

Menyongsong Dakwah *Bil Medsos* di Era Millennial (Sebuah Upaya Lembaga Dakwah Nahdahtul Ulama' MWC Kecamatan Dukun)

Siswanto

Email: siswantolwy@gmail.com

Dosen Filsafat Prodi Komunikasi Penyiaran Islam
Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan

Abstrak

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet (media online) yang penggunaannya bisa membuat *web page* pribadi, kemudian dapat saling terhubung berbagi informasi dan berkomunikasi. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memiliki ciri-ciri antara lain: pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa untuk banyak orang; pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui *gate keeper*; pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya; dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Dalam merespon era generasi milenial maka LDNU MWCNU disamping menggunakan media sosial dalam menyebarkan syi'ar dakwahnya juga membuat website sebagai corong dan dokumentasi untuk mudah diakses baik untuk kalangan nahdhiyin maupun masyarakat pada umumnya.

Kata Kunci: Dakwah, *Bil Medsos*, Millennial.

A. Pendahuluan

Di era global ini internet telah menjadi kebutuhan primer manusia. Bagaimana tidak, hampir seluruh ruang kehidupan manusia semua dikendalikan dan dikerjakan dengan bantuan internet. Penggunaan internet ini didominasi oleh kaum yang biasa disebut generasi millennial. Disebut dengan generasi millennial karena pada periode ini mereka sangat dipengaruhi dengan perkembangan teknologi terutama teknologi informasi dengan penyebaran internet yang sangat pesat mempengaruhi munculnya smartphone yang

digunakan sebagai media penyebar informasi lewat jejaring sosial atau media sosial.¹

Jika dulu para perawi hadits butuh waktu berbulan-bulan untuk mendapatkan sebuah riwayat dengan segala fakta dan kebenarannya, kini, hanya dengan satu klik, banjir riwayat disajikan dalam layar datar bernama smartphone.

Dengan produk teknologi itulah, tingkat penyebaran ajaran Islam (dakwah) menjadi massif. Hadits atau ayat Al-Qur'an tidak lagi selalu dicari dengan mengaji di pesantren. Berkat dan rahmat perkembangan teknologi komunikasi, sabda-sabda Nabi dan firmanfirman Allah SWT. sudah membanjir via hasil teknologi komunikasi dan informasi.

Mengapa bisa terjadi? karena fungsi umum komunikasi itu memang untuk mempermudah kita dalam menginformasikan (*to inform*) sesuatu, mendidik (*to educate*) orang lain, menghibur (*to entertain*) pembaca, dan, ini yang terpenting, untuk mempengaruhi (*to influence*). Jika karakter sistem komunikasi itu berkembang seiring kemajuan teknologi, fungsi komunikasi itu akan lebih cepat, dan kita, sebagai yang harus menggunakan produk teknologi itu, kadang bisa terjebak pada posisi sebagai korban arus informasi yang membanjir tersebut. Dalam dakwah Islam, agar kita tidak jatuh sebagai konsumen informasi produk teknologi, menjadi produsen teknologi adalah pilihan strategis. Dalam konteks inilah pemanfaatan teknologi sebagai sarana komunikasi berdakwah punya tambahan fungsi lain, yakni mengajak atau menyeru (*to invite/to propagate*).

¹ Idrus, "Dakwah bil Medsos di era Milenial"
<https://www.santrinumayong.or.id/2019/12/dakwah-bil-medsos.html> (diakses tanggal 25 Januari 2020)

B. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti: panggilan, ajakan, dan seruan.² Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah adalah bentuk dari isim masdar yang berasal dari kata kerja: دعا, يدعو, دعوة artinya : menyeru, memanggil, mengajak.³

Dalam pengertian yang integralistik *dakwah* merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju perikehidupan yang Islami.

Dalam dunia dakwah, rang yang berdakwah biasa disebut *Da'i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad'u*.⁴

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

1. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
2. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

² Amin Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), 3

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), 7.

⁴ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 8.

3. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
4. Menurut Prof Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar.
5. Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardlu* yang diwajibkan kepada setiap muslim.⁵

Dari beberapa definisi di atas secara singkat dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh informan (*da'i*) untuk menyampaikan informasi kepada pendengar (*mad'u*) mengenai kebaikan dan mencegah keburukan. Aktivitas tersebut dapat dilakukan dengan menyeru, mengajak atau kegiatan persuasif lainnya.

