

DAKWAH DIGITAL DAN DAKWAH MIMBAR : ANALISIS PERAN DAN DAMPAK DALAM ERA DIGITALISASI

Muhammad Mahsyia Nawaffani

Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

mazinnawaffani@gmail.com

Abstrak

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik mimbar masjid, tetapi juga telah meluas ke media digital. Dakwah digital merupakan fenomena baru yang melibatkan penggunaan teknologi dan platform digital untuk menyebarkan pesan-pesan agama, sedangkan dakwah mimbar merupakan dakwah konvensional yang sampai sekarang masih eksis keberadaannya. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dakwah digital dengan dakwah mimbar, baik dalam hal peran yang dimainkan maupun dampak yang dihasilkan. Melalui penelitian deskriptif komparatif, peneliti ingin menganalisis berbagai aspek yang relevan, seperti jangkauan, interaksi, efektivitas, dan dampak yang dihadapi oleh kedua jenis dakwah. Hasil analisis penelitian ini adalah kedua jenis dakwah ini baik digital dan mimbar mampu bekerjasama untuk perkuat pesan dakwah dan mempengaruhi kehidupan sosial dan spiritual dengan perkembangan teknologi atau melalui dakwah konvensional. Dampak dari dakwah digital maupun mimbar sama-sama memiliki dampak positif atau negatif. Peran Ulama, atau pencemah baik dalam konten maupun dalam mimbar harus pendekatan bijaksana, inklusif serta mengandung ilmu atau ilmiah. Dakwah damai, harus mengikuti teladan Nabi Muhammad SAW, serta bersikap toleran dan memahami konteks sosial disekelilingnya.

Kata kunci: dakwah digital, dakwah mimbar, media digital, peran, dampak

Abstract

In the era of increasingly rapid digitalization, da'wah is no longer limited to the physical space of the mosque pulpit, but has also expanded to digital media. Digital da'wah is a new phenomenon that involves the use of technology and digital platforms to spread religious messages, while pulpit da'wah is conventional da'wah which still exists today. This research aims to compare digital da'wah with pulpit da'wah, both in terms of the role played and the impact produced. Through comparative descriptive research, researchers want to analyze various relevant

aspects, such as reach, interaction, effectiveness and impact faced by the two types of da'wah. The results of this research analysis are that these two types of da'wah, both digital and pulpit, are able to work together to strengthen the da'wah message and influence social and spiritual life with technological developments or through conventional da'wah. The impact of digital preaching and the pulpit both have positive or negative impacts. The role of Ulama, or preachers, both in content and in the pulpit, must be a wise, inclusive approach and contain knowledge or scientific knowledge. Peace preaching must follow the example of the Prophet Muhammad SAW, and be tolerant and understand the social context around him.

Keywords: digital da'wah, pulpit da'wah, digital media, role, impact

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan usaha untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat dengan tujuan mengajak pada keimanan dan melakukan amal kebajikan. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk dakwah mimbar dan dakwah digital. Kedua dakwah tersebut memiliki audiens tersendiri dan eksis sampai kini.

Dalam era digitalisasi yang terus berkembang pesat, teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks dakwah. Masyarakat modern semakin terhubung dengan internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya, yang membuka peluang baru dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Dudung Abdul Rohman, 2019).

Perubahan pola konsumsi media masyarakat juga berperan dalam pergeseran paradigma dakwah. Banyak individu yang menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dan menggunakan media digital sebagai sumber informasi utama. Ini mempengaruhi cara orang mencari, mengakses, dan berinteraksi dengan pesan-pesan dakwah. Hingga muncul beberapa da'i muda milineal yang cukup banyak memiliki pengikut atau menggemar, sebut saja podcast ustaz Hanan Attaki, Habib Ja'far dan Ustadz Ade Hidayat.

Fenomena dakwah digital ini juga didukung oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus) yang merupakan Mustasyar Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) yang menyarankan pakar agama, dan para da'i memahami Ilmu Teknologi (IT) agar dakwahnya bisa menjangkau lebih luas lagi dan bisa dinikmati diberbagai media sosial. Meski demikian jika para da'i kurang bisa memahami IT hendaknya memiliki tim yang bisa membantu akses di media sosial. (Murianews.com, 2022).

Meski terkesan kuno dan tidak mengikuti zaman, dakwah mimbar adalah tradisi dakwah yang telah ada selama berabad-abad dalam Islam. Dakwah seperti ini bisa melalui ceramah, khutbah, dan

pengajaran agama di mimbar. Para Da'i berupaya menyampaikan pesan-pesan agama kepada jamaah secara langsung. Tradisi ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan keagamaan dan kebudayaan masyarakat Muslim, dan merupakan penyebaran agama efektif saat awal-awal penyebaran agama di Nusantara.

Dalam dakwah mimbar, penceramah dengan audiens bisa berinteraksi secara langsung, dan jamaah yang berada dilingkungan itu cenderung lebih terbuka dalam menerima pesan dakwah dengan sukarela hadir, dan berniat mendengarkan pesan-pesan agama serta terdapat kesan mengenai kepercayaan dan menghormati pendakwah. Hal ini menimbulkan aura positif meningkatkan penerimaan pesan dakwah yang akhirnya berimbas pada perilaku jamaah. Namun, untuk era digitalisasi dakwah mimbar untuk kaum milineal mulai bergeser ditinggalkan, hingga masjid sunyi oleh kaum muda, saat ada kajian agama.

Pergeseran ini disebabkan dalam era teknologi informasi, dimana kebutuhan internet merupakan kebutuhan utama, menyebabkan dakwah digital ini menjadi popular dan efektif apalagi untuk kalangan milineal, saat dakwah menggunakan situs web, aplikasi podcast, video serta platform digital lainnya. Beberapa kelebihan dakwah digital menjadikan dakwah ini mulai disukai oleh Sebagian besar masyarakat, terutama kaum muda yang merupakan pengguna internet terbesar.

