Rasulullah saw tidak pernah berkecil hati begitu juga para sahabat yang lainnya. Dengan keterbatasan tersebut Rasulullah saw tetap berdakwah.

Jika dibandingkan dengan fenomena sekarang, dakwah sudah tersebar dengan sangat cepat dan beragam cara. Media baru yang sering digunakan dalam penyebaran dakwah oleh seorang da'i adalah internet. Internet berperan penting dalam dakwah yang salah satunya untuk media komunikasi interaktif yang digunakan oleh para da'i. Kesibukan para da'i dalam menyebarkan agama ini dipermudah dengan adanya media baru.

Seorang da'i dan mad'u dapat berkomunikasi secara interaktif melalui media internet. Komunikasi interaktif ini dilakukan dengan cara seorang mad'u berbagi pengalaman maupun cerita dalam media tersebut, kemudian akan ditanggapi oleh seorang da'i yang biasanya dijawab dengan memberikan nasihat yang mengandung unsur agama dengan disertai hadist dan ayat Al-Quran.

Dakwah adalah mengajak manusia dari menyembah sesama kepada menyembah kepada Allah semata. Dakwah adalah jalan terbaik yang harus ditempuh oleh kaum muslimin yang mukmin, di manapun mereka berada. Dakwah adalah 'pekerjaan' utama, sebelum pekerjaan apapun selainnya. Maka dakwah, adalah seni mengambil hati obyek dakwah. Dengan kebaikan, bukan caci makian. Dengan cinta, bukan ungkapan kebencian. Dengan empati dan simpati, bukan penghakiman yang tak bertepi.

Dengan memanfaatkan teknologi, seorang da'i dapat mengajak para remaja untuk mengikuti ajaran agama Islam yang baik. Media baru yang digunakan dalam berdakwah juga berperan untuk mengembangkan kreativitas da'i. Misalnya, seorang da'i dapat membuat video yang unik dan kreatif untuk berdakwah. Seorang Dai yang hidup di zaman ini harus betul-betul memahami berbagai macam persoalan, seperti ekonomi umat, politik, dan lain-lain. Kita sebagai Dai jangan berbicara hal-hal yang sifatnya parsial, tidak hanya persoalan shalat saja tapi juga persoalan ekonomi, politik, dan sebagainya.

Dakwah yang diproduksi secara konvensional dikonversi ke Media Digital

Pada abad 20 di Amerika berkembang gagasan, bahwa media hanya industri satu-satunya yang dilindungi oleh Bill of Right. Harus memenuhi suatu tanggung jawab sosial. Teori tanggung jawab sosial ini, yang tersusun dari para praktisi media, aturan-aturan



media, dan karya dari *the Commission on Freedom of the Press* (Komisi Hutchin) berpegang bahwa sementara media memberikan informasi, menghibur, dan menjual (seperti dalam teori libetarian), media tersebut juga harus mengemukakan konflik ke tataran diskusi.

Teori tanggung jawab sosial berpegang bahwa setiap orang yang memiliki sesuatu yang berarti untuk dikatakan yang mestinya disediakan sebuah forum dan jika media tidak memikul tanggung jawab, seseorang harus dapat melihat yang mereka kerjakan. Berdasarkan teori ini, media dikontrol oleh opini komunitas, tindakan konsumen, etika-etika profesional, dan (dalam kasus penyiaran) instansi-instansi pembuat peraturan pemerintah karena keterbatasan teknis.

Kini sudah jelas mengetahui pernyataan yang dibuat mengenai fungsi komunikasi masa di masyarakat sejalan dengan pernyataan mengenai bagaimana fungsi media pada tingkat individu. Pada tingkat ini secara umum disebut *uses-and-gritafication-model*. *Uses-and-gritafication-model* menempatkan bahwa anggota khalayak mempunyai kebutuhan-kebutuhan atau dorongan tertentu yang dipuaskan dengan non media atau non media (digital/konvensional).

