



Laporan Tahunan | ISLAM INDONESIA 2022

ISLAM INDONESIA 2022



EMBUN
KALIMASADA

Adhang Adhang Tetese Embun



Yayasan Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia
Jl. Cik Ditiro No.1, Terban, Gondokusuman,
Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55223
(0274) 589604

Abra Talattov | Aguk Irawan | Fuad Nashori |
Hijrah Purnama Putra | Rizki Alief Alvian | Rizky
Trias Setiawati | Subhan Afifi

Editor: Hadza Min Fadhli Robby dan Ahmad Sadzali

ISLAM INDONESIA 2022

© 2022 Penulis

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan seluruh atau sebagian isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik ataupun mekanik termasuk memfotokopi, tanpa izin dari Penulis.

Ukuran: 21 x 14 X 2.5 cm Jumlah halaman: xiv + 162

Cetakan I

Januari 2022 M / Jumadil Akhir 1443 H

ISSN: 3025-9304

E-ISSN: -



Penerbit:

UII Press Yogyakarta.

Jl. Cik Di Tiro No. 1, Yogyakarta 55223

Tel. (0274) 547865 (Hotline; Fax. (0274) 547864

uiipress@uii.ac.id; uiipress@asia.com; fb: UII Press Anggota

IKAPI, Yogyakarta.

Daftar Isi

Kata Pengantar	vii
Ringkasan Eksekutif	ix
1. Dakwah <i>Undisrupted</i>: Resiliensi Komunikasi Dakwah di Era Pandemi	1
<i>Dr. Subhan Afifi, M.Si</i>	
Pendahuluan	1
Urgensi Dakwah	4
Keniscayaan Komunikasi Dakwah Digital	13
Resiliensi Komunikasi Dakwah di Era Pandemi Covid-19.....	16
Agenda ke Depan	30
Simpulan	35
Daftar Pustaka	36
2. “Kerjasama di Dunia Islam dalam Menguatkan Resiliensi di Era Pandemi”	39
<i>Dr. Hasbi Aswar, S.IP., M.A.</i>	
COVID-19 di Negara Mayoritas Muslim.....	43
Kerjasama Penanganan COVID-19 19 di Dunia Islam.....	45
Kesimpulan.....	48
Daftar Pustaka.....	51
3. Dinamika Ruang dan Resiliensi Kebudayaan Islam di Era Pandemi	55
<i>Dr. KH. Aguk Irawan, Lc., M.A.</i>	
Pendahuluan.....	55
Pergeseran Ruang Kebudayaan	59
Kesimpulan	66
References.....	67
4. Ketahanan Keluarga di Masa Pandemi: Fakta dan Upaya	71
<i>Dr. Dra. Trias Setiawati, M.Si</i>	
Pendahuluan.....	71
Permasalahan Keluarga di Masa Pandemi.....	76
Perkawinan Anak.....	78

Kekerasan pada Perempuan	81
Meningkatnya Perceraian	83
Upaya Meningkatkan Ketahanan Keluarga.....	86
Simpulan.....	91
Referensi.....	92
5. Pandemi dan Kelestarian Lingkungan	95
<i>Dr. Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng</i>	
Pendahuluan	95
Pandemi dan Kualitas Udara Perkotaan	96
Pandemi dan Kuantitas Sampah.....	101
Simpulan.....	105
Daftar Pustaka.....	107
6. Resiliensi Industri Kreatif Muslim	113
<i>Rizky, S.Kom., M.Kom</i>	
Pendahuluan.....	113
Kondisi Industri Kreatif Muslim di Masa Pandemi	116
Strategi dan Peluang Industri Kreatif Muslim di Masa Pandemi.....	120
Urgensi Resiliensi Industri Kreatif Muslim di Masa Pandemi	122
Simpulan.....	124
Daftar Pustaka.....	125
7. Resiliensi Ekonomi Syariah Indonesia.....	127
<i>Abra Talattov, S.E., M.Sc.</i>	127
Pendahuluan	127
Momentum Kebangkitan Ekonomi Syariah	130
Mengoptimalkan Potensi	143
Referensi.....	145
8. Gerakan Islam sebagai Motor Resiliensi: Prospek dan Keterbatasan	147
<i>Rizky Alif Alvian, S.IP., M.I.R.</i>	147
Pendahuluan.....	147
Kontribusi Gagasan Gerakan Islam di Masa Pandemi	149
Daya Politik Gerakan Islam di Masa Pandemi	154
Penutup	158
Daftar Pustaka.....	159