Dakwah digital dianggap memiliki aksesibilitas tinggi, selanjutnya ada unsur kebebasan memilih, memiliki pilihan yang beragam seperti teks, video, gambar, audio dan lain sebagainya. Dakwah model ini juga memiliki interaksi sosial yang dengan mudah pengguna bisa berkomentar, pesan langsung maupun membuka forum diskusi dan lainnya. Pilihan untuk menggunakan dakwah digital tidak serta merta memberikan kenyamanan, keamanan serta dampak positif bagi pengguna. Masih ada celah yang harus dicermati benar, jika menggunakan dakwah ini.

Penelitian ini ingin menganalisis berbagai aspek yang relevan, seperti jangkauan, interaksi, efektivitas, dan tantangan yang dihadapi oleh kedua jenis dakwah, sekaligus ingin menelaah lebih lanjut agar dakwah digital dan dakwah mimbar dapat saling melengkapi dan berkolaborasi dalam menyampaikan pesan-pesan agama secara efektif.

Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menelisik berbagai peran juga tantangan dalam menyebarluaskan pesan-pesan agama secara efektif dan efisien baik dalam dakwah digital maupun dakwah,

sekaligus tidak mengesampingkan beberapa dampak yang diimbulkan dalam kedua dakwah digital maupun mimbar dalam era digitalisasi ini.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran Dakwah digital dan Dakwah Mimbar menyebarkan pesan-pesan agama dan mencapai audiens yang lebih luas dalam era digitalisasi?
2. Apa dampak dari Dakwah Digital dan Dakwah Mimbar terhadap masyarakat dalam era digitalisasi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran dakwah digital dan dakwah mimbar dalam menyebarkan pesan-pesan agama pada masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas dalam era digitalisasi
2. Untuk mengetahui dampak secara positif maupun negatif dakwah digital dan dakwah mimbar pada masyarakat pada era digitalisasi

D. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif untuk membandingkan dan menganalisa perbedaan dan persamaan antara kedua metode dakwah, yakni dakwah mimbar dan dakwah digital. Tujuannya untuk menggambarkan perbedaan dan persamaan antara keduanya sekaligus menemukan formula baru dari kedua dakwah tersebut untuk saling meengkapi dan berkolaborasi.

Metode penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini merupakan kajian literatur yang menggali dan menemukan informasi mengenai tema permasalahan yang diangkat (Arikunto, 2002). Teknik Analisa menggunakan interpretasi yaitu menafsirkan makna dan mengungkapkannya secara detail dengan berbagai pendekatan (Zed, 2004).

Studi kepustakaan menjadi sebuah pendekatan dalam metode penelitian kualitatif yang bisa menjadi sumber kekuatan dalam menganalisa sumber rujukan yang ditemukan secara teks, lalu dikontekstualisasikan secara detail, sehingga hasilnya bisa sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan (Sabarguna, 2005)

E. Peran Dakwah

Dakwah memiliki peran penting dalam masyarakat, dimana peran utamanya adalah Pendidikan dan pemahaman agama. Melalui

dakwah, masyarakat menjadi paham mengenai prinsip-prinsip agama, yang berisi ajaran moral, etika dan berbagai nilai yang dijunjung tinggi dalam agama. Dari dakwah pula, penyebaran pengetahuan agama, seperti ritual atau ibadah, etika sosial atau prinsip-prinsip spiritual dapat tersampai dalam masyarakat. Dalam dakwah diharapkan dengan lemah lembut, hal ini tertera dalam surat Ali Imran ayat 159:

فِيمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ لِئَنَّهُ أَلْهَمَ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيلَةً الْقَابِ لَانْفَصُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ
عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَأْوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَّمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

Dakwah secara etimologi merupakan kegiatan yang bersifat memanggil menyeru atau mengajak seseorang untuk melakukan kebaikan (makruf) dan meninggalkan keburukan (munkar). Tujuan utama dakwah adalah mengubah individu dan masyarakat menuju pada kehidupan yang lebih tertata dan lebih baik.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dakwah artinya penyiaran, propaganda, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama (Kementerian Pendidikan dan Budaya, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2018). Nasaruddin Umar memberi penekanan jika dakwah bukan hanya sekedar lisan (bi al-lisan) saja, namun juga dakwah keteladanan (bi al-hal), dakwah tulisan (bi al-kitabah) bahkan ada pula dakwah di dunia perfilman (bi al-aflam) (Republika.Co.id, 2020)

Dakwah menurut Syekh Ali Makhfudh dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin, “Mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat” (Moh. Ali Aziz, 2004 : 4)

Peran dari dakwah ini juga berbeda-beda tergantung pada konteks budaya, agama dan nilai-nilai masyarakat tertentu. Meski demikian tidak dipungkiri fungsi dawah tetaplah sama, sebagai sarana penyampaian pesan agama, pendidikan moral dan pemberdayaan sosial. Pesan-pesan dakwah dapat membantu

membangun moral serta etika masyarakat, seperti mengamalkan pesan nilai-nilai moral, seperti kejujuran, keadilan, kasih sayang, kesederhanaan serta toleransi. Diharapkan dengan dakwah perilaku amoral dan bertentangan dengan agama, seperti korupsi, penindasan, kekerasan dapat diminimalisasi.

Selain itu dakwah diharapkan berperan dalam transformasi sosial dalam perubahan masyarakat kearah positif. Beberapa masalah sosial seperti kemiskinan, kesenjangan gender, ketidakadilan dapat diatasi karena dakwah yang mengena dan tepat sasaran. Para da'i bisa diharapkan menjadi agen perubahan dalam memotivasi dalam perbuatan baik pada masyarakat luas melalui berbagai macam platform dakwah, seperti dakwah digital juga dakwah mimbar.