Dakwah menjadikan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil'alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subyek), *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *wasilah* (media) dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.⁶

Islam sebagai agama merupakan penerus dari risalah-risalah yang dibawa nabi terdahulu, terutama agama-agama samawi seperti Yahudi dan Nasrani. Islam diturunkan karena terjadinya distorsi ajaran agama, baik karena hilangnya sumber ajaran agama sebelumnya ataupun perubahan yang dilakukan pengikutnya.

⁵ *Ibid*, 5-6

⁶ *Ibid*, 23-25

Dalam agama Nasrani misalnya, hingga saat ini belum ditemukan kitab suci yang asli.

Berbicara tentang dakwah adalah berbicara tentang komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan informatif, yakni agar orang lain mengerti, mengetahui dan kegiatan persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu faham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan atau perbuatan dan lain-lain. Keduanya (dakwah dan komunikasi) merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan.

Dakwah adalah komunikasi, akan tetapi komunikasi belum tentu dakwah, adapun yang membedakannya adalah terletak pada isi dan orientasi pada kegiatan dakwah dan kegiatan komunikasi. Pada komunikasi isi pesannya umum bisa juga berupa ajaran agama, sementara orientasi pesannya adalah pada pencapaian tujuan dari komunikasi itu sendiri, yaitu munculnya efek dan hasil yang berupa perubahan pada sasaran. Sedangkan pada dakwah isi pesannya jelas berupa ajaran Islam dan orientasinya adalah penggunaan metode yang benar menurut ukuran Islam. Dakwah merupakan komunikasi ajaran-ajaran Islam dari seorang da'i kepada ummat manusia dikarenakan didalamnya terjadi proses komunikasi.

C. Media Sosial Sebagai Pelantara Pesan Dakwah

Dakwah pada era milenial benar-benar harus memanfaatkan media, utamanya media-media baru. Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara orang berkomunikasi. Saat ini, hampir setiap orang menggunakan internet dalam mengirim, mencari, dan membaca informasi. Dalam berinteraksi pun kebanyakan melalui media sosial dibanding komunikasi secara langsung. Hal ini sangat dimungkinkan terjadi setidaknya dipengaruhi beberapa faktor, antara lain pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, juga kecenderungan masyarakat milenial yang sangat bergantung pada

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.
Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009

media. Kaitannya dengan dakwah, peran media sangat strategis dalam upaya penyampaian pesan dakwah. Media mampu menembus batas-batas ruang dan waktu. Artinya, meski dengan jarak jauh komunikasi memungkinkan dilakukan. Tidak hanya itu, media juga menawarkan kecepatan waktu dalam menyediakan beragam informasi.

Media saat ini tumbuh kian pesat. Dulu, media elektronik seperti televisi dan radio menjadi pilihan favorit dalam mencari informasi. Keunggulannya adalah mampu mengirim pesan suara dan gambar (visual). Saat ini realita itu mulai bergeser. Publik tidak lagi berpusat pada media elektronik sebagai sumber informasi. Justru, kegandrungannya saat ini beralih ke *new media* (internet).

Perkembangan media baru sebenarnya merujuk pada perubahan dalam proses produksi media, distribusi, dan penggunaan. Media baru tidak terlepas dari aspek *digitality*, *interactivity*, *hyper-textuality*, *dispersal* dan *virtuality*⁷ Dalam konsep *digitality* semua proses media digital diubah (disimpan) ke dalam bilangan, sehingga keluarannya (output) dalam bentuk sumber online, digital disk, atau *memory drives* yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk “hardcopy”. Konsep *Interactivity* merujuk kepada adanya kesempatan di mana teks dalam media baru mampu memberikan *users* untuk “*write back into the text*”. Sedangkan konsep *dispersal* media baru lebih kepada proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralized* dan mengandalkan keaktifan individu (*highly individuated*). Batasan *new media* sering disamakan dengan digital media, yang semestinya *new media* lebih pada konteks dan konsep budaya kontemporer dari praktik media dari pada seperangkat teknologi itu sendiri (medium).

Media sosial merupakan media yang dapat meningkatkan interaksi sosial antar manusia contohnya melalui beberapa jejaring sosial namun tetap sesuai kaidah dan norma kesopan-santunan Media baru yang saat ini sedang populer adalah *handphone* atau *smartphone*.