Kata Pengantar

Alhamdulillah, setelah lepas setahun dari 2021, Lembaga Kebudayaan Embun Kalimasada YBW UII masih diberikan taufik, hidayah, rida dan inayat oleh Allah SWT untuk kembali merilis Laporan Tahunan Embun Kalimasada 2022 ke hadapan khalayak umum.

Pada tahun ini, kami bersama tim penulis berupaya melakukan refleksi mendalam dan membangun pemikiran baru tentang resiliensi Muslim Indonesia di era pandemi dan peluang peran masyarakat Muslim Indonesia untuk meningkatkan resiliensi Indonesia di tengah pandemi.

Selain itu, tulisan-tulisan yang ada di dalam laporan ini juga mencoba untuk memberikan rekomendasi dan kerangka berpikir yang dapat digunakan untuk menguatkan ketahanan masyarakat Indonesia di tengah pandemi yang masih terus berjalan dan situasi yang tidak menentu.

Kami tetap berharap agar tulisan-tulisan yang mungkin masih memiliki banyak kekurangan ini tetap jua menjadi berkat dan manfaat bagi yang membutuhkan.

Kami berterimakasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses penulisan dan penggarapan Laporan Tahunan Embun Kalimasada 2021.

Akhirkalam, Laporan Tahunan ini kami dedikasikan kepada seluruh penggerak yang berupaya untuk meningkatkan resiliensi masyarakat Indonesia di berbagai macam sektor.

Tabik,

Suwarsono Muhammad dan Hadza Min Fadhli Robby

Ringkasan Eksekutif

Islam Indonesia 2021 tahun lalu telah memberikan catatan terhadap berbagai respons umat Islam terhadap pandemi Covid-19 dan kehidupan kenormalan baru (*new normal*). Tahun ini, Islam Indonesia 2022 melanjutkan catatan tersebut dalam ulasan bertajuk resiliensi, guna memotret sejauh mana daya tahan, daya lenting, kreativitas serta inovasi kita dalam beradaptasi dengan kenormalan baru tersebut. Mungkin kita sepakat bahwa dua tahun merupakan waktu yang cukup untuk dapat beradaptasi dengan baik terhadap kehidupan baru.

Ekonomi tentu saja menjadi aspek yang paling menonjol dan paling banyak diuji selama pandemi. Semua kita mempertanyakan momentum pemulihan ekonomi, termasuk ekonomi syariah. Abra Talattov telah melakukan analisis terhadap kebangkitan kembali pertumbuhan ekonomi syariah di tahun 2022. Menurutnya, sektor industri atau sektor yang memiliki kaitan dengan pengeluaran rumah tangga kelas menengah muslim menjadi potensi yang harus digali dalam rangka melejitkan perkembangan ekonomi syariah. Perbankan syariah dapat memainkan peranannya pada sektor tersebut.

Kebudayaan Islam mungkin dapat dikatakan menjadi aspek yang paling terpapar dan cukup tertatih-tatih untuk

menyesuaikan. Ruang kebudayaan pun akhirnya harus bergeser, dari ruang fisik ke ruang digital. Aguk Irawan mencoba untuk memotret pergeseran ruang tersebut, yang kemudian disebut sebagai salah satu faktor penting dari resiliensi kebudayaan Islam. Kolaborasi apik antara ulama dan pemerintah dalam merespons pandemi juga menjadi faktor pendukung yang cukup dominan. Selain itu, adanya ‘perlawanan kecil’ dari beberapa kelompok minoritas untuk mempertahankan keyakinan dan nilai-nilai yang dianut, juga dipandang sebagai faktor positif dari resiliensi kebudayaan Islam.