1. Peran Dakwah Digital

Era disruptif yang mulai menggejala di Indonesia, bisa terjadi pula dalam ranah dakwah. Perkembangan IT dan komunikasi seperti internet dan media sosial yang mulai mengusai kehidupan masyarakat, telah memberikan peluang baru bagi para dai menyebarluaskan pesan moral agama dengan lebih cepat dan luas pada audiens atau jamaahnya yang lebih besar.

Beberapa aspek penting yang diperhatikan dalam konteks dakwah dalam era digitalisasi adalah Aksesibilitas. Dalam era serba digital ini, akses menjadi mudah karena siapapun bisa mengakses konten-konten dakwah, melalui perangkat seperti HP, tablet, atau computer yang memiliki koneksi internet. Namun hal ini kurang bisa diminati oleh masyarakat pelosok yang tidak memiliki jaringan internet atau susah mendapatkan signal internet. Maka mereka tetap mempertahankan dakwah secara langsung atau konvensional.

Dalam dakwah digital media sosial berperan penting seperti Facebook, Twitter, IG dan Youtube merupakan sarana penting saat ini. Penceramah bisa menggunakan platform ini untuk membagikan pesan-pesan agama, nasehat kepada pengikutnya, atau masyarakat umum. Keterlibatan audiens atau komunikasi dua arah melalui komentar, pesan langsung atau obrolan langsung, atau membagikan konten dakwah sangat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan asupan agama, tanpa harus langsung dalam majelis-majelis dakwah.

Konten-konten multimedia lebih luas tidak hanya terbatas pada tulisan atau pidato lisan, namun menariknya bisa berupa video, podcast, infografis atau dengan menggunakan gambar-gambar yang menarik, hingga jamaah mengikuti kajian tersebut sampai tuntas. Kreativitas dalam konten-konten dakwah digital yang bervariasi membuat audiens tidak merasa bosan.

Uniknya, durasi dalam konten dakwah digital ini juga bervariasi, bahkan potongan dakwah yang dianggap mengena, dibagikan ulang dengan durasi yang singkat namun mengena. Kecenderungan pengguna internet di era digital ini adalah ingin mencari informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan minat mereka. Untuk itu, pendakwah harus memahami audiens, selera dan kebutuhan mereka, seperti untuk kaum muda, untuk kaum Wanita atau kalangan umum. Personalisasi pesan dakwah dengan pemberian nasihat relevan dan menyesuaikan dengan preferensi individu.

Kredibilitas dan kualitas konten juga unsur penting untuk dakwah digital. Pendakwah juga harus pandai memilih dan memilih isi dakwah yang memiliki sumber yang layak dipercaya dan bisa dijelaskan secara komprehensif mengenai ajaran agama. Hal yang terpenting diantara semua dalam menyebarkan pesan agama harus diperhatikan etika dan tata cara dakwah yang baik dan berhati-hati untuk menghindari konten yang bersifat sara dan dapat menimbulkan konflik atau kontroversi.

Dakwah digital menawarkan aksesibilitas, fleksibilitas dan interaksi sosial yang luas. Aksesibilitas memungkinkan teknologi digital memberikan akses mudah dan cepat termasuk dalam konten agama dalam mencari informasi agama, mengakses ceramah dan bergabung dengan komunitas dakwah online dengan mudah.

Organisasi World Wide Web Consortium (W3C) ikut memainkan peranan penting dalam mengembangkan pedoman dan standart untuk membuat konten digital agar lebih mudah untuk diakses untuk semua orang. Aksesibilitas menekankan pentingnya meminimalisasi hambatan dan menghilangkan kesenjangan dalam mengakses terhadap media informasi. Salah satu tokoh yang kembangkan teori aksesibilitas adalah Elizabeth Ellcessor yang mempelajari hubungan antara aksesibilitas, teknologi dan keberagaman dalam media. Dia menekankan jika media dan teknologi bisa berkolaborasi dan dapat diakses semua orang, termasuk yang miliki kebutuhan khusus atau berbagai latar belakang yang berbeda.

Aksesibilitas ini mencoba meminimalisasi hambatan dan juga menghilangkan kesenjangan dalam akses pada media dan informasi. Dalam konteks dakwah digital, memastikan materi dakwah yang merupakan konten agama dapat diakses oleh semua orang dalam cara mudah dan inklusif. Hal ini penting untuk menyediakan konten dakwah dalam berbagai format (teks, audio, video dan memperhatikan keterbatasan teknologi dan koneksi di beberapa wilayah atau komunitas tertentu.

Peran dakwah digital yang cukup signifikan yang memungkinkan pendakwah bisa menjangkau jamaah atau audiens lebih luas, tidak terbatas ruang dan waktu bahkan bisa mencapai orang-orang diseluruh dunia. Hal ini tidak bisa dijangkau jika system dakwah konvensional yang terbatas audiens, waktu dan batasan geografis. Menariknya, dalam kondisi tertentu, semisal diperjalanan, dalam kondisi sakit atau mobilitas rendah, orang dapat mudahnya mendapat asupan rohani dari konten dakwah tanpa harus hadir dalam satu majelis dengan penceramah.

Penggunaan internet di Indonesia yang semakin meningkat, mengakibatkan banyak portal online bermunculan dengan platform yang berbeda, maka dengan ini bisa dimungkinkan memaksimalkan peran dakwah digital dengan sentralisasi media dakwah dengan maksud mengembangkan kanal dan akun khusus dakwah digital secara bersama-sama . Hal ini akan terjadi apabila pengelola media harus mampu mengumpulkan para dai yang mumpuni dibidang dakwah, agar masyarakat lebih mudah mencari rujukan media dakwah.

Dakwah digital ini tetap harus bersifat responsive dan menjadi problem solving sesuai dengan kebutuhan umat. Para ulama atau da'i diharapkan menyampaikan materi dakwah yang memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang terjadi saat ini dengan berbagai sumber atau dalil yang kompeten. Konten dakwah digital juga seharusnya bisa memberikan penekanan (emphasize) yang kuat pada berbagai isu-isu penting yang tengah menjadi trend pada masyarakat. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengulang-ulang penyajian dakwah dengan topik tertentu dan menambah wawasan dan perspektif dalam merespon kasus itu sendiri.

Peran dakwah digital yang cukup penting selanjutnya adalah ada rekam jejak sebagai arsip materi dakwah yang mudah disimpan atau dilihat kembali dalam video ceramah, podcast dan tulisan lainnya untuk referensi untuk berbagai tujuan yang selanjutnya dapat dibagikan atau digunakan kembali untuk tujuan Pendidikan dan penyebaran pesan-pesan agama.

Pada tataran dakwah digital ini, menarik atau tidaknya akan berpengaruh oleh jumlah subscribe atau kunjungan pengguna internet. Untuk itu peran dakwah model seperti ini untuk mendorong para dai, ulama atau ustaz untuk terus membranding, menunjukkan kemampuan atau authoritative yakni terus meningkatkan kapasitas dirinya agar benar-benar dipandang layak dan otoritatif oleh public, hingga akhirnya mendapatkan subscriber dan viewer tinggi. (Achmad

Fairozi, Sulistya Ayu A, 2020).

Digital Friendly yang merupakan penguasaan atas algoritma media digital juga harus dikuasai pemilik kanal dakwah. Hal ini dikarenakan untuk mencapai jumlah jamaah yang lebih luas dan lebih banyak. Upaya tersebut adalah membuat konten dakwah yang saling berkaitan atau bersambung dengan konten sebelumnya dan yang kedua dengan merujuk atau mengutip dan merespon konten dakwah dari ulama-ulama lain dan terakhir share dan re-share konten dakwah kepada public secara berkala. (Achmad Fairozi, Sulistya Ayu A, 2020).

Efektifitas dakwah akan terlihat jelas jika bisa mempengaruhi sikap pembaca atau pendengarnya hingga mereka melakukan bentuk perbuatan yang nyata. Schramm dan Roberts memberi rincian efek media dalam tiga bentuk; 1) efek kognitif (cognitive effect), pengaruh dakwah pada pola piker seseorang, 2) efek afektif (affective effect) yakni pengaruh dakwah pada psikis juga emosional seseorang dan 3) efek behavioral (behavioral effect), dimana dakwah mampu memengaruhi tindakan seseorang (Solomon, Michael R, 2011). Secara sederhana dalam dakwah digital, effect ini bisa diketahui dari jumlah like atau dislike, jumlah share atau repost hingga jumlah subscribe atau langganan dalam suatu media dakwah.

Adanya teori superiority media merupakan teori yang digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya media dapat dilihat dari luas jangkauan media. Teori yang dikemukakan oleh Steers menyatakan jika media dianggap kuat apabila mampu menjangkau dan memenuhi tujuan yang dialokasikan sejak awal. (M Steers Richard, 1985: 97) .Dalam koanteks dakwah digital, teori ini akan melihat sejauh mana dakwah itu bisa menjangkau viewers yakni pembaca atau pendengar, seberapa banyak followes, subscriber yang akhirnya berubah perilaku, mengamalkan serja mengajak orang lain dalam mengamalkan pesan-pesan dakwah itu sendiri. Hingga terbukti dakwah yang memenuhi target secara kualitas maupun kuantitas juga sasaran persebarannya. Semakin besar viewer maka akan semakin tinggi tingkat efektifitasnya. (Hidayat,1986: 35)

Aspek selanjutnya dalam dakwah digital, berperan dalam menyajikan konsep interaktivitas yang dikemukakan oleh Niklas Luhmann, seorang sosiolog asal Jerman yang mengurai jika dalam proses komunikasi melibatkan pertukaran informasi dan respon antar individu maupun kelompok. Interaktivitas ini akan menjadikan ketergantungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, dimana pesan dari satu pihak akan mempengaruhi respons atau tindakan pihak lain.

Hal diatas mengacu pada kemampuan para dai atau penceramah untuk berinteraksi secara langsung melalui media digital dalam platform online dengan menerima tanggapan, pertanyaan, pertukaran gagasan, komentar dan respon langsung antara dai dan audiens dengan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan memfasilitasi pemahaman tentang ajaran dan pesan agama yang lebih baik.

Jembatani hubungan langsung antara da'i dan audiens ini menarik untuk diketengahkan, karena pertukaran dua arah ini akan memberikan jawaban atau klarifikasi atas pertanyaan serta menjelaskan konsep yang kompleks atau memberikan nasehat yang lebih spesifik sesuai dengan kebutuhan individua atau kelompok. Tentu saja kegiatan seperti ini tanpa batasan ruang dan jangkauan hingga tercapai target atau pesan dakwah itu sendiri.

2. Peran Dakwah Mimbar

Pesan atau isyarat yang disampaikan dalam Al Qur'an oleh pendakwah itu kedudukannya sentral. Dalam perspektif Al Quran, pesan dalamnya perlu dirangkai sedemikian rupa hingga sampai dan menyentuh hati pendengarnya. Dalam istilah Islam ada "qaul" dalam berbagai ayat. Pertama ada istilah *qaul maysur* (Qs. al-Isra [17]: 28), yang berarti perkataan yang mudah. Hal ini bisa jadi substansi tidak mudah, namun pemilihan bahasa yang digunakan adalah mudah dimengerti oleh audiens atau jamaah. Kemudian, *qaul husna* (Al Baqarah(2) :83) yakni perkataan yang baik, yang mendorong orang lain bertindak atau beribadah lebih baik. Ketiga, *qaul ma'ruf* (Qs. An-Nisa(4):5) juga mengandung arti perkataan yang baik. Dalam arti sematik, kata *ma'ruf* memiliki arti kebaikan yang diketahui yang bersifat operasional, lokal atau bahkan sesaat.

Keempat, *qaul sadid* (Qs. al-Ahzab (33):70) yang berarti perkataan yang jujur, tanpa rekayasa dan adanya , secara benar dan tidak dikuasai nafsu pribadi. Kelima, *qaul karim* (Qs. al-Isra (17):23 yang berarti perkataan yang mulia. Keenam, *qaul layyin* (Qs. Taha (20);42-44) yang miliki arti perkataan yang lemah lembut. Terakhir yakni *qaul tsaqila* (Qs. al-Muzzammil (73):5) yang berarti perkataan yang berbobot. Kedekatan kita kepada Allah, menjadikan kontak langsung denganNya yang tidak dimiliki orang lain, hingga Allah menurunkan kemampuan dalam bentuk perkataan yang berbobot (Ma'arif, 2010: 75 – 78).

Dakwah mimbar, merupakan salah satu dakwah yang telah tua usianya yang sampai saat ini masih diakui dan eksis kebaradaannya. Sedangkan khutbah atau pidato (isi ceramah) merupakan sarana. Dakwah mimbar sering disebut khutbah atau ceramah. Arti kata

khotbah adalah bercakap-cakap mengenai masalah penting. Dalam Bahasa Indonesia sering ditulis khutbah atau khotbah. Dalam sejarah, pidato atau khutbah Nabi Muhammad SAW yang disampaikan pada haji terakhir sebelum beliau wafat disebut dengan khutbah wada' (pidato perpisahan).

Makna khotbah sudah bergeser dari pidato secara umum menjadi pidato atau ceramah agama dalam ritual keagamaan. Menurut Moh Ali Aziz, yang mengutip pendapatnya di Aboebakar Atjeh difinisikan Khotbah sebagai dakwah atau tabligh yang diucapkan secara lisan pada upacara-upacara agama, seperti khotbah Jumat, Khotbah hari raya dan lain sebagainya yang memiliki syarat dan ketentuan tersendiri (pakem). Pergeseran dari pidato atau ceramah secara umum menjadi ceramah atau khotbah keagamaan atau ritual keagamaan yang terletak pada aturan tentang waktu, isi dan cara penyampaiannya. Khotbah Jumat yang disampaikan pada saat shalat Jumat tidak diperbolehkan ada humor dan tanya jawab, sebagaimana ceramah pada umumnya (Aziz, 2009: 28 – 30).

Dakwah mimbar, menurut Fitriana Utami Dewi (2013:159-161) yang mengutip pendapat Hanung Hisbullah, ada tiga model penyampaian pesan dakwah di public ada tiga model penyampaian, yang pertama Teknik membaca naskah (Reading From a Manuscript) yang mana merupakan model penyampaian paling formal. Teknik ini digunakan agar penyampai tidak keluar tema dan terlihat aman. Teknik seperti ini dianjurkan pada pendakwah mengenai topik-topik sensitif, agar tidak lepas control, salah ucap, pelanturan materi ataupun salah tafsir pada audiens.

Teknik berikutnya adalah Teknik hafalan (Presenting from Memory). Teknik ini memang agak sukar karena memerlukan konsentrasi yang tinggi. Teknik ini memiliki beberapa kekurangan diantaranya pendakwah bisa saja lupa dengan hafalannya, hingga bisa memecah konsentrasi. Teknik lainnya adalah spontanitas, atau tanpa persiapan (Speaking Extemporaneously). Spontanitas ini biasanya ditunjuk untuk khotbah atau ceramah secara mendadak. Penceramah atau pendakwah menyampaikan materi tanpa naskah atau hafalan, hanya bermodal menyusun kata-kata yang bisa dipahami. Namun hal ini bila dilakukan oleh penceramah yang sudah terbiasa menyampaikan materi didepan umum, maka tidak mengalami kesulitan yang berarti. Meski spontanitas, penceramah tetap bisa membuat (outline) garis besarnya jika ada waktu, agar ceramah bisa tidak melenceng dari topik.

Dakwah mimbar, meski terkesan kuno karena adanya teknologi digital tapi masih sangat diperlukan dalam berbagai kesempatan

hingga saat ini. Ternyata dakwah mimbar memiliki peran penting yang tidak bisa digantikan sepenuhnya oleh dakwah digital. Diantaranya adalah :

Pertama, Dakwah mimbar ini memungkinkan penceramah bisa berinteraksi langsung *face to face* dengan audiens atau pendengar. Hal ini bisa menciptakan suasana hangat, cair, dan memungkinkan saling berdialog, memberi klarifikasi, diskusi dan ciptakan suasana intim yang mendekatkan penceramah dengan jamaahnya.

Kedua, Memiliki kekuatan emosi yang bisa langsung menyentuh hati dan emosi audiens. Hal ini bisa didapatkan, jika penceramah pandai untuk berbicara melalui gestur tubuh yang baik, juga melalui intonasi suara, ekspresi wajah dan gerakan tubuh hingga dapat mempengaruhi emosi hingga pesan yang disampaikan, akan lebih kuat mengena dan akan menjadi pengalaman terbaik dalam mendengarkan pesan agama yang disampaikan.

Ketiga, Membangun komunitas. Hal yang penting dari dakwah mimbar ini adalah membentuk ikatan kuat atau komunitas bagi jamaah yang datang berkumpul secara fisik disatu tempat untuk mendengarkan pesan agama secara Bersama, hingga tercipta ikatan sosial dan hubungan lebih dekat dengan para anggota.

Keempat, Adanya pengalaman pribadi antara majelis yang hadir dalam dakwah mimbar, baik pembicara maupun audiensnya. Hal ini dapat digunakan sebagai sarana saling memotivasi satu sama lain dalam kebaikan dalam kehangatan secara fisik , yang tidak didapatkan saat disampaikan dalam dakwah digital. Perasaan hangat dan spiritual yang didapat secara bersama-sama saat belajar masalah agama dapat memberikan pengalaman yang berharga pada para audiens.

Kelima, Membantu mengatasi isu-isu sosial dan moral yang tengah trend dan terjadi pada masyarakat. Audiens akan tertarik jika isi dakwah lebih mengarah pada hal-hal yang tengah viral atau membahas tentang isu-isu yang tengah marak dan membutuhkan jawaban secara agama. Pendakwah bisa menjadikan ini sebagai kesempatan terbaik untuk menyampaikan pesan-pesan agama dalam isu-isu yang dibahas, seperti keadilan sosial, kemiskinan, kekerasan gender dan masih banyak lagi.

Meskipun diera digital ini dirasa merupakan dakwah yang tepat memberikan kemudahan akses dan keuntungan-keuntungan lainnya, namun dakwah mimbar masih memiliki tempat yang strategis dan masih dapat memenuhi kebutuhan spiritual dan sosial masyarakat. Kedua dakwah ini bisa saling melengkapi dan merupakan strategi dakwah yang diperlukan dalam era manapun yang bisa sinergis untuk

menyampaikan pesan agama dengan efektif.

Dengan demikian, latar belakang masalah ini mencerminkan perubahan sosial dan teknologi yang signifikan dalam masyarakat, dan bagaimana dakwah dalam bentuk digital dan tradisional (mimbar) berperan dan berdampak dalam era digitalisasi saat ini.

F. Dampak Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar

Dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI : 2018), pengertian dampak adalah benturan, pengaruh yang mendarangkan akibat, baik positif maupun negative. Adanya pengaruh daya yang timbul dari orang atau benda ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang . Pengaruh adalah merupakan keadaan dimana adanya hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Dampak bisa berasal dari internal dan eksternal dalam masyarakat. Dampak internal merupakan dampak yang disebabkan dari faktor masyarakat itu sendiri. Sementara dampak eksternal adalah dampak yang berasal dari luar masyarakat. Menurut Mangunsubroto (1995:110), dampak eksternal ada dua, yakni eksternalitas positif dan eksternalitas negative. Dampak yang menguntungkan dari suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak satu terhadap orang lain tanpa adanya kompensasi dari pihak yang diuntungkan, merupakan dari dampak eksternalitas positif. Sedangkan eksternalitas negative apabila dampak bagi orang lain yang tidak menerima kompensasi yang sifatnya merugikan.

1. Dampak Dakwah Digital

Dalam penyampaian misi dakwah atau pesan-pesan dakwah, tentu menimbulkan beberapa implikasi termasuk dampak yang ditumbulkan dari beberapa segi, seperti sosial, budaya dan psikologis. Dampak yang mungkin terjadi secara sosial dari dakwah digital antara lain:

a. Dampak positif

Dari segi sosial , Penyebaran Ajaran Agama yang lebih luas. Tidak bisa dipungkiri dalam perkembangan teknologi yang sangat cepat, memudahkan masyarakat untuk mencari informasi yang dibutuhkan, salah satunya dalam bidang keagamaan. Dakwah digital secara sosial dirasa sangat membantu untuk meluaskan pesan-pesan agama mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Senjata internet yang begitu urgent saat ini dapat menjangkau orang-orang dari berbagai latar belakang sosial dan geografis, juga tidak batasi ruang dan waktu.

Berikutnya adalah keterbukaan dan inklusivitas, Dalam Platform digital menyediakan ruang yang inklusif dari berbagai kelompok atau aliran pemikiran dalam persoalan keagamaan, Hal ini menjadi menarik karena ada diskusi, dialog antar kelompok hingga mendapatkan pemahaman agama yang lebih mendalam. Selain itu, keterhubungan dengan komunitas dakwah online, hingga jamaah yang tergabung didalamnya dapat berinteraksi juga berdiskusi karena persamaan minat dan berada dalam halaqoh yang sama tanpa terbatas ruang dan waktu. Dampak positif lainnya adalah Aksesibilitas informasi luarbiasa yang bisa diakses kapan dan dimana saja, ceramah, kajian agama dari kota besar sampai daerah terpencil sekalipun. Yang menarik, dakwah digitalisasi ini memungkinkan perempuan bisa mengambil bagian dalam rangkaian dakwah maupun menimba ilmu agama lebih mudah, bahkan menjadi ustazah, karena saat ini perempuan menjadi ulama memang diperlukan.

Dampak positif dalam budaya yakni adanya adopsi budaya baru dalam masyarakat melalui pola pikir atau tata nilai baru melalui konten-konten dakwah. Selain itu melestarikan tradisi dakwah, walaupun secara digital. Hal ini dimungkinkan untuk beradaptasi dengan teknologi namun tetap perhatikan relevan untuk generasi muda. Selain itu ada budaya untuk selalu mencari informasi yang akurat, secara cepat dan mencari jawaban atas permasalahan, baik masalah agama atau lainnya secara lebih mudah dan lebih banyak variasi pilihan konten sesuai kebutuhan.

Selain itu, ada dampak secara psikologis dan emosional, seperti pesan-pesan dakwah yang disampaikan da'i akan mempengaruhi perasaan, keyakinan dan pandangan hidup individu baik secara positif maupun negatif. Selanjutnya adanya dukungan emosional bagi individu yang menghadapi kesulitan, krisis atau tantangan. Dan tentu saja secara psikologis dan emosional konten-konten agama yang lebih mudah diakses, bisa memberi ketenangan individu setelah mendapatkan jawaban yang menyegarkan dari penceramah atau da'i.

b. Dampak Negatif

Disamping adanya berbagai dampak positif, ternyata dakwah digital memiliki dakwah negative, diantaranya adanya hoax, atau informasi salah tidak akurat bahkan menyimpang. Menurut Irving V Paputungan, Pengajar Ilmu Informatika di UII, pada dasarnya hoax merupakan informasi yang memuat konten yang tidak baik dan memiliki efek buruk bagi konsumennya.

Dampak negative lainnya adanya konflik dan radikalisasi yang bisa menyebarkan paham mereka berbalut dakwah hingga propaganda dapat mempengaruhi orang-orang khususnya kaum muda yang masih labil dan berpikiran sempit (Andang Sunarto, , 2017: 128) .Selain itu ketergantungan pada platform digital yang berlebihan akan menyebabkan pengabaian interaksi sosial secara langsung.

Hal yang tidak disukai dari dakwah digital ini adalah adanya kepentingan tertentu, misalnya politik, komersil atau pribadi yang mengaburkan integritas agama. Sejalan dengan hal tersebut, Filter bubble dan polarisasi juga merupakan hal yang mengkhawatirkan, seperti adanya kecenderungan orang terpapar pada konten yang sejalan dengan pandangan mereka hingga mengurangi toleransi terhadap pandangan yang tidak sejalan dengannya.

Bagi pendakwah sendiri ada efek negatif, karena mulai adanya kelelahan mental dan tekanan kinerja. Pendakwah beserta tim harus terus menciptakan konten dan menyampaikan pesan yang menarik. Hal demikian menyebabkan kelelahan mental juga fisik dan tekanan kinerja yang berpotensi pada beban psikologis mereka. Apalagi mereka harus menjaga jumlah like, komentar, jumlah pengikut yang menunjukkan kurang keberhasilan dakwah. Ketergantungan pada validasi sosial ini dapat menyebabkan kecemasan dan stress jika jumlah dukungan dan respon yang mengalami fluktuatif dari waktu ke waktu.

Dakwah digital membawa perubahan besar dari umat, dari cara dan pengaruh yang didapat, baik positif maupun negatif. Namun perlu diingat Upaya dakwah yang bertanggung jawab dan dilakukan dengan penuh kesadaran dan kehati-hatian bagi pendakwah maupun audiens untuk mendapatkan pesan dakwah yang akuntabilitas untuk memastikan pesan dakwah harus disampaikan dengan nilai-nilai Islam sejati.

2. Dakwah Mimbar

Dakwah mimbar memiliki pengaruh kuat pada audiens atau jamaahnya karena disampaikan secara langsung oleh da'i atau penceramah yang dihormati oleh masyarakat. Oleh karenanya dakwah mimbar ini memiliki potensi besar untuk memiliki dampak baik positif maupun negatif oleh jamaah.

a. Dampak Positif:

Dampak positif dakwah mimbar adalah peningkatan pemahaman agama yang akhirnya akan berpengaruh dalam peningkatan keimanan masyarakat. Diharapkan pendakwah

memiliki pengalaman dan pengetahuan agama yang luas hingga pesan yang disampaikan bisa menginspirasi jamaahnya. Selain itu dakwah mimbar bisa membantu membentuk karakter positif dan memainkan peranan penting dalam membentuk komunitas antar jamaah yang solid.

Dakwah mimbar dapat menangkap keterikatan emosi antara pendakwah dan pendengar sekaligus meningkatkan Kesehatan mental masyarakat, ketenangan batin dengan pesan-pesan dakwah yang damai hingga dapat mengurangi stres dan kecemasan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut C.G. Jung, dakwah agama berperan positif dalam penyembuhan dan pengembangan psikologis manusia dan membantu manusia menemukan jati dirinya (C.G. Jung, 1958: 117)

Kemudian dampak yang terlihat nyata pada dakwah mimbar adalah mendorong kegiatan sosial lebih berkembang, hingga meningkatkan rasa empati dan kepedulian terhadap orang lain lebih mencuat, seperti mudah untuk berdonasi atau mengumpulkan dana saat pengajian berlangsung apalagi ajakan dari pendakwah sendiri.

b. Dampak Negatif

Ternyata disamping dampak positif dari dakwah mimbar, ada beberapa dampak negatifnya diantaranya adanya fanatismen dan radikalisme yang mudah dihembuskan oleh para da'i jika memiliki kencerungan mengenai hal tersebut dalam setiap materi dakwahnya. Fanatismen yang berlebihan dan tidak diimbangi moderasi dan pengetahuan agama yang seimbang maka akan terjadi kelompok-kelompok radikal. Syekh Yusuf al-Qardawi mengingatkan jika dakwah itu menghindari unsur fanatismen, dan menekankan pentingnya berdialog dengan orang lain untuk memahami perspektif mereka.

Berikutnya, dakwah mimbar yang secara langsung berhadapan dengan jamaah dalam satu majelis bisa memantik tidak inlusif dan diskriminatif, jika pendakwah terlalu subyektif memandang suatu permasalahan. Polarisasi sosial bisa dengan mudahnya terbentuk jika ada penekanan berlebihan pada perbedaan. Syekh Abdullah bin Bayyan menekankan pentingnya inklusivitas dalam dakwah serta bisa mendukung pesan dakwah dalam kelembutan dan kedamaian.

Para da'i yang kurang bisa memahami kondisi sosial dan budaya setempat akan membuat permasalahan tersendiri karena apa yang akan disampaikan bisa tidak menyebabkan ketidaksesuaian pesan agama dengan realitas masyarakat. Ulama Tariq Ramadhan

menyoroti pentingnya penyampaian pesan adakwah dengan memahami konteks sosial dan kultural masyarakat agar tidak terjadi gap dan pesan agama bisa diterima masyarakat.

Selanjutnya Dr. Ali Jum'ah mengungkapkan jika dakwah tidak boleh digunakan untuk tujuan polik tertentu dan harus murni mengajarkan nilai-nilai agama dan tidak boleh disalah gunakan untuk kepentingan lain, termasuk politik. Terakhir, dakwah mimbar yang terjadi pada masyarakat, terutama masyarakat yang ada dikampung-kampung atau pedesaan harus kredibel dan bisa meningkatkan ilmu, seperti yang diungkap Syekh Hamza Yusuf. Biasanya kekurangan wawasan mereka berpengaruh pada kedangkalan muatan agama yang disampaikan, disamping dikhawatirkan salah tafsir, dan salah pengambilan kesimpulan pada beberapa masalah agama, atau masalah-masalah yang terjadi dalam masyarakat.

G. Simpulan

Peran dakwah digital dalam masyarakat saat ini adalah bisa mencapai audiens yang luas dengan tingkat penyebaran pesan yang cepat tanpa berbatas ruang dan waktu melalui media yang beragam seperti teks, gambar, audio, video dan animasi hingga bisa memenuhi kebutuhan beragam dari audiens dalam menerima pesan dakwah. Dakwah digital juga membuka ruang seluas-luasnya untuk interaksi dua arah, memungkinkan penceramah dan audiens bisa diskusi, pertukaran ide, mengklarifikasi pemahaman sampai membangun koneksi yang lebih dekat dengan audiens.

Sedangkan peran dakwah mimbar, penceramah bisa berinteraksi langsung *face to face* dengan audiens atau pendengar. Hal ini bisa menciptakan suasana hangat, cair, dan memungkinkan saling berdialog. Kemudian, memiliki kekuatan emosi yang bisa langsung menyentuh hati dan emosi audiens. Selanjutnya membangun komunitas dengan membentuk ikatan kuat atau komunitas bagi jamaah yang datang berkumpul secara fisik disatu tempat untuk mendengarkan pesan agama secara Bersama.

Memberikan motivasi dan sugesti positif dalam kebaikan antara penceramah dengan audiens, merupakan salah satu peran yang cukup signifikan dari dakwah mimbar. Dan terakhir, membantu mengatasi isu-isu sosial dan moral yang tengah trend dan terjadi pada masyarakat.

Dampak dari dakwah digital secara positif adalah meliputi dampak sosial budaya, Psikologi dan emosi yang keseluruhannya menampilkan fungsi kemaslatan dakwah di era digital baik untuk

penceramah maupun audiens.

Sedangkan dampak negatif dari dampak digital diantaranya rentan berita hoax, terpapar konten konflik dan radikalisasi, ditunggangi unsur politik tertentu dan beban psikis bagi pembuat konten dakwah.

Dampak positif dari dakwah mimbar adalah peningkatan pemahaman agama secara langsung serta membentuk karakter jamaah yang positif serta meningkatkan keterikatan emosi antara pendakwah dan jamaahnya. Hal lainnya adalah Kesehatan mental masyarakat secara langsung dapat terjaga, serta mendorong kegiatan sosial kemasyarakatan lebih berkembang.

Dampak negatif adalah adanya fanatisme dan radikalisme yang dihembuskan oleh pendakwah secara langsung seringkali berpengaruh pada para jamaah. Intoleran dan diskriminatif adalah satu dari beberapa dampak negatif dari dakwah mimbar. Ketidak pekaan dari para da'i untuk memahami kondisi sosial budaya masyarakat, menjadi catatan tersendiri, karena bisa menjadi gap dalam masyarakat.

Perlu dingat, jika dakwah secara keseluruhan baik digital maupun mimbar merupakan tanggung jawab besar. Untuk itu para da'i, penceramah, ustazd ataupun pembuat konten dakwah harus mengupayakan berbagai pendekatan bijaksana, inklusif serta mengandung ilmu atau ilmiah. Dakwah damai, harus mengikuti teladan Nabi Muhammad SAW, serta bersikap toleran dan memahami konteks sosial disekelilingnya. Hingga pada akhirnya dakwah menjadi sarana yang positif untuk membawa kemaslahatan dan memperkuat hubungan sesama manusia.

H. Referensi

Dudung Abdul Rohman, 2019, *Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial*, Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung ISSN 2085-4005 Volume XIII Nomor 2 Tahun 2019

Murianews.com, 2022, <https://murianews.com/>

Arikunto, Suharsimi, 2011, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta

Zed, Mestika, 2004, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Sabarguna, B. S, 2005, *Analisis Data pada Penelitian Kualitatif* , Jakarta : UI-Press

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2018, Kementerian Pendidikan dan Budaya,

Jakarta: Pusat Bahasa, 2018

Nasaruddin Umar, 2015, *Dai dan Ulama Harus Menulis*,
<Https://Republika.Co.Id/Berita/Nk28wd23/Prof-Nasaruddin-Umar-DaiDan-Ulama-Harus-Menulis>,

Moh. Ali Aziz, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media Group

Fairozi, ahmad, and Sulistya Ayu, 2020, “*A Digitalisasi Dakwah: Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah Di Era Pandemi*”. Jurnal Bimas Islam 13, no. 2 (December 15, 2020): 307–344.
<https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/265>.

Solomon, Michael R, 2011, *Consumer Behavior: Buying Having, And Being*, Edisi-9, New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall

.M Steers Richard, 1985, *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku*, Jakarta: Airlangga

Hidayat, 1986, *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Ma’arif, Bambang S.,2010, *Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media,

Fitriana Utami Dewi, 2013, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di depan Publik: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar,

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI : 2018), Kementerian Pendidikan dan Budaya, Jakarta: Pusat Bahasa.

Andang Sunarto, 2017, *Dampak Media Sosial Terhadap Faham Radikalisme*, Article PeerReviewed Book Bachelors, IAIN Bengkulu

C.G. Jung, 1958, *Psyche and Symbol* , New York: Doubleday,