Kajian komunikasi dan media berpengaruh dengan segala cara dalam konteks ini karena jelas bahwa perkembangan teknologi yang digerakan oleh kekuatan ekonomi, meski demikian membuka kemungkinan yang tidak dapat diprediksi oleh pandangan lain. McLuhan berpendapat bahwa modernitas disebabkan oleh penemuan mesin cetak. Jauh di masa kita sekarang teknologi sudah membahana ke segala penjuru melalui ponsel pintar yang sudah digenggam oleh setiap orang. Maka pantas jika media dakwah sekarang sudah sangat berkembang dan mencakup batas digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah secara umum dapat dibagi menjadi dua: definisi menurut bahasa (lughawi) dan menurut istilah. Dari segi bahasa atau definisi menurut bahasa kata dakwah berasal dari bahasa Arab dari kata "da'wah" yang merupakan isim masdar yang berasal dari fiil (kata kerja), da'a yang artinya memanggil, mengajak atau menyeru. Sedangkan dakwah menurut istilah ada berbagai pendapat para ahli sesuai dengan disiplin ilmu yang mereka kuasai atau tergantung sudut pandang mereka dalam memberikan definisi terhadap istilah tersebut. Dari itulah maka antara definisi yang satu dengan yang lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan. Selanjutnya penulis sajikan beberapa definisi dakwah menurut para ahli sebagai berikut:

1. Drs. Hamzah Ya'qub, dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.
2. Asmuni Syukir berpendapat bahwa istilah dakwah dapat diartikan dari dua segi atau sudut pandang, yakni definisi dakwah yang bersifat pembinaan dan definisi dakwah yang berarti pengembangan. Definisi dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan akhlaq manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syariat-Nya, sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia dunia akhirat. Sedangkan definisi dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha mengajak umat manusia yang



belum beriman kepada Allah agar mentaati syari'at Islam supaya nantinya dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun akhirat.

3. Arifin M.Ed. memberikan definisi dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.
4. Toha Yahya Oemar. Dalam hal ini membagi definisi dakwah dalam dua segi yang punya signifikansi tersendiri; 1) Definisi dakwah secara umum adalah suatu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat atau pekerjaan tertentu. 2) Definisi dakwah Islamiyah adalah mengajak manusia dengan cara kebijaksanaan kepada Islam yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan, kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik benang merah inti dari dakwah adalah usaha atau ajakan seorang ahli agama (Islam) dalam menyampaikan ajaran agama Islam sesuai dengan ajaran yang diajarkan Nabi Muhammad saw tanpa adanya paksaan dan intimidasi.

- A. Peran dakwah digital. Dakwah digital berbeda dengan dakwah lainnya tapi hakikatnya tetap sama yaitu menyampaikan ajaran Islam kepada semua manusia.

Media memerankan peran yang penting bagi mad'u atau audien. Permasalahan utamanya adalah tidak setiap Da'i dan isi pesan akan tersalurkan pada media masa tersebut. Media masapun belum tentu dapat menjelaskan semua isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u atau audien jika audien sendiri tidak mampu memahami isi pesan yang terkandung dalam dakwah yang disampaikan melalui media tersebut. Sehingga dari hal tersebut dapat memicu ambiguitas atau keaburan informasi terhadap pemahaman mad'u atau audien.

Maka untuk menanggulangi masalah tersebut seorang Da'i harus mampu mengemas pesan yang hendak disampaikan kepada audien dengan pemahaman yang sempurna atau memahami seutuhnya isi materi. Sedangkan peran media di sini hanya membantu sang da'i menyalurkan pesannya secara lebih luas dan tanpa batas melalui dakwah digital yang saat ini lebih digandrungi semua orang. Alasan tersebutlah yang menjadi pokok bagi para da'i dalam menyampaikan ceramahnya.

Terlepas dari hal tersebut para pemuka agama juga harus menguasai dunia internet dengan tepat. Karena berlakunya undang-undang ITE menyebabkan tidak semua konten dapat diterima oleh pemerintah maka para pendakwah sebaiknya bijaka dalam membuat narasi kata-kata maupun konten yang tidak bertentangan dengan undang-undang tersebut.

Tantangan ajaran Islam saat ini menurut Ustaz Amir Faishol, beliau menjelaskan, ada beberapa tantangan dakwah di era globalisasi saat ini. Pertama, yaitu masih lemahnya pemahaman tentang Islam di internal kaum muslimin. Kedua, penyebaran virus pemikiran sesat oleh peradaban barat. Ketiga, adanya penerapan hukum sekuler yang bertentangan dengan hukum Allah di tengah kaum muslimin.



B. Mad'u/ audiens

Mad'u atau audien adalah seseorang yang melihat atau membaca konten dakwah yang disajikan oleh seorang da'i melalui media sosial atau internet. Oleh sebab itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan dari karakteristik seorang mad'u ini. Terlebih pemahaman keagamaan yang dimilikinya, apakah sudah menguasai atau belum, atau apakah sudah paham atau jangan-jangan masih belajar mengenai ajaran Islam. Maka konten dan mad'u harus sesuai dengan tema ceramah yang disaksikan oleh mad'u.

Berdakwah tidak hanya mementingkan isi pesan yang disampaikan saja tetapi cara untuk melakukan dakwah juga perlu diperhatikan. Kehadiran media Digital memberikan inovasi yang baru pula untuk berdakwah. Inovasi-inovasi tersebut dapat dilakukan untuk menarik minat remaja agar dapat menerapkan nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Kesuksesan dakwah bukan ada pada seberapa banyak orang yang masuk dalam dakwah yang kita lakukan. Karena itu hanyalah bonus dari Dzat yang telah memerintahkan dakwah. Kesuksesan dakwah, adalah ketika sudah menyampaikan aturan-aturan Allah, sesuai dengan cara yang Allah kehendaki itu, sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah, sahabat dan dua generasi setelahnya.

Meski begitu, jumlah dalam Islam sangatlah penting. Walaupun, memprioritaskan kualitas jauh lebih penting dibanding jumlah banyak namun tak bermutu. Inilah yang menerangkan kepada kita, bahwa pasukan Tholuth yang minoritas, bisa mengalahkan pasukan Jalut yang mayoritas. Pun, dengan Perang Badar. 313 pasukan kaum muslimin bisa mengalahkan 1000 pasukan kafir Quraisy. Karena kualitas mumpuni dari jumlah yang sedikit itulah, Allah berkehendak untuk menurunkan pasukanNya dari golongan malaikat yang dirahmati.

Dalam mengupayakan jumlah yang banyak dengan kualitas tangguh, diperlukan pemetaan objek dakwah. Agar seruan bisa dikemas sedemikian rupa sesuai dengan kondisi objek dakwah yang bersangkutan. Setidaknya, ada 3 jenis objek dakwah yang harus difahami dengan benar. Sehingga, bisa dirumuskan langkah yang tepat.

Dalam mengupayakan jumlah yang banyak dengan kualitas tangguh, diperlukan pemetaan objek dakwah. Agar seruan bisa dikemas sedemikian rupa sesuai dengan kondisi objek dakwah yang bersangkutan. Setidaknya, ada 3 jenis objek dakwah yang harus difahami dengan benar. Sehingga, bisa dirumuskan langkah yang tepat. Adapun mengenai psikologis mad'u ada beberapa hal, seperti di bawah ini:

Pertama, orang-orang pragmatis. Kalangan ini biasanya berada di kalangan pinggiran. Jika di kota, maka mereka adalah para perantauan yang belum memiliki kematangan. Baik dari segi ekonomi, keilmuan maupun politik. Kalangan ini, biasanya berpendidikan menengah ke bawah. Karena kepragmatisan mereka, maka skenario yang bisa kita jalankan adalah memenuhi apa yang mereka butuhkan.

Untuk mengambil hati kalangan ini, kita tidak butuh retorika atau aneka jenis sajian intelektual lainnya. Mereka adalah kalangan yang lebih berhajat dengan pemenuhan kebutuhan fisik. Maka, penuhilah kebutuhan sehari-harinya, upayakan kesehatan mereka dengan pengobatan gratis, upayakan sandang yang layak untuk mereka, papan yang memadai dan juga makanan sehat yang mereka hajatkan.

Inilah mengapa, mereka yang membagi-bagikan uang bisa lebih mudah diterima. Karena mereka tidak pernah berpikir dampak lima tahun mendatang. Mereka lebih tertarik



untuk memikirkan kebutuhan saat ini dan bagaimana menyikapinya. Dalam tataran ini, da'i tak boleh terjebak juga. Harus ada upaya penyadaran berkesinambungan di samping mencukupi apa yang mereka butuhkan.

Ke-Dua, kalangan intelek yang belum punya afiliasi. Jenis ini lebih moderat dibanding jenis pertama. Bisa jadi, kondisi ekonomi kedua objek dakwah ini tidaklah jauh berbeda. Yang membedakan adalah porsi otak dan orientasi hidup. Sayangnya, golongan ini seringkali mendapati kegamangan lantaran belum menemukan 'tambatan hati' yang tepat.

Kalangan ini biasanya *hanif*. Kelakuannya juga relatif santun. Oleh karena itu, mereka lebih membutuhkan pada adanya upaya-upaya yang bisa 'merayu' pemikiran mereka. Sehingga, kalangan ini sangat butuh dengan artikel, majalah, buku, video dan segala macam media yang menjelaskan tentang *fikrah* dakwah yang disebarkan. Seiring dengan berjalannya waktu, dan pendampingan bagi mereka jika suatu ketika memberikan pertanyaan, insya Allah akan memudahkan mereka memahami dan kemudian bergabung dalam gerbong dakwah.

Ke-Tiga, mereka yang berseberangan dengan dakwah. Golongan ini bisa berasal dari dua kubu. Yang nyata menentang karena beda agama atau yang berseberangan dalam banyak kasus karena berbeda *fikrah* dan cara perjuangan. Untuk kedua jenis golongan ini, pendekatan ala objek dakwah yang pertama dan kedua tidak lagi berfungsi. Karena, golongan ketiga ini relatif mandiri dan berdaya secara ekonomi.

Jikapun mereka memiliki keadaan ekonomi yang sama dengan golongan pertama, idealisme dan pemahaman yang sudah ditanamkan dalam diri mereka adalah harga mati yang tak mungkin ditawar. Pendekatan dengan pembagian media dakwah sebagaimana dilakukan terhadap golongan kedua juga tak berfungsi. Karena, golongan ini sudah memetakan segala jenis media yang harus mereka jauhi karena perbedaan *fikrah* itu. Sehingga, mereka ini sama sekali tidak tertarik dengan artikel, majalah ataupun buku tentang dakwah ini. Berdebat dengan mereka pun percuma. Karena hanya akan menimbulkan *jidat* yang meruncing dan solusi tak akan pernah ditemui. Sehingga, yang harus kita lakukan terhadap objek dakwah golongan ketiga ini adalah memberikan bukti.

Dengan pemetaan yang baik ini, insya Allah, dakwah yang kita galakkan akan menemukan muaranya secara tepat. Efektif, efisien dan berdaya gerak lebih. Penting diingat, jangan berikan majalah kepada mereka yang kelaparan. Jangan pula berikan nasi kepada mereka yang kekenyangan. Jangan sampai, mendebat orang yang memang pandai dalam teori dan retorika. Selamat menaklukkan hati objek dakwah, semoga dakwah ini bisa kita menangkan.

SIMPULAN

Mad'u adalah objek dari kegiatan dakwah, mad'u memiliki ragam jenis yang dibagi berdasarkan lingkup tertentu. Seorang da'i harus memiliki cara yang mantap agar dakwah yang dilakukan tidak sia-sia yakni pesan yang disampaikan itu sampai kepada mad'u dan membekas, sehingga mad'u mendapat asupan rohaniah yang akan mengembalikan pemikiran mereka kepada faham faham islam dan terciptanya masyarakat islami yang penuh hikmat dibawah naungan Al-Qur'an dan Hadist.



Setiap da'i harus mengetahui bahwa dalam mengajak pada kebaikan tidak selamanya akan berhasil dan dapat diterima oleh setiap orang. Seorang da'i dalam proses dakwahnya akan berhadapan dengan mad'u yang memiliki keunikan, karakter, dan kepribadiannya masing-masing yang dipengaruhi oleh faktor psikologis ataupun sosiokultural. Karena itulah ketika dakwah disampaikan, maka reaksi mad'u terhadap pesan dakwah pun berbeda beda, ada yang menerima dengan senang hati dan mengamalkannya, ada juga yang menerima namun tidak mengamalkannya dan ada yang mengingkari dakwah secara keseluruhan. Jadi seorang da'i haruslah menghadapi mad'u dengan bijak tanpa mengkedepankan emosi ataupun tidak berpegang pada hal-hal yang telah ditetapkan didalam Al-Qur'an dan Hadist, serta memahami betul tingkatan dari mad'u yang hendak kita dakwahkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Jalil, Abdul.1997. Maman, afiudin. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Jasafat. 2012. *Meniti Aktivitas Dakwah*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Rasyidah. 2009. *Ilmu Dakwah "perspektif gender"*. Banda Aceh: Bandar Publishing
- Razak, Nasaruddin. 1976. *Metodologi Dakwah*. Semarang: Toha Putra Ghazali, M. Bahri.1997. *Dakwah Komunikatif*. Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya.
- McLuhan. 1996. *Understanding media: The Exstentions of Man*, London: Routledge
- Hatley, Jhon. 2010. *Communication, Cultural, and Media Studies*. Yogyakarta: Jalasutra