Pandemi Covid-19 yang berkarakter transnasional ini menuntut adanya kerjasama internasional dalam upaya-upaya penanganannya, salah satunya soal vaksinasi. Kerjasama negara-negara Muslim sangat patut untuk dipertanyakan, yang kemudian diulas oleh Hasbi Aswar. Pasalnya alokasi pembangunan pelayanan kesehatan di negara-negara Muslim yang tergabung di dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dilaporkan masih rendah. Selain dibutuhkan adanya bantuan pendanaan penanganan Covid-19, OKI juga diharapkan selalu aktif berkoordinasi dengan WHO, CEPI dan GAVI sebagai penggerak proyek vaksin global COVAX untuk memastikan negara-negara rentan dapat mendapatkan vaksinasi secara cepat. Ke depan, negara-negara anggota OKI harus mendesain penyelesaian persoalan-persoalan struktural yang terjadi terutama dalam bidang kesehatan.

Isu lain yang juga sangat urgen untuk diperhatikan selama masa pandemi adalah soal lingkungan. Dalam artikelnya, Hijrah Purnama Putra memberikan catatan khusus pada dua aspek

pengelolaan lingkungan, yaitu kualitas udara dan pengelolaan sampah. Efek pandemi dengan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan orang di luar rumah ternyata berdampak baik terhadap kualitas udara, karena turunnya pencemaran dari aktivitas transportasi dan industri. Meskipun sayangnya, kualitas udara yang baik tersebut ini tidak permanen seiring dengan dimulainya kembali aktivitas orang di luar rumah. Sedangkan pada aspek pengelolaan sampah, terdapat pekerjaan rumah yang sangat berat karena adanya peningkatan volume sampah sebagai efek dari berkegiatan di rumah, ditambah lagi dengan meningkatnya sampah medis yang penanganannya tentu tidak mudah. Dalam jangka pendek, Indonesia sangat membutuhkan teknologi pengelolaan sampah yang memadai.

Dalam situasi pandemi, Trias Setiawati juga mengungkap bahwa ketahanan keluarga menghadapi berbagai tantangan yang tidak mudah. Ada dua tantangan besar yang dihadapi dalam memastikan ketahanan keluarga di era pandemi: pertama, tingginya angka kekerasan terhadap perempuan di ranah domestik maupun di lapangan kerja; kedua, kurangnya literasi terkait ketahanan keluarga dan kesetaraan gender. Untuk menghadapi masalah-masalah tersebut, Trias Setiawati menyarankan agar pemerintah bersama-sama dengan lembaga non-pemerintah membentuk gerakan literasi Pernikahan dan Keluarga Berkualitas (PKB). Literasi PKB memiliki dua sasaran, yakni untuk keluarga baru dan keluarga lama. Literasi PKB untuk keluarga baru berfokus untuk membangun pernikahan suci dan saling mempercayai. Literasi PKB untuk keluarga lama berfokus untuk membangun keluarga yang berkualitas. Trias juga

menekankan pemecahan masalah pada aspek ketahanan keluarga dalam tiga aspek: pertama, penguatan terhadap pemberdayaan keluarga; kedua, literasi terhadap ketahanan keluarga menjadi faktor penting untuk mengantisipasi gejala negatif yang muncul dari Kekerasan dalam Rumah Tangga; ketiga, program literasi PKB untuk menguatkan sendi-sendi ketahanan keluarga.

Di aspek komunikasi publik, Subhan Afifi membahas strategi komunikasi dakwah yang berlangsung selama Covid-19. Adanya pandemi membuat pola komunikasi berubah menjadi virtual, sehingga dakwah yang awalnya berlangsung di ruang-ruang publik secara terbuka berpindah ke ruang-ruang virtual. Banyak akun-akun dakwah yang menjadi populer setelah pandemi karena menerima audiens dari berbagai macam kalangan, terutama generasi muda. Dalam menghadapi perkembangan dakwah virtual, Subhan Afifi memberikan beberapa saran penting. Pertama, dai perlu meningkatkan kompetensi digital guna menghadapi dunia dakwah virtual yang semakin berkembang. Kedua, dai perlu membangun sinergitas dalam pengembangan dakwah digital dengan aktor-aktor terkait. Ketiga, pemerintah perlu mendukung dan menyokong program dakwah digital yang dijalankan oleh para dai. Keempat, masyarakat juga perlu memiliki literasi dakwah digital yang lebih baik. Kelima, perguruan tinggi juga perlu memberikan ide-ide strategi pengembangan komunikasi/dakwah digital.