Zaman sekarang, bagi sebagian besar masyarakat handphone adalah suatu kebutuhan yang sangat penting bahkan sangat diperlukan. karena semakin berkembangnya teknologi handphone tidak hanya digunakan

⁷Martin Lister. *New Media: A Critical Introduction*, (Routledge: London, 2003), 13.

untuk media komunikasi saja seperti sms atau telpon saja. Sekarang banyak handphone yang menyediakan fitur-fitur untuk *browsing*, *chatting* dan lain-lain.

Media sosial merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Karakternya yang merupakan bentuk digital tentu memudahkan dalam bertukar informasi dan berbagai kegiatan lainnya. Era milenial menuntut kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi. Sementara dakwah belum seutuhnya memanfaatkan ragam media yang terus berkembang. Untuk itu, perlu optimalisasi komunikasi dakwah melalui pemanfaatan media baru (*new media*), utamanya media sosial, mengingat segmentasi *mad'u* sangat kompleks jika ditinjau dari berbagai sisi. Tulisan ini dimaksudkan untuk mengkaji bagaimana mengoptimalkan komunikasi dakwah melalui media sosial dengan cara memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan. Perkembangan media sosial kini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Hal ini karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup menggunakan *mobilephone* yang dikoneksikan pada jaringan internet. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau Koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa bantuan yang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Berbicara mengenai media sosial tidak terlepas dari kelebihanannya dalam fasilitasi membagi ide, bekerja sama, dan membangun komunitas. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tidak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

Media sosial adalah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah.⁷ Dengan demikian, media sosial adalah media online yang penggunanya dapat saling berpartisipasi melalui blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial terbagi dalam beberapa jenis, yaitu: *social networks* (jejaring sosial), media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi seperti facebook; *discuss media*, media sosial yang memfasilitasi obrolan; *share*, media sosial yang memfasilitasi untuk saling berbagi file, video, music, dll.; *publish*, seperti blog; *social game*; MMO; *virtual world*; *livecast*; *livestream*; dan *micro blog*. Media sosial memungkinkan seseorang berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar

⁷ Cindy Rizal Putri Paramitha, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*, Tesis, Fak. Ekonomi (UNDIP, Semarang, 2011), 17

dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Gagasan McLuhan yang mengatakan bahwa “*The medium is the message*”, merupakan terbukanya pintu dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya adalah media sosial. Media sosial menjadi bagian dari perkembangan itu. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia, telepon merupakan perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Maka, dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung.

Perkembangan media sosial saat ini tidak luput dari kecanggihan mobilephone. Bahkan, mobilephone berupa smartphone menjadi kebutuhan pokok dalam berinteraksi satu sama lainnya, baik untuk urusan pekerjaan, berdiskusi, dan sebagainya. Untuk mengakses media sosial pun murah dibandingkan dengan media elektronik, cetak, dan sejenisnya. Pengguna media sosial dapat mengaksesnya meski dengan jaringan internet yang koneksinya lambat.

D. Tantangan Dakwah di Era Millennial

Di era teknologi komunikasi dan informasi dirasakan berkembang secara luar biasa. Internet dan media sosial bisa dikatakan sebagai tonggak dari penemuan terbesar perangkat teknologi komunikasi dan informasi yang memberikan dampak terbesar pula bagi manusia. Situasi kekinian bisa dikatakan masyarakat tidak terlepas dari ketergantungan perangkat pada teknologi. Salah satu fenomena penting proses globalisasi telah melahirkan generasi *gadget*, istilah yang digunakan untuk menandai munculnya generasi *millennial*. Generasi *millennial* saat ini adalah mereka yang yang berusia 17-36 tahun, mereka yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orang tua muda. *Millennial* lahir antara tahun 1981-2000.⁸ Peradaban umat manusia pada abad ke-21 ini merupakan era teknologi informasi yang sangat canggih.

⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2012), 8.

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.

Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009

John Naisbit, mengungkapkan “*we are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anytime, by voice, data, text or image at the speed of light* (kita sedang bergerak ke arah kemampuan berkomunikasi apa saja kepada siapa pun, di mana pun, berbentuk apa pun (baik itu) suara, data, tulisan atau gambar (citra) dengan (menggunakan kecepatan suara).⁹

Dalam rangka dakwah Islamiyah, harus mampu berdialog dengan kebudayaan modern dan secara aktif mengisi dengan substansi dan nuansa-nuansa Islami. Hal ini hanya bisa dilakukan bila memahami arus globalisasi secara benar dan tidak tertinggal dengan informasi-informasi aktual dari manca negara. Menurut futurolog John Naisbitt: “*The new source of power is not money in the hands of a few but information in the hands of many.*” (kekuatan baru dewasa ini bukanlah harta karun di tangan segelintir manusia tapi jaringan informasi di tangan banyak manusia). Ungkapan tersebut merupakan sekelumit gambaran era informasi yang mengglobal dan yang menghadang di hadapan umat Islam dimanapun berada di muka bumi ini.¹⁰

Memasuki zaman milenial, dewasa ini definisi dan pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup penting. Dakwah tidak hanya terbatas dipahami sebagai upaya penyampaian ajaran Islam melalui pengajian, khutbah jum’at, ceramah di atas mimbar, ceramah pada hari-hari besar Islam, tetapi pemahaman dakwah lebih dari sekedar itu. Dalam definisi yang lebih progresif, dakwah bisa didefinisikan sebagai tindakan individu yang bertujuan untuk mewujudkan kebersamaan dan solidaritas bersama. Menurut Ujang Mahadi, pemahaman dakwah bukanlah pemahaman konvensional berupa rutinitas spiritual yang kolektif, melainkan dakwah juga bisa berupa tindakan pemberian santunan kepada panti asuhan, mengentaskan

⁹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 65.

¹⁰ Amin Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), 170.

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.
Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009
kemiskinan, penanggulangan bencana dan berbagai aktivitas kemanusiaan
lainnya.¹¹

Milenial sebagai kekuatan yang seharusnya menjadi penggerak perubahan sosial secara positif, dakwah seolah tidak sanggup menghidupkan nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat secara produktif. Padahal secara sosiologis, dakwah pada dasarnya dimaksudkan untuk menghidupkan fungsi-fungsi sosial yang tumbuh dan berkembang di masyarakat. Karena itu adanya pranata sosial seperti hukum, politik, ekonomi, pendidikan, budaya dan bahkan agama, idealnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, bukan malah sebaliknya, melahirkan berbagai mudarat bagi kehidupan.¹²

Dengan demikian, ke depan diperlukan pola-pola penyampain dakwah Islam yang tidak lagi menuntut kehadiran masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui bantuan media. Tuntutannya adalah, kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik, metode dan strategi pemanfaatan media. Selain memiliki pengetahuan yang mapan tentang ajaran agama yang akan menjadi substansi pesan-pesan komunikasi yang disampaikannya, mereka juga diuntut memahami berbagai pendekatan, metode dan strategi penggunaan media. Sebab corak dan gaya penyampaian pesan-pesan yang disalurkan melalui media tidak selalu sama dengan corak dan gaya lisan yang disampaikan secara konvensional di atas mimbar. Apa yang enak didengar, belum tentu enak di baca, apa yang menarik disaksikan di atas mimbar, belum tentu menarik di layar kaca.¹³

¹¹ Ujang Mahadi, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, (Bogor: IPB Press, 2015), 22.

¹² Muhtadi Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 40.

¹³ *Ibid.*, 5.

E. Realisasi Dakwah Bil Medsos LPNU MWC Kecamatan Dukun

Media adalah solusi agar dakwah menjadi lebih efektif. Merebaknya media saat ini, seperti media sosial instagram ataupun media lainnya, seperti cetak merupakan salah satu wujud dari era reformasi dan keterbukaan informasi. Fungsi media dalam dakwah itu sendiri adalah memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.

Saat ini Indonesia merupakan jawara sebagai negara pemilik akun media sosial terbanyak di dunia salah satunya instagram. Banyaknya pengguna media sosial instagram ini dapat di kaitkan dengan ketertarikan generasi muda terhadap media sosial tersebut sekitar 90% user berusia dibawah 35 tahun yang paling aktif ialah pelajar dan mahasiswa.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial dapat mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan pada akses yang lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri anpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Perkembangan zaman global seperti saat sekarang ini, menjadikan media sosial sebagai media yang tidak semata-mata digunakan sebagai sarana informasi biasa atau hanya sekedar promosi. Dakwah turut ambil bagian dalam keadaan ini, salah satunya pola dakwah bil qalam (dakwah melalui tulisan) baik dengan media sosial seperti instagram dengan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat efektif dilakukan. Model dari penyampain dakwah *bil qalam* ini dibuat efektif dengan desain oleh beberapa pendakwah (da'i) karena banyak sekali mengandung kelebihan kelebihan.

Fungsi dakwah tersebut adalah titah dan perintah Al-Qur'an serta hadits Nabi.

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik, Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An Nahl: 125)

Dalam sebuah hadits, Nabi Muhammad juga menyerukan perintah untuk menyampaikan dawuh beliau, walau hanya satu ayat.

“Sampaikan dariku walau hanya satu ayat”. (HR.Bukhari)

Untuk itu, menyampaikan pesan-pesan dakwah ini kepada 143 juta pengguna internet di Indonesia (data Kompas), bisa melalui banyak cara. Menurut saya, paling efektif untuk melakukan ajakan-ajakan dakwah, setidaknya ada empat sarana produksi: teks, grafis, video dan *broadcast*.

Jika kita tidak segera mengambil posisi sebagai produsen, maka, lambat laun kita akan jadi konsumen bersama para pengguna teknologi lainnya yang kini didominasi usia 19-30 tahun, dan 72.41 persen ada di kalangan masyarakat urban kota.

Untuk menjadi *influencer* (yang berpengaruh) di dunia teknologi informasi, produksi teks, grafis, video dan juga *broadcast* yang sudah diisi dengan pesan nilai dakwah harus disebar dengan kekuatan massif di platform media sosial yang sudah banyak penggunanya di Indonesia. Antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan WhatsApp. Tambah lagi ke Telegram dan Line.¹⁴

1. Trend Pengguna Internet dan Media Sosial

Pengguna internet di Indonesia meningkat signifikan setiap tahun. KOMPAS.Com (19/02) merilis hasil survai dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis bahwa jumlah

¹⁴ M Abdullah Badri, “Memanfaatkan Teknologi Untuk Dakwah Bil Medsos”, <https://www.dutaislam.com/2018/06/memanfaatkan-teknologi-untuk-dakwah-bilmedsos.html>

pengguna internet di Indonesia tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang berjumlah 262 juta orang. Meningkat dibandingkan tahun 2016 yang mencapai 132,7 juta orang. Berdasarkan data tersebut, menarik pula dikaitkan dengan hasil survei CSIS sebanyak 81,7% milenial memiliki *Facebook*, 70,3% memiliki *Whatsapp*, 54,7% memiliki *Instagram*. *Twitter* sudah mulai ditinggalkan milenial, hanya 23,7% yang masih sering mengaksesnya.¹⁵

Berdasarkan data tersebut terlihat kecenderungan masyarakat saat ini cenderung banyak yang menggunakan internet. Kemudian dari penggunaan internet tersebut, sebagian besar menggunakan aplikasi media sosial. Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media konvensional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

2. Keunggulan Internet Sebagai Media Dakwah

Kelebihan internet dibanding media lainnya untuk memudahkan proses dakwah, yaitu: *pertama*, tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Dakwah melalui internet dapat diakses di mana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja. *Kedua*, dakwah menjadi lebih variatif. Dakwah tidak lagi disampaikan dengan cara konvensional, Kehadiran cyber memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain tulisan,

¹⁵ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), “Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang”, diakses dari: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19-/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-jutaorang>, pada 1 Oktober 2018 pukul 13.25.

materidakwah bisa dalam bentuk gambar, audio, e-book (buku elektronik) ataupun video, sehingga objek dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. *Ketiga*, jumlah pengguna internet semakin meningkat. Pertumbuhan pengguna internet yang selalu meningkat merupakan kabar baik bagi para da'i yang akan berdakwah di dunia maya, karena objek dakwah pun semakin meningkat. *Keempat*, hemat biaya dan energi. Dengan menyajikan materi dakwah di internet, objek dakwah tidak perlu datang ke narasumber dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi. Sehingga bisa membantu saudara kita agar tidak mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra guna memperoleh informasi yang mereka cari.¹⁶

Dengan demikian, strategi yang dilakukan dalam kegiatan membangun jaringan dakwah adalah dengan memanfaatkan perkembangan global *connection*. Sistem ini merupakan salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai wasilah untuk berdakwah. Aspek keuntungan yang diperoleh dengan pemanfaatan jaringan internet ini antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat (aspek sosial), dapat berdiskusi mengenai perkembangan Islam (aspek agama) serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Melalui internet, pesan dakwah dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja sehingga manfaatnya dirasakan banyak orang. Maka, sesungguhnya internet menjadi media terbaik untuk menjangkau *mad'u* secara global, mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna, dengan biaya yang murah dan mampu mengomunikasikan informasi dalam waktu singkat. Banyaknya pengguna media sosial menjadi peluang meningkatkan jumlah penyerap pesandakwah.

3. LDNU *Melaunching website* sebagai corong Dakwah

¹⁶ Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, Jurnal Komunikasi Islam, ISSN 2088- 6314, Volume 03, Nomor 01, Juni 2013, 7.

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.
Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009

Website jangkauannya lebih luas dan contentnya lebih banyak dalam berbagai menunya. untuk memenuhi adagium “bahwa NU besar, tapi bersuara kecil” maka bagian dari upaya itu adanya website menjadi kebutuhan. disamping medsos yang kontennya terbatas sangat mimin space-nya.

Adapun websitenya adalah ldnumwcdukungresik.or.id didalamnya terdapat berbagai menu yang dipublis mulai dari struktur kepengurusan, berita ke-Nu-an baik tingkat MWCNU kecamatan Dukun maupun keNU-an tingkat Nasional yaitu berita tentang PBNU, terdapat juga tentang tokoh, Banom NU serta dilengkapi juga dengan ceramah agama dalam bentuk youtube dan lain sebagainya. sehingga masyarakat umum dan jamaah NU khususnya bisa mengakses ada kegiatan apa saja serta agenda apa yang akan dilakukan oleh MWCNU kecamatan Dukun.

Disamping sebagai bentuk dokumentasi yang bisa diandalkan dalam penyimpanannya karena sudah masuk di google adalah yang tidak kalah penting bahwa masyarakat atau jamaah tahu bahwa MWCNU tidak tidur, dan disitu masyarakat juga bisa terus update, kegiatan dan agendaagenda dalam jangka waktu dekat maupun jangka panjang.

Apa saja yang dilakukan oleh MWCNU ketika menyambut hari santri nasional (HSN), masyarakat dengan mudah mengetahuinya. sehingga syi’ar dakwah bisa sampai ke berbagai tempat atau ruang yang tak terbatas. kapanpun dan dimanapun, mereka tidak harus hadir menyaksikan secara fisik jika terkendala oleh ruang dan waktu. mereka yang di luar negeri bahkan bisa menyaksikannya dan mengambil hikmah yang ada di dalam content-kontent yang telah disuguhkan.

Majelis Wakil Cabang (MWC) Nahdlatul Ulama (NU) Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik memiliki program ekonomi antara lain;¹⁷

a. KSPS MWCNU DUKUN

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah milik Majelis

¹⁷ <https://gresiknews.co/tiga-program-ekonomi-ini-jadi-andalan-mwc-nu-dukun> diakses tanggal 22 Januari 2020.

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.
Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009

Wakil Cabang Nahdlatul Ulama atau MWC NU Dukun, Kabupaten Gresik terbaik usai menjadi juara pertama NU Award yang digelar PWNU Jatim. Ketua KSPPS MWC NU Dukun. Ke depan, rencananya koperasi ini akan membuka cabang di wilayah ranting atau di luar wilayah Kabupaten Gresik.¹⁸

b. Percetakan Nusa Digital Printing

Usaha percetakan yang terletak di Jalan embong anyar Dukun sebelah PKU Muhammadiyah ini diharapkan bisa memberikan pelayanan dan usaha terbaik buat warga NU. Ketua Tanfidziyah PCNU Gresik KH. Khusnan Ali mengatakan, Usaha percetakan yang digagas Oleh LPNU MWCNU Dukun ini adalah sebagai wujud konsolidasi Fikrah dan Harkah Nahdliyah dalam rangka membangun kemandirian organisasi di bidang Dakwah Dan ekonomi warga NU. Ini adalah usaha dan terobosan yang sangat positif dan luar biasa MWCNU Dukun Bisa Melaunching Nusa Digital printing Semoga Bermanfaat untuk ummat khususnya warga NU. “PCNU Gresik sangat mengapresiasi Gerakan ini, semoga sukses dan berkah serta menginspirasi MWCNU yang lain di Kabupaten Gresik.”¹⁹

c. Roti NUMANI

Berangkat dari semangat bahwa warga Nahdlatul Ulama (NU) tidak hanya sebagai konsumen (pemakai), namun juga harus menjadi produsen, Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWCNU) Dukun, Gresik, Jawa Timur, membuka usaha pabrik pembuatan roti. Pada Ahad 31 Desember pukul 12.00 WIB semua saham ludes terjual, bahkan masih banyak yang antre. Dengan model tersebut, direncanakan omset 3 bulan pertama telah cukup untuk biaya operasional dan pada bulan keempat diproyeksikan sudah menghasilkan keuntungan. Pada rapat pertama yang diagendakan untuk seluruh pemegang saham dilakukan pemilihan personalia jajaran

¹⁸ <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/219073/koperasi-milik-mwc-nudukun-gresik-terbaik-sejatim-di-nu-award> (diakses taggal 22 Januari 2020).

¹⁹ <http://www.kabargresik.com/nusa-dp-ikhtiar-ekonomi-mwc-nu-dukun/> (diakses taggal 22 Januari 2020)

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, INSUD.
Busyro, Vol. 1, No 2, 2020. ISSN: 9772715.209009
manajemen, rencana kerja, dan menyepakati besarnya kontribusi untuk
MWCNU antara 10-20 persen dari keuntungan bersih.²⁰

F. Penutup

Di era milenial dakwah *bil Medsos* kini semakin dibutuhkan juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik, strategi dan metode pemanfaatan media. Selain memiliki pengetahuan yang mapan tentang ajaran agama yang akan menjadi substansi pesan-pesan yang disampaikannya, para da'i dituntut memahami berbagai pendekatan dan metode penggunaan media. Khususnya para pemuda-pemudi milenial, internet dan media sosial rupanya telah berpengaruh pada perkembangan informasi dan komunikasi. Pemuda yang menyandang gelar "generasi *millennial*" telah akrab dengan internet dan media sosial.

Jam'iyah Nahdhatul Ulama' merupakan organisasi keagamaan yang cukup besar, sehingga harus terus berinovasi dan berkreasi dalam penyampaian dakwahnya, untuk itu dakwah bil medsos menjadi suatu keniscayaan untuk digalakkan.

Lembaga Dakwah Nahdhatul Ulama' (LDNU) MWC kecamatan Dukun merasa perlu untuk membuat sebuah *website* khusus sebagai corong untuk menyuarakan semua kegiatan MWCNU sekaligus sebagai corong dakwah yang bisa diakses untuk semua segmentasi masyarakat yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Tentu saja, konten (isi), Desain dan menu harus semanarik mungkin untuk menjadikan *followers* tidak jenuh dan kering dalam menikmati sajian dakwahnya. Terdapat sajian pengajian dalam bentuk video dan juga dalam bentuk narasi naskah dengan berbagai menu yang ada, terus *update* dan selalu mencerahkan dalam menghadapi perkembangan zaman.

²⁰ : <https://www.nu.or.id/post/read/84858/sehari-saham-pabrik-roti-mwcnu-dukunludes-terjual> (diakses taggal 22 Januari 2020)

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Aripudin, Acep. *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2012.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013.
- Badri, M Abdullah. “Memanfaatkan Teknologi Untuk Dakwah Bil Medsos”,
<https://www.dutaislam.com/2018/06/memanfaatkanteknologi-untuk-dakwah-bil-medsos.html> diakses tanggal 25 Januari 2020.
- Lister, Martin. *New Media: A Critical Introduction*, Routledge: London, 2003.
- Mahadi, Ujang. *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, Bogor: IPB Press, 2015.
- Munir, Amin Samsul. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*, Tesis, Fak. Ekonomi UNDIP, Semarang, 2011.
- Pardianto, *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, Jurnal Komunikasi Islam, ISSN 2088- 6314, Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Saeful, Muhtadi Asep. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.