

Strategi Penyiaran Dakwah Islam Berbasis Media Penyiaran Digital

^{a,1,*}, Ryan Wahyudi, Ramsiah Tasruddin²

¹² Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, BTN Pole Lembang Residence, Majene and 91412, Indonesia

ryanwah408@gmail.com¹; ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id²

*corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords

Business Communication,
Character Building,
Entrepreneurship

In the current digital era, technological advancements are progressing rapidly and offer significant opportunities for preachers to disseminate their messages. The purpose of this article is to analyze strategies for delivering Islamic da'wah through digital media. These strategies include first, da'wah through graphic design; second, da'wah through websites; and third, da'wah through podcasts. Additionally, this article addresses the opportunities and challenges of da'wah in the digital age, including political factors, emotional support, spiritual intelligence, and the importance of mental health from a religious perspective. The research method employed in this article is library research. This work aims to assist preachers in continuously innovating their methods of communication, ensuring they remain relevant in an increasingly sophisticated modern world.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan perubahan yang sangat besar dari berbagai bidang, seperti teknologi dan ilmu pengetahuan, sosial dan budaya, pendidikan, ekonomi dan segala aspek lainnya yang mengalami perubahan yang sangat signifikan. Perkembangan teknologi ini hampir seluruh masyarakat global merasakan dampaknya, sebab prinsip dari teknologi adalah dapat menjangkau lebih luas. Kehadiran teknologi memberikan perubahan besar terhadap wilayah-wilayah yang dijangkaunya, seolah-olah tidak ada lagi sudut dunia terpencil, akhirnya muncul istilah *global village* yang merupakan dampak dari perkembangan teknologi itu sendiri (7). Dengan kemajuan teknologi, manusia seakan tidak lagi terpisah, dan jarak antar wilayah menjadi semakin pendek. Internet, sebagai tren utama dalam teknologi komunikasi, berperan besar dalam perubahan ini. Kemunculan internet, yang dapat diakses melalui perangkat genggam setiap individu, membuat kehidupan terasa lebih mudah dan terhubung (15).

Perubahan ini juga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk cara menyebarkan pesan keagamaan Dakwah, sebagai kegiatan penyampaian pesan Islam, tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau pertemuan tatap muka. Kini, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai *platform* digital seperti media sosial, blog, podcast, dan video *streaming*.

Penggunaan media digital dalam dakwah memungkinkan pesan Islam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, tanpa terhalang oleh batasan geografis. Selain itu, dakwah digital juga menawarkan kemudahan akses informasi bagi umat Islam yang ingin memperdalam pemahaman agama kapan saja dan di mana saja (9).

Era saat ini kegiatan dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam, tidak terbatas lagi melalui media mimbar di masjid atau pertemuan tatap muka antara da'i dengan mad'u, saat ini dakwah sudah dapat dilakukan melalui berbagai *platform* digital seperti media sosial, blog, podcast, dan live streaming.

Era digital saat ini telah mengubah cara berinteraksi dan akses informasi begitu juga penyampaian pesan dakwah. Sekarang model dakwah adalah dakwah digital yaitu model penyampaian ajaran Islam melalui media yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja karena adanya internet (10). Salah satu strategi agar penyampaian dakwah tetap eksis adalah berdakwah melalui digital yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja selama jangkauan internet mendukung.

Praktek model dakwah seperti ini dimaksudkan agar dakwah dapat menarik, efektif, dan efisien sehingga mad'u dapat terus menerus praktek dakwah tersebut. Penyampaian pesan dakwah dalam skala yang lebih luas dan tidak terbatas dapat dilakukan melalui internet sebagai medianya. Berbagai informasi mengalir dengan cepat dan jangkauan yang melampaui batas ruang dan waktu menjadikan internet sebagai media dakwah yang efektif dan efisien (3).



Penyebaran dakwah di media digital berbasis internet menunjukkan proses kebudayaan yang luas, yang mencakup ruang partisipasi dakwah yang terbuka. Sekarang khalayak sebagai mad'u tidak hanya sebagai objek untuk mengkonsumsi pesan dakwah. Akan tetapi mad'u juga berperan sebagai subyek dalam memproduksi pesan keagamaan (6). Oleh karena itu, era saat ini pemahaman dan pengetahuan mad'u sebagai objek dan subyek dakwah dianggap penting dalam penyampaian pesan dakwah berbasis media digital. Perkembangan dakwah digital dari dakwah konvensional ke new media sebagai bentuk kemajuan teknologi. Dakwah dan teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah dan meningkatkan efisiensi baik dari segi proses, biaya, dan waktu (5).

Penelitian ini bertujuan untuk upaya memahami strategi penyiaran dakwah Islam berbasis media penyiaran digital. Dengan demikian tulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kontribusi yang mendalam untuk para da'i-da'i di media sosial.

2. KERANGKA TEORITIS

Strategi diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu menjadi suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, dan komprehensif, serta terpadu (16). Jadi strategi merupakan rencana awal sebelum melakukan sesuatu agar rencana tersebut bisa terlaksana dengan berhasil. Secara rinci strategi juga berarti "Penempatan" misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi dengan mempertimbangkan kekuatan eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai tujuan dan memastikan pelaksanaannya akurat dan benar, sehingga rencana dan tujuan organisasi dapat tercapai, tujuan utama juga akan tercapai (18). Selain itu, ternyata strategi merupakan suatu pengelolaan dan perencanaan, bukan hanya digunakan dalam memberikan arahan saja, tetapi juga harus mampu memberikan cara-cara yang wajar. Strategi yang telah dikonsepsikan dengan baik dapat menghasilkan pelaksanaan yang disebut strategis. Faktor penting yang mempengaruhi strategi adalah lingkungan eksternal, sumber daya, kemampuan internal dan tujuan yang akan dicapai (4). Strategi dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pandangan Islam, dakwah merupakan kegiatan penyampaian pesan-pesan dakwah kepada individu mad'u atau kelompok untuk meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Seorang da'i dalam berdakwah harus menyampaikan pesan dakwahnya dengan efektif, agar pesan dakwah tersebut dipahami oleh audiens (1). Dalam teori dakwah mengatakan, keberhasilan suatu dakwah tergantung pada elemen-elemen dakwahnya, seperti siapa pengirimnya (da'i), apa isi pesannya (pesan), melalui dengan media apa (media), siapa yang menerima pesannya (mad'u), dan apa umpan baliknya (efek). Olehnya itu, berdakwah melalui media digital dianggap perlu sebagai wujud perkembangan dakwah di era teknologi saat ini.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian ini didasarkan pada metode kualitatif yang berlandaskan kepada studi kajian literatur. Metode kualitatif adalah penelitian yang bermakna untuk mempelajari dan memahami suatu fenomena sentral (14). Studi kajian literatur yang disebutkan penelitian didasarkan pada artikel jurnal yang telah diterbitkan dalam jurnal bereputasi secara nasional, dan buku. Metode ini dipilih agar dapat memberikan kontribusi untuk para peneliti berikut yang tertarik dengan topik tersebut (11).

Kajian ini fokus kepada artikel-artikel jurnal yang berhubungan dengan isu strategi penyiaran dakwah Islam berbasis penyiaran digital. Selanjutnya seluruh artikel tersebut dianalisis dengan prinsip teknik analisis kualitatif yang diterapkan peneliti yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (12).

4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dalam penelitian ini, penulis akan fokus membahas strategi penyiaran dakwah Islam berbasis penyiaran digital, berikut penjelasannya:

1.1. Strategi Penyiaran Dakwah Islam Berbasis Penyiaran Digital

Berdakwah melalui digital tidak hanya sekedar menggunakan kecanggihan teknologi, tetapi harus diperlukan dasar pemahaman yang kuat tentang agama, serta memiliki skill komunikasi yang baik (17). Olehnya itu, seorang da'i ketika memiliki dasar pemahaman agama yang baik, maka berdakwah melalui media digital pasti akan bisa memanfaatkan sebaik mungkin. Kemajuan teknologi yang begitu cepat di era digital saat ini merupakan peluang baru dalam metode dan media dakwah agar dapat diterima secara luas. Untuk memperkuat jaringan khalayak dalam menyebarkan syiar Islam dapat digunakan media digital yang saat ini beragam informasi dapat diakses dengan mudah. Karena untuk menjangkau belahan dunia tentunya dakwah tidak cukup dilakukan dengan metode dan media konvensional.

Dakwah digital merupakan suatu hal yang baru, awalnya dakwah hanya bisa ditayangkan melalui media konvensional (tv dan radio), namun sekarang sudah beralih ke digital (sosial media, podcast, website dan lainnya). Aktivitas dakwah ini dapat ditemukan di ruang-ruang virtual di masyarakat global. Seseorang semakin mudah mendapatkan informasi religius atau dakwah, terlebih jika mereka memiliki akses internet. Kecanggihan teknologi digital ini menjadikan dakwah lebih optimal dalam menyebarkan pesan-pesan keIslaman. Dakwah dan teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah dan meningkatkan efisiensi baik dari segi proses, biaya, dan waktu (5). Sehingga dengan era digital saat ini memudahkan da'i untuk terus menerus menciptakan hal-hal yang baru dalam berdakwah. Adapun yang bisa dilakukan oleh da'i dalam berdakwah melalui digital, yaitu;

Pertama, Berdakwah melalui desain grafis. Ada banyak cara yang dilakukan oleh da'i dalam berdakwah melalui desain grafis, seperti membuat desain poster, pamflet, baliho dan sebagainya. Kekuatan dakwah melalui desain grafis sangat mampu memberikan informasi langsung dalam hitungan waktu yang tidak terlalu lama. Desain grafis adalah media yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga pesan dakwah tersebut dapat merangsang keinginan pembaca untuk terus mendalami isi pesan pada desain grafis tersebut. Adanya media ini sangat memberikan fungsi besar dalam menyalurkan pesan dari komunikator ke komunikan dengan menarik perhatian dan memperjelas sajian ide yang disampaikan, memberikan efek grafis sehingga mudah diingat dan diterima.

Beberapa penelitian mengatakan bahwa berdakwah melalui desain grafis akan lebih efektif dibanding berdakwah melalui tulisan, karena kebanyakan manusia lebih tertarik dengan pesan-pesan gambar (grafis) yang divisualisasikan, sehingga symbol pesan tersebut dapat dipahami dengan baik (13). Memang betul bahwa kebanyakan seseorang saat ini lebih cenderung menerima pesan yang divisualisasikan daripada pesan tulisan yang hanya berbentuk kata-kata saja.

Beberapa hasil penelitian mengatakan bahwa berdakwah melalui desain grafis bisa menyasar kalangan muda maupun tua yang selalu update dengan media sosial (19). Tidak bisa dipungkiri bahwa berdakwah melalui desain grafis itu simple, pesannya singkat, pada dan jelas sehingga ketika tampilannya dibuat semenarik mungkin, maka efeknya akan langsung menyentuh hati orang yang melihatnya.

Kedua, Berdakwah melalui website. Poin kedua ini juga memiliki keistimewaan tersendiri, sebab dalam proses menyampaikan informasi-informasi yang disajikan dapat diarsipkan sesuai dengan kemauan penerima pesan dakwah. Salah satu keunggulan berdakwah melalui website adalah mudah dilakukan hanya bermodalkan dengan kepandaian menulis, maka netizen akan dapat mengirimkan berbagai artikel di website tersebut, sehingga proses dakwah berlangsung terus menerus (20). Penulis merasakan bahwa dakwah melalui website, seorang penerima dakwah dapat berlangganan dengan website tersebut agar pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat terus menerus diterimanya.

Keunggulan berdakwah melalui website, ketika seorang da'i selesai mengupload pesan dakwahnya di website tersebut, suatu saat jika ada yang ingin direvisi maka dia boleh saja mengubah kata perkata pada pesan dakwahnya meskipun sudah ditayangkan ke publik. Berbeda dengan dakwa melalui desain

grafis, ketika desainnya sudah diterbitkan ke publik maka dia sudah tidak bisa lagi merevisinya kecuali menghapus postingan tersebut.

Ketiga, Berdakwah melalui podcast. Riset mengenai potensi podcast sebagai media dakwah pernah dilakukan terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan podcast yang digunakan sebagai media dakwah di era ini. Era digital saat ini podcast dinilai mampu menjadi sarana berdakwah dengan syarat tetap memperhatikan strategi yang tepat untuk meningkatkan keberadaannya (2). Pengguna podcast terus meningkat seiring berjalannya waktu, baik sebagai pengguna aktif maupun khalayak pasif. Podcast semakin banyak digunakan dengan adanya podcast di platform Spotify pada tahun 2018. Selama 2 tahun sampai Mei 2020, perkembangan podcast di Indonesia mulai terlihat realita bahwa Indonesia adalah negara dengan jumlah pendengar terbanyak se-Asia Tenggara. Pada tahun 2020 ini pengguna sebagai pembuat konten podcast lokal di Indonesia terus berkembang dan jumlah pendengar meningkat signifikan (8).

Era digital saat ini selalu ada hal yang baru dalam dakwah melalui podcast. Ketika moderator yang membawakan acara podcast tersebut dikemas dengan semenarik mungkin maka dakwah akan bisa diterima langsung oleh khayalak. Sehingga ada beberapa alasan dakwah lebih diminati di media baru seperti podcast. Pertama, ada orang yang ingin belajar agama, tetapi waktu yang dimiliki terbatas. Sehingga seseorang akan mencari materi keagamaan yang banyak diunggah di internet dengan durasi sekitar 5-10 menit.

1.1. Tantangan dan Peluan Strategi Penyiaran Dakwah Islam Berbasis Penyiaran Digital

Era digital saat ini setiap pelaksanaan dakwah pasti akan ada faktor tantangan dan peluang dalam setiap prosesnya, di antara yang mempengaruhinya adalah *pertama*, Dukungan politik Islam harus kuat. Fungsi utama yang harus dimiliki oleh umat Islam adalah menciptakan situasi dan kondisi dalam pelaksanaan dakwah. Dalam kekuatan politik, umat Islam memiliki posisi yang strategis sehingga setiap kebijakan yang dilahirkan akan berorientasi pada hubungan beragama yang baik. Dengan demikian, akan melahirkan kesejahteraan, kenyamanan, dan keamanan dalam hidup beragama.

Kedua, Dukungan emosional umat Islam harus kuat. Umat Islam harus memiliki kemampuan respons psikis yang baik terhadap segala dinamika hidup. Perbedaan yang nyata di depan mata di sikapi positif. Kerja dakwah bukan merupakan kerja yang mudah tetapi Islam mengajarkan untuk melalui proses dan ikhtiar dengan cara yang baik dan cermat, adapun hasil berada dalam tangan Tuhan. Manusia modern adalah manusia yang memiliki karakter “keangkuhan” rasio. Tidak mudah meyakinkan agama pada mereka, kecuali dengan kesabaran dan optimisme.

Ketiga, Dukungan kecerdasan spiritual umat Islam harus kuat. Kecerdasan beragama, tidak hanya dalam penguasaan wawasan, tetapi juga keteladanan dalam melakukan hablummin Allah dan hablu minannas yang baik. Kecerdasan ini akan mengukuhkan akidah dan optimisme hidup dalam mengemban dakwah Islam yang banyak rintangan. Manusia modern berpikrinya rasional dan ilmiah, maka keniscayaan yang harus disiapkan adalah umat Islam tidak melakukan pelanggaran pelanggaran dari ajaran agama. Demikian juga memiliki kemampuan logis argumentatif atas apa yang disampaikan sehingga bisa diterima oleh nalar manusia modern tersebut.

Keempat, Dukungan terhadap Kesehatan mental berwawasan agama. Ajakan terhadap kesehatan mental berwawasan agama. Strategi ini dilakukan karena manusia modern memiliki kebutuhan pada kesehatan mental; terhindar dari kesepian, kebosanan, dan kekecewaan juga psikosomatis yang menggejala. Pengobatan yang biasa dilakukan adalah dengan melakukan konsultasi kesehatan jiwa kepada para psikolog dan psikiater. Hal ini dimaklumi karena manusia modern senantiasa berpikir rasional dan ilmiah sehingga dengan dua profesi ini akan ditemukan sebuah solusi yang ilmiah pula. Dalam hal ini, terdapat peluang dakwah melalui keahlian umat Islam untuk menekuni dunia kesehatan mental dengan cara pandang agama dalam memberi solusi atas sakit mental yang banyak diderita manusia modern.

5. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi saat ini memudahkan seseorang dalam mengakses apapun yang dia inginkan, menerima dan menyalurkan berbagai macam informasi. Khususnya dalam bidang dakwah, era digital saat ini memberikan kemudahan yang sangat besar bagi da'i dalam menyebarkan pesan dakwahnya melalui berbagai media yang ada. Agar, da'i tersebut tidak ketinggalan dalam mengikuti perkembangan zaman. Beberapa strategi penyiaran dakwah berbasis media digital yang dapat

dilakukan, diantaranya adalah; berdakwah melalui design grafis, berdakwah melalui website, dan berdakwah melalui podcast. Tentunya, hadirnya strategi kegiatan dakwah berbasis digital ini menjadi inovasi yang baru.

Selain strategi penyiaran dakwah, ada juga beberapa tantangan dan peluang dalam pelaksanaannya, yaitu; dukungan politik, emosional, kecerdasan spiritual, dan kesehatan mental umat Islam harus kuat agar pelaksanaan strategi dakwah dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai dengan keinginan bersama.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali, A. "Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages", 2019.
- [2] Ariyanto, "Podcast Sebagai Media Dakwah Era Pandemi", 2021.
- [3] Azizah, Emi "Eksistensi Metode Dakwah Konvensional Pada Era Modern", 2023.
- [4] Fauzi, "Strategi Dakwah di Era Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam", 2023.
- [5] Habibi, Muhammad "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial", 2018.
- [6] Harjani, Hefni, "Komunikasi Islam", 2019.
- [7] Hotmian, Indra "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah", 2024
- [8] Imarshan, "Popularitas Podcast sebagai Pilihan Sumber Informasi bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19", 2021.
- [9] Kasir, Ibnu & Syahroli Awali, "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern", 2024.
- [10] Mardiana, Reza "Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Meda Dakwah untuk Generasi Milenial", 2020.
- [11] Mutiara, Fania Savitri, "Kajian Literatur Perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) Yang Efektif Untuk Meraih Keunggulan Kompetitif", 2022.
- [12] Nugrahani, "Metode Penelitian Kualitatif", 2014.
- [13] Nur, Sugeng Oktavianti, "Karya Desain Grafis sebagai Media Dakwah dalam Akun "Santir Design Community", 2020.
- [14] Semiawan, "Metode Penelitian Kualitatif", 2010.
- [15] Siregar, "Pemanfaat Media Sosial sebagai Media Dakwah dikalangan Mahasiswa", 2023.
- [16] Suhandang, Kustadi "Strategi Dakwah", 2014.
- [17] Suryandari, Meity "Manajemen Dakwah dalam Era Digital: Strategi dan Tantangan", 2023.
- [18] Steiner & Miner, "Manajemen Strategi Organisasi", 1988.
- [19] Wahyudi, Nirwan "Dakwah Melalui Design Grafis (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah Grafis pada Muslim Designer Community)", 2017.
- [20] Walian, Anang "Dakwah Melalui Website: Studi Kasus <http://www.dakwana.com>", 2016.