Dalam isu resiliensi politik, Rizky Alif Alvian membahas tentang bagaimana gerakan Islam memberikan kontribusi dalam kehidupan politik di Indonesia. Menurut Rizky Alif, argumen yang mengatakan bahwa gerakan-gerakan Islam mengalami

kebuntuan dalam berpolitik tidak bisa dianggap sebagai argumen yang sepenuhnya benar. Meskipun terbatas, gerakan-gerakan Islam seperti NU, Muhammadiyah, hingga FPI mencoba untuk menyuarakan kepentingan politiknya secara terbuka di masa pandemi dengan mengkritisi kebijakan pemerintah terkait pemberlakuan UU Cipta Kerja dan pilkada serentak. Kritik gerakan-gerakan Islam terhadap UU Cipta Kerja dan pilkada serentak menunjukkan komitmen gerakan Islam untuk mengawal kebaikan bersama bagi masyarakat Indonesia yang mencoba untuk bertahan di tengah kerentanan pandemi. Rizky Alif berpendapat bahwa ada dua langkah yang perlu diambil oleh gerakan Islam di Indonesia agar dapat memaksimalkan peran di ranah publik. Langkah pertama, gerakan-gerakan Islam perlu menawarkan gagasan segar dan alternatif dalam isu-isu krusial seperti perubahan iklim, korupsi hingga ketimpangan pembangunan. Langkah kedua, gerakan Islam perlu secara strategis memanfaatkan daya tawarnya untuk mempengaruhi arah kebijakan. Sehingga, gerakan Islam tidak hanya menjadi motor bagi pewacanaan moderasi Islam, namun juga penggerak perubahan di pemerintahan dan masyarakat.

Sebagai salah satu akademisi dan pelaku industri kreatif Muslim, Rizky menggambarkan bahwa industri kreatif Muslim mengalami peningkatan yang signifikan pada masa pandemi. Bentuk industri kreatif Muslim tidak hanya terbatas pada fesyen saja, namun juga pada kriya dan kreasi visual yang diejawantahkan dalam bentuk gim dan serial kartun. Untuk menguatkan resiliensi industri kreatif Muslim, Rizky menyampaikan rekomendasi agar pemerintah, industri kreatif

dan masyarakat dapat saling berkolaborasi untuk menguatkan sektor industri kreatif Muslim melalui inkubator startup yang menyasar kalangan muda kreatif, pendanaan serta dukungan berkelanjutan dari sektor pemerintah.

Pada akhirnya, semua tulisan yang terkumpul dalam Laporan Tahunan Islam Indonesia 2022 mencoba untuk memberikan pandangan yang seragam: bahwa masyarakat Muslim Indonesia dapat menguatkan resiliensi Indonesia di berbagai macam sektor dengan segala macam peluang dan tantangan yang ada. Resiliensi tersebut tentu hanya mungkin diwujudkan jika ada keterlibatan dan dukungan dari berbagai macam aktor dari lintas sektor agar upaya-upaya untuk memperbaiki Indonesia kedepannya dapat berjalan dengan lebih baik dan lebih holistik kedepannya.

Editor

Ahmad Sadzali

Hadza Min Fadhli Robby

Dakwah *Undisrupted*: Resiliensi Komunikasi Dakwah di Era Pandemi

Dr. Subhan Afifi, M.Si

Pendahuluan

Resiliensi adalah kemampuan untuk beradaptasi dan tetap teguh dalam situasi sulit yang disimbolkan dengan terjadinya turbulensi. Turbulensi ibarat badai yang menerpa tiba-tiba, ketika sebelumnya semua berjalan secara baik-baik saja. Kondisi ini terjadi ketika elemen-elemen dalam sebuah sistