

DAKWAH DI ERA CYBERCULTURE: PELUANG DAN TANTANGAN

Ishanan

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Mataram

Email:

Abstract

The development has happened yang outstanding in the field of communication technology. These developments certainly influence on Da'wah. In the context of the current Da'wah should have already started to greet the audiences through the media-media-art, among them with what is known by the term "new media", which is marked by the birth of the internet, virtual reality, or a Cyber community, as a direct result of the development of telematics technology. Therefore, in this paper the author would like to see: How the culture takes place in the era of Cyberculture? Calling others what can be done in the era of Cyberculture? Like what is challenging da'wah in the era of Cyberculture.? At first, the virtual community is a human fantasy about another world that is ahead of the world today. The fantasy is a hyperreality man about the value, imagery, and the meaning of human life as the emblem of the liberation of man against the powers of matter and the universe. But when human technology is able to reveal the mystery of that knowledge, then any man capable of creating spaces of new life for human beings in the world of hiperreality. In this context, then the perpetrators prosecuted for preaching not only adept at above the pulpit, but must also be proficient as a da'i provider. The advent of advanced technologies that offer convenience to society in the era of Cyberculture to preach. Therefore, the current required to its grads to use Media as a means of propagation are tailored to the characteristics of the information society.

Key words: *Dawah, Cyberculture, Opportunities and Challenges.*

Abstrak

Telah terjadi perkembangan yang luar biasa dalam bidang teknologi komunikasi. Perkembangan tersebut tentu berpengaruh terhadap dakwah. Dalam konteks saat ini seharusnya dakwah sudah mulai menyapa para khalayak melalui media-media mutakhir, di antaranya dengan apa yang dikenal dengan istilah “new media”, yang ditandai dengan lahirnya internet, virtual reality, realitas maya, atau *cybercommunity*, sebagai akibat langsung dari perkembangan teknologi telematika. Oleh karenanya, dalam tulisan ini penulis ingin melihat: Bagaimana kebudayaan berlangsung di era *cyberculture*? Dakwah apa yang bisa dilakukan di era *cyberculture*? Seperti apa tantangan dakwah di era *cyberculture*.? Pada awalnya, masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah hiperrealitas manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia sebagai lambang dari pembebasan manusia terhadap kekuasaan materi dan alam semesta. Namun ketika teknologi manusia mampu mengungkapkan misteri pengetahuan itu, maka manusia pun mampu menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam dunia hiperrealitas tadi. Pada konteks ini kemudian para pelaku dakwah dituntut untuk tidak hanya mahir di atas mimbar, tetapi harus mahir juga sebagai da’I provider. Munculnya teknologi-teknologi mutakhir yang menawarkan kemudahan kepada masyarakat dalam era *cyberculture* untuk berdakwah. Oleh karenanya da’I saat ini dituntut untuk untuk menggunakan Media sebagai sarana dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat informasi.

Kata kunci: *Dakwah, Cyberculture, Peluang dan Tantangan.*

A. Pendahuluan

Dewasa ini, bisa dikatakan bahwa dakwah sedang mengalami signifikansi¹, baik dalam skala sebagai sebuah aktivitas ataupun ilmu.² Salah satu penyebabnya adalah, terjadinya

¹Yang dimaksud dengan signifikansi dalam hal ini adalah, perkembangan dakwah, baik sebagai ilmu ataupun aktifitas. Dakwah tidak lagi hanya dilihat sebagai sebuah fenomena, melainkan fenomena itu ditarik ke ranah ilmu pengetahuan kemudian disistematisir, sehingga mampu menghasilkan keilmuan dan beberapa kajian tentang dakwah itu sendiri.

²Dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, Muh. Ali Aziz, menyimpulkan beberapa definisi beberapa ahli yang tidak kurang dari 38 definisi tentang dakwah, yang mana dalam definisi-definisi tersebut menyertakan “usaha mengajak” dan kata ‘proses’ sebagai kata kunci dari definisi yang dibuat. Hal ini menurut Ali Aziz, menunjukkan pengertian dakwah sebagai sebuah aktivitas. Ini menyiratkan bahwasanya, dakwah sebagai sebuah aktivitas adalah, usaha untuk mengajak manusia kepada kebaikan. Dalam buku yang sama, Ali Aziz juga menjelaskan secara gamblang bagaimana perbedaan dakwah sebagai kegiatan dan dakwah sebagai proses. Dakwah sebagai kegiatan cenderung mengarah pada pelaksanaannya. Sedangkan dakwah sebagai sebuah proses lebih memntingkan hasil maksimal atau hasil akhir. Lihat, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (ed.) Revisi Cet. ke-3, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), 19. Sedangkan Dakwah sebagai Ilmu, dalam bukunya, *Ilmu Dakwah*, Samsul Munir Amin mengutip pendapat Toha Yahya Umar, bahwa Ilmu Dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi tentang cara-cara, dan tuntutan, bagaimana menarik perhatian untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat, dan pekerjaan tertentu. Lebih jelasnya silahkan baca bukunya, Samsul

perkembangan yang luar biasa dalam bidang teknologi komunikasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap dakwah di satu sisi bisa sebagai media dakwah, tetapi di sisi lain juga bisa menjadi sebuah *trendsetter* (penentu) keberhasilan dakwah.³

Mengingat begitu potensialnya peran media (teknologi) bagi dakwah, maka sebagai salah satu misi Islam (agama misi)⁴, sudah seharusnya dakwah mulai menyapa para khalayak melalui media-media mutakhir, di antaranya dengan apa yang dikenal dengan istilah “*new media*”, yang ditandai dengan lahirnya internet, *virtual reality*, realitas maya, atau *cybercommunity*, sebagai akibat langsung dari perkembangan teknologi telematika.⁵ Hal ini

Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Cet. Ke-2, (Jakarta: AMZAH, 2013), 28.

³Yudi Latif, *Media Massa Dan Pemiskinan Imajinasi Sosial* dalam Idi Subandi Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra 2011), 86.

⁴Jika di rujuk dalam beberapa ayat al-Qur'an, misalnya dalam (Q.S 16:125) dan (Q.S, 41:33) memperkuat bahwa Islam adalah agama “misi”, yaitu agama yang harus disampaikan kepada manusia. Lihat, Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 138.

⁵Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cet. Ke-6, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 296.

kemudian menuntut para pelaku dakwah untuk tidak puas hanya bisa berceramah di atas mimbar semata, melainkan harus familiar dengan perkembangan teknologi dan mampu memanfaatkan teknologi tersebut. Pada akhirnya, adagium yang mengatakan: “*Siapa yang menguasai teknologi (informasi), dia yang mampu menggenggam dunia*”, mamputerrealisasi demi kepentingan dakwah Islam.⁶ Intinya, para pelaku dakwah diharapkan mampu memunculkan terminologi *cyber*, yakni dakwah yang berorientasi pada aktifitas dakwah di dunia maya.⁷

Saat ini (termasuk Indonesia)⁸, sudah banyak ditemukan berbagai

macam program dakwah maupun konsultasikeislamanyangditawarkan melalui internet (*cyberspace*). Tetapi, jika dilakukan selayang pandang, konten-konten Islami tersebut lebih berorientasi pada perubahan materi dari format analog menjadi format digital, yang terkesan “ganti kemasan”. Untuk itu perlu dilakukan sebuah kritik konstruktif, agar materi dakwah tidak hanya terkesan digitalisasi semata, tetapi di geser ke dalam bentuk konvergensi, dikemas ke dalam penggabungan berbagai macam media dan teknologi, sehingga dakwah mampu bersaing dan bersanding dengan informasi lainnya.⁹ Oleh karenanya, dakwah harus mengubah pola strategi komunikasinya, yang konvensional menjadi pola komunikasi yang

⁶Irzum Farihah, Jurnal At-Tabsyir Komunikasi Penyiaran Islam, “Media Dakwah POP”, Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2013. Lihat, Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, “Sarjana Komunikasi Hadapi Banyak Tantangan”, No. 1/Juli 1998, h.101.

⁷Popularitas *cyber* sesungguhnya sudah mulai muncul sekitar akhir tahun 1990-an, yakni ketika jaringan komputer sudah mampu menyimpan dan mengirim data dalam jumlah besar dengan *highest acceleration* (kecepatan yang sangat tinggi). Dan terbentuknya wujud teknologi mutakhir ini tentu tak bisa dipisahkan dari ditemukannya internet dan dan satelit. Prihananto, Jurnal Ilmu Dakwah, “Internet Sebagai Media Dakwah Alternatif Pada Masyarakat Informasi”, Vol. 4, No.2, Oktober 2001.

⁸Lompatan besar bidang komunikasi Indonesia, menurut Teddy Kharsadi (Ketua ISKI) adalah ketika hadir produk teknologi

komunikasi, tepatnya setelah peluncuran Satelit Komunikasi Sistem Domestik Palapa A pada tanggal 17 Agustus 1976. Kehadiran ini didorong pertimbangan politik serta ekonomi dan bisnis, seiring kebijakan *open door policy* yang dijalankan pemerintah pada waktu itu. Lihat, Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, *Komunikasi Dan Demokrasi*, No. 1. Juli. 1998.

⁹Konvergensi media yaitu penyatuan atau penggabungan berbagai media massa dan teknologi informasi ke dalam satu paket perangkat gadget yang makin memudahkan pemiliknaya untuk mengakses berbagai macam informasi dan tayangan. Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2014), 88.

dibutuhkan dan sesuai dengan karakteristik masyarakat informasi. Terlebih lagi, kehidupan dalam ruang maya menjanjikan masa depan yang cukup cerah, terlepas dari dampaknya. Ketika ruang-ruang kehidupan nyata mulai menyempit dengan asap-asap kendaraan, dengan bangunan-bangunan yang tinggi, dengan sampah-sampah teknologi, ruang maya justru dapat menafikan semua itu sebanyak mungkin yakni dengan menawarkan sifat utamanya, efisiensi ruang dan waktu.¹⁰ Bisa jadi, jika dakwah tidak mengikuti selera dan irama perkembangan dan tuntutan teknologi komunikasi, suatu saat nanti dakwah akan ditinggalkan oleh pendengarnya.¹¹ Dalam konteks ini mau tidak mau, para pelaku dakwah setidaknya harus siap mengemban dua tugas sekaligus, sebagai da'i "mimbar" sekaligus da'i "provider".

B. Kebudayaan Masyarakat Maya

Pada awalnya, masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah *hiper-realitas* manusia tentang nilai, citra, dan

makna kehidupan manusia sebagai lambang dari pembebasan manusia terhadap kekuasaan materi dan alam semesta.¹² Namun ketika teknologi manusia mampu mengungkapkan misteri pengetahuan itu, maka manusia pun mampu menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam dunia hiper-realitas tadi.¹³

Adanya fenomena dunia maya kemudian melahirkan sebuah masyarakat baru yang disebut *cyber space community* (masyarakat maya) atau *internet community* (masyarakat internet).¹⁴ Warga masyarakat baru tersebut bebas melakukan diskusi dan tukar menukar informasi secara interaktif melalui media sosial. Oleh karena itu internet dinamakan media interaktif karena setiap orang bisa mengakses (mengunduh) pesan melalui internet tanpa hambatan

¹²Lihat, Andi Faisal Bkti, Veni Eka Meidasari, Jurnal Komunikasi Islam, "Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam", Vol. 02, No. 1, Juni 2012.

¹³M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 164.

¹⁴Istilah dunia maya adalah sebuah metaforis yang pada dasarnya menggambarkan berbagai macam bentuk komunikasi elektronik yang biasanya digunakan dalam dunia internet. Lihat, Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 93.

¹⁰Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi...*, 187.

¹¹Prihananto, Jurnal Ilmu Dakwah, *Internet Sebagai...*, 4.

dan tanpa mengenal batas negara.¹⁵ Proses tukar menukar informasi inipun pada akhirnya mampu melahirkan budaya baru yang syarat dengan muatan teknologi. Mengutip pendapat Pilliang, bahwa perkembangan teknologi *cyberspace* telah mampu melahirkan berbagai macam perubahan yang ditandai setidaknya dengan tiga tingkat pengaruh.¹⁶

1. Di tingkat individual (*personal*)
2. Di tingkat antar individual (*inter-personal*)
3. Di tingkat masyarakat (*social*)

Pertama, pada tingkat individu, *cyberspace* telah menciptakan perubahan mendasar terhadap pemahaman kita tentang identitas. Setiap individu dalam dunia virtual dapat membelah pribadinya menjadi pribadi yang tak terhingga banyaknya, sehingga terjadi permainan identitas, identitas baru, identitas palsu, identitas ganda, yang bisa saja sama atau berbeda dengan identitas sosial di dunia nyata. Misalnya dengan cara memasang foto orang lain atau foto dirinya yang sudah diedit, maka dengan mudah orang yang bersangkutan membangun konstruksi baru tentang

dirinya yang pada dasarnya berbeda dengan kehidupan di dunia nyata.

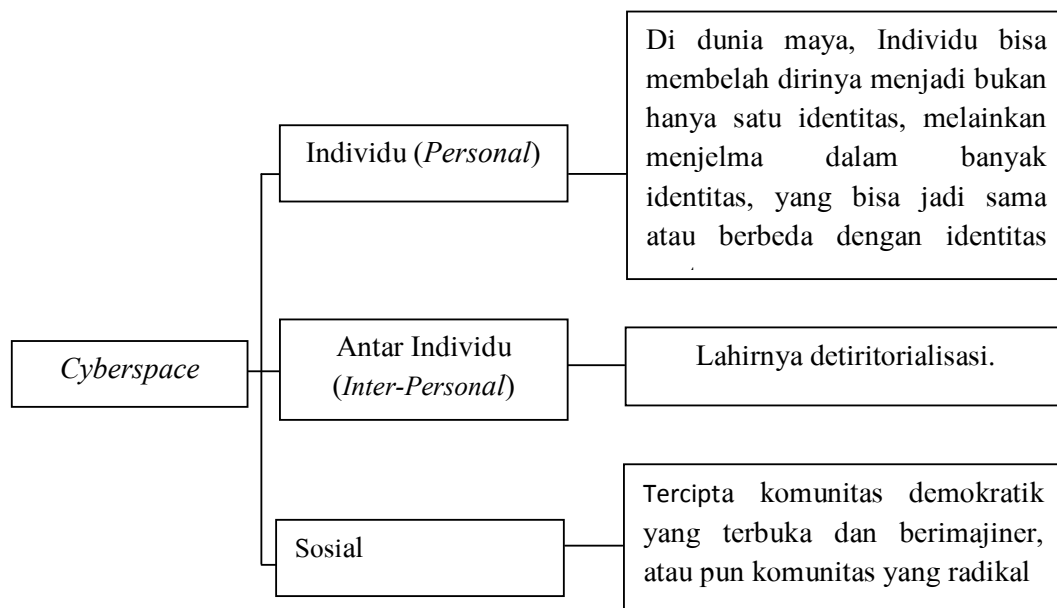
Kedua, pada tingkat interaksi sosial, kehadiran *cyberspace* telah melahirkan semacam deterisialisasi sosial, artinya interaksi sosial tidak dilakukan di dalam suatu ruang teritorial yang nyata, tetapi di dalam suatu halusinasi teritorial.¹⁷

Ketiga, pada tingkat komunitas, kehadiran *cyberspace* dapat mencitakan satu model komunitas demokratik dan terbuka yang disebut oleh Rheingold seperti dikutip Rahma Sugihartati (2014: 96) dengan istilah "komunitas imajiner" (*imaginary community*). Di sisi lain, di dunia maya juga tidak terhindarkan munculnya semacam demokrasi radikal, yang di dalamnya, ide, gagasan, ekspresi, hasrat, tuntutan, kritik, usulan, dan segala bentuk tindakan sosial yang datang dari masyarakat sipil tidak ada yang mengatur, mengontrol dan memberi penilaian. Berikut Skema Tingkat Pengaruh *Cyberspace*:

¹⁵*Ibid.*,

¹⁶Yasraf Amir Pilliang, *Dunia Yang Berlari, Mencari Tuhan-Tuhan Digital*, (Jakarta: Grasindo: 2004), 65.

¹⁷Seseorang bisa saja sangat intim dengan orang lain di dunia maya yang ada di belahan dunia lain tanpa pernah sekalipun bertemu, ketimbang saudara kandung atau tetangganya sendiri. Dan bukan hal baru lagi bahwa di antara sesama anggota komunitas *cyberspace*, memiliki hubungan yang akrab, seperti saling curhat atau berbagi persoalan lainnya, meskipun satu dengan yang lain tidak pernah bertemu. Lihat, Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat...*, 96.



Dalam masyarakat maya, kebudayaan yang dikembangkan adalah budaya-budaya pencitraan dan makna yang setiap saat dipertukarkan dalam ruang interaksi simbolis. Budaya ini dikreator dan diimajiner oleh orang yang setiap saat mencurahkan pemikiran mereka dalam tiga hal secara terpisah, yakni;¹⁸

1. Kelompok yang senantiasa bekerja untuk menciptakan mesin-mesin teknologi informasi yang lebih canggih dan realistis.
2. Kelompok yang setiap saat menggunakan mesin-mesin itu untuk menciptakan karya-karya imajinasi yang

menakjubkan dalam dunia hiper-realitas.

3. Masyarakat pada umumnya yang setiap hari menggunakan mesin-mesin dan karya imajinasi itu sebagai bagian dari kehidupannya.

Sesuatu yang menjadi ciri khas dari kebudayaan maya ini adalah, sifatnya yang sangat menggantungkan diri pada media. Bahwa kebudayaan itu secara nyata juga ada dalam media informatika. Beberapa di antaranya telah ditransformasikan ke dalam kognitif manusia, inilah sebenarnya *space* dunia maya, yaitu dunia media dan dunia kognitif manusia. Hubungan dari dua *space* ini telah melahirkan dunia yang baru bagi masyarakat manusia yang tak bisa dihitung lagi

¹⁸M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi...*, 170.

seberapa besar ruang itu, tergantung kepada kemampuan manusia membuka misteri pengetahuan itu.¹⁹

C. Berdakwah dalam Konteks *Cyberculture*: Apa yang dapat dilakukan?

Dalam era globalisasi²⁰ seperti ini, sebenarnya masyarakat sudah dimanjakan dengan adanya semacam sumber melimpah yang bisa dijadikan sebagai alat dalam menyampaikan dakwah yang mencakup berbagai macam dimensi, yang salah satunya adalah internet²¹

¹⁹*Ibid.*, 172.

²⁰Globalisasi adalah dua kata yang terbentuk dari kata era dan globalisasi. Era berarti masa, dan globalisasi berarti suatu proses menggelobal, proses membulat, proses mendunia. Tidak jarang era globalisasi disebut juga dengan Era Mondialisasi yang juga semakna dengan adanya suatu proses yang mendunia pada zaman itu, baik itu dalam bidang politik, social, ekonomi, agama, dan terutama pada bidang-bidang teknologi. Disadur dari Jurnal Pelita Zaman dalam “*Era Globalisasi*”. Lihat <http://alkitab.sabda.org/resource>.

²¹Internet adalah sebuah sistem jaringan dari jaringan komputer yang terhubung di seluruh dunia, dan dapat disebut sebagai kolaborasi teknis antara komputer, telepon dan televisi. Arti penting dari penggunaan internet sebagai bagian pokok dari revolusi informasi, adalah kemampuan manusia menghemat waktu dan menundukkan ruang. Lihat Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer...*, 92.

itu sendiri.²² Sehingga manusiapun mampu berkomunikasi, berdialog, atau bertukar informasi dengan dunia lain melalui jendela komputer dan sejenisnya dari rumah, kantor kampus ataupun tempat-tempat yang memungkinkan adanya akses internet sehingga mampu menjalin sebuah komunikasi interaktif dalam sebuah ruang yang dinamakan *cyberspace*.²³

Berbicara masalah globalisasi, sesungguhnya erat kaitannya dengan lahirnya masyarakat baru, yaitu masyarakat informasi. Dalam bukunya, “*Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*”, Anwar Arifin mengatakan bahwasanya unsur penting dari keberadaan masyarakat informasi adalah adanya suatu pemerosesan data yang memiliki pengaruh besar terutama dalam komunikasi antar manusia. Yang mana kemudian meliputi beberapa hal penting diantaranya: a)Pengumpulan informasi, b) Penyimpanan informasi, c) Pengolahan informasi, d) Penyebaran

²²Kata Pengantar Abdurrahman Mas’ud, dalam Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH, 2008), xii.

²³Lihat, Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH, 2008), 161.

informasi, e) dan Umpan balik informasi.²⁴

Dalam konteks perubahan arus informasi dan komunikasi saat ini, rasanya ada yang perlu diubah dari konsep dakwah yang hanya dipahami secara umum selama ini. Sikap yang mempertahankan metode lama dan menolak mengadopsi hal-hal baru yang berkaitan dengan teknologi komunikasi harus segera ditepis. Sudah saatnya dipikirkan bagaimana seharusnya dakwah itu mampu bersaing dan bersanding memperebutkan audience dalam zona bebas waktu dan ruang untuk mengakses informasi.²⁵

Aplikasi metode dakwah tidak cukup jika hanya mengandalkan metode tradisional, melainkan perlu diterapkan penggunaan metode dengan situasi dan kondisi zaman.²⁶ Karena dunia *cyber* ini adalah dunia yang tidak bisa lepas dari internet maka, untuk melakukan aktivitas dakwah, juga harus menggunakan media-media komunikasi yang bersifat *cyber*. Seperti dengan menggunakan fasilitas *facebook*, *email*, *twitter*, *youtube*, ataupun

dengan mengkombinasikan (*combine*) media-media tersebut sehingga dakwah bukan hanya terkesan berisi ajaran agama, tetapi penyampaianya juga dikemas dalam bentuk yang menarik.

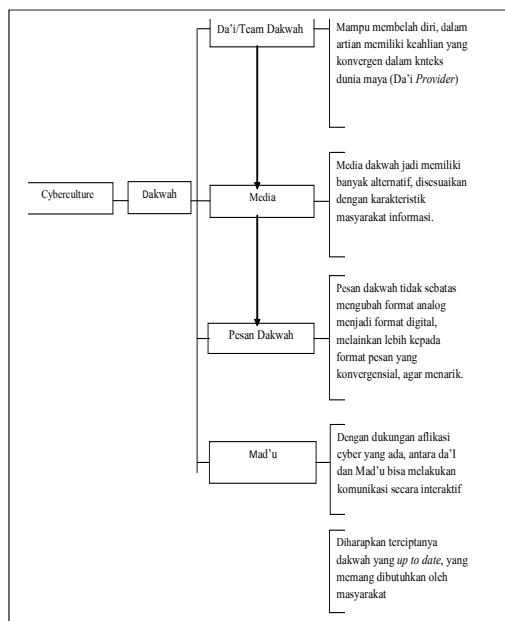
Terlebih lagi dewasa ini telah muncul istilah “konvergensi media”, yang memungkinkan terjadinya penggabungan media telekomunikasi konvensional dengan internet. Kehadirannya bukan saja mampu memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan yang makin terbuka kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera dan kebutuhannya. Dengan adanya internet, masyarakat yang memiliki laptop, iPad, atau perangkat *gadget* yang lain, akan dengan mudah dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Di berbagai Negara misalnya, yang namanya jurnalisme *online* kini sudah bukan lagi hal baru.²⁷ Coba kita bayangkan, jika seandainya dakwah bisa dikemas dan dimodifikasi seperti itu, sehingga dakwah pun muncul dengan wajah baru yang sifatnya “*Dakwah Up to date*”. Berikut Skema Peta Dakwah yang bias dilakukan dalam konteks *Cyberculture*:

²⁴Ibid., 92.

²⁵Prihananto, Jurnal Ilmu Dakwah, *Internet Sebagai...*, 2.

²⁶Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran...*, 27.

²⁷Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat...*, 93.



D. Tantangan Dakwah di era *Cyberculture*

Hadirnya berbagai macam teknologi mutakhir bak pisau dengan dua sisi. Di satu sisi memberikan manfaat luar biasa, di sisi lain terkadang mendatangkan mudarat yang juga besar. Taruhlah sebuah contoh, dengan hadirnya berbagai merk handphone terbaru dengan berrbagai fitur canggihnya, orang tak perlu lagi capek-capek pergi ke Kantor Post untuk sekedar mengirim surat. Cukup ketik di *new message* pada *handphone*, kemudian tekan *sent*. Maka dengan spontan pesan akan terkirim, asalkan didukung pulsa dan tersedianya jaringan. Apalagi dengan adanya fitur lain semisal aplikasi layanan akses internet, kamera, video dan lainnya, orang kemudian terperangkap dalam “keasyikan” yang berlarut-larut. Tanpa disadari, muncul sifat konsumtif yang mengarah

pada keinginan untuk membeli dan memiliki barangberbagai *brand*, termasuk pada alat-alat teknologi komunikasi & informasi lainnya.

Padahal secara tidak sadar, bagi kekuatan Kapitalis dan Industri Budaya di bidang Teknologi Informasi, masyarakat yang terus menerus berada dalam kecanduan perangkat komunikasi, akan dilihat sebagai “ladang basah” yang bisa memanen seribu keuntungan bagi mereka. Mindset masyarakat pun dikonstruksi sedemikian rupa untuk terus bergantung pada teknologi-teknologitersebut, melaluipenayangn iklan, posting, film, sinetron, acara-acara televisi dan lain sebagainya. Dampaknya pun beragam, mulai dalam bentuk sosial’ ekonomi, psikologis dan lainnya, bahkan dampak radiasi yang ditimbulkan pun tak pernah kita sadari jika digunakan secara berlebihan.²⁸

Munculnya konvergensi media dalam banyak hal juga mengubah hubungan antara, teknologi, industri, pasar, dan gaya hidup, pada khalayak. Akhirnya, konvergensi media telah menguba cara kita hidup dan bekerja, mengubah persepsi, keyakinan, dan lembaga yang ada di masyarakat. Barangkali ungkapan Yasraf A. Pilliang seperti dikutip oleh Zaprul Khan mampu menjadi semacam gambaran mengenai

²⁸Coba bandingkan dengan Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat...*, 93.

konsekuensi perkembangan teknologi.²⁹

“Era abad ke-21 memang memberikan segalanya yang melampaui mimpi-mimpi setiap manusia, tapi malah menimbulkan fenomenaparadoks: sebuah realitas kehidupan yang begitu sarat hiburan begitu miskin kedalaman, begitu sarat kegairahan begitu miskin pencerahan, begitu sarat informasi begitu miskin kontemplasi, begitu sarat ekstasi begitu miskin sosialisasi, begitu kaya perlengkapan, begitu miskin pemaknaan, dan begitu banyak kesenangan begitu miskin kedamaian”.

Titik kulminasinya kemudian, menjadi masyarakat *postspiritualis*, yaitu kondisi bercampuraduknya nilai-nilai spiritual dengan nilai-nilai materialisme, bersekutunya yang dunia dengan yang ilahiyah, bersimpangsiurnya yang transenden dan imanen, bertumpang-tindihnya hasrat yang rendah dengan kesucian, sehingga perbedaan antara keduanya menjadi kabur. Karenanya, untuk mengembalikan manusia kontemporer pada dunia kedalaman spiritual, kompas moral, kehalusan hati nurani dan ketajaman hati di tengah belantara citraan semu, bujuk rayu, dan kepalsuan masyarakat consumer, sebuah ruang

bagi pengasahan spiritual harus dibangun kembali dari puing-puing dan reruntuhnya. Pada titik inilah barangkali mitos harus dikisahkan, pepatah harus didengungkan, dan petiti tentang nilai-nilai moral-spiritualitas harus disampaikan kembali, meskipun dengan media dan ungkapan-ungkapan yang berbeda.³⁰

Upaya dan usaha ini tentu bukan semudah membalik telapak tangan. Lagi-lagi dalam hal ini, aktivitas dakwah harus berjalan, beriringan, dan mampu bekerja sama dengan institusi-institusi lain, bukan dengan sendiri-sendiri, apalagi seorang diri. Maka, aktivitas dakwah mau tidak mau harus dilakukan dengan cara ber “*mimikri*” layaknya Bunglon yang senantiasa bisa beradaptasi dengan tempat ia berada, ataupun layaknya semut yang senantiasa bekerjasama dalam menjalankan kehidupannya. Untuk itu perlu dilakukan sebuah pemahaman bahwasanya dakwah bukan hanya sebuah “misi penyelamatan” yang dapat dilihat dari satu sisi pengamalan dan pelaksanaan semata. Ia harus dipahami sebagai sebuah “desain besar”, yakni melihat dakwah dari berbagai aspek secara holistik dan tidak parsial. Jika ini bisa dilaksanakan dan diwujudkan, rasanya pada konteks itulah gelar “Khaira Ummah” layak dilekatkan pada pundak kita.

²⁹Zaprul Khan, *Filsafat Umum Sebuah Pendekatan Tematik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 162.

³⁰*Ibid.*, 166.

No	Bentuk Tantangan/ Konsekuensi	Sikap Dakwah
1	Ekonomi: Munculnya gaya hidup konsumtif dll.	Materi dakwah harus lebih banyak dititik beratkan pada penyampaian pesan-pesan tentang bahaya sifat boros, rakus, suka poya-poya. Nah ini bisa didukung dengan kisah-kisah umat terdahulu yang menjadi terhina karena memiliki sifat yang serupa.
2	Sosial: Munculnya budaya “cuek”, di mana orang mulai memanusiakan benda dan membendaikan manusia.	Dakwah paling tidak memberikan pandangan, bahwa teknologi-teknologi yang ada bukanlah benda yang mengganti-peran manusia (makhluk sosial) seutuhnya, melainkan sekedar sarana yang sifatnya mempermudah kerja manusia bukan memperkerjakan manusia itu sendiri.

3	Psikis: Orang-orang yang tidak mampu membeli alat-alat yang menjadi tren gaya hidup tersebut (terutama remaja), akan merasa teralienasi dari dunianya sendiri karena merasa tak dianggap	Dakwah harus mampu menempatkan dirinya sebagai psikoterapi bagi masyarakat yang teralienasi ini, misalnya dengan mengalihkan mereka pada kegiatan-kegiatan/kesibukan-kesibukan lain yang lebih bermanfaat, misalnya membuat perkumpulan kerajinan tangan dll.
4	Pisik: Penggunaan alat-alat tersebut secara berlebihan bisa menimbulkan gangguan bagi kesehatan akibat radiasi.	Para pelaku Dakwah harus bekerjasama dengan instansi lain seperti instansi kesehatan dan sebagainya, guna memberikan peringatan akan bahanya penggunaan teknologi secara berlebihan.

E. Penutup

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik sebuah konklusi bahwasanya masyarakat maya dengan beragam kultur yang mengitarinya juga banyak memberikan peluang bagi pengemban dan pengembangan dakwah. Dengan munculnya berbagai macam teknologi yang menjadi ciri masyarakat maya, aktivitas dakwah jadi punya banyak pilihan untuk disampaikan sesuai dengan karakteristik masyarakat. Pada konteks ini kemudian para pelaku dakwah dituntut untuk tidak hanya mahir di atas mimbar, tetapi harus mahir juga sebagai da'I provider. Munculnya teknologi-teknologi mutakhir yang menawarkan kemudahan kepada masyarakat dalam era *cyberculture* pun bukan tanpa konsekuensi.

Dampak di bidang ekonomi, gaya hidup, psikologi agama dan lainnya, tanpa disadari telah dikonstruksi oleh para kapitalis agar masyarakat selalu bergantung kepada teknologi-teknologi tersebut. Sehingga kitapun sedikit demi sedikit mulai memanusiakan benda, dan membendakan manusia. Karenanya, untuk mengembalikan manusia kontemporer pada dunia kedalaman spiritual, pengasahan spiritual harus dibangun kembali dari puing-puing dan reruntuhannya. Pada titik inilah barangkali dongeng dan sejarah harus dikisahkan, pepatah harus didengungkan, dan teks-teks suci yang sarat dengan pesan moral perlu disebar, meskipun dengan media dan ungkapan-ungkapan yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Aripudin, Acep, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013)
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah* (ed.) Revisi Cet. ke-III, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012)
- Burhan, M., Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Jurnal At-Tabsyir Komunikasi Penyiaran Islam, "Media DakwahPOP", (Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2013)
- Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, "Komunikasi Dan Demokrasi", (No. 1. Juli 1998)
- Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, "SarjanaKomunikasi Hadapi Banyak Tantangan", (No. 1/Juli 1998)
- Jurnal Ilmu Dakwah, "Internet Sebagai Media Dakwah Alternatif Pada Masyarakat Informasi", (Vol. 4, No.2, Oktober 2001)
- Jurnal Komunikasi Islam, "Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam", (Vol. 02. No 1, Juni 2012)
- Munir, Samsul, Amin, *Ilmu Dakwah* Cet. Ke-2 (Jakarta: AMZAH, 2013)
- Munir, Samsul, Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH, 2008)
- Sugihartati, Rahma, *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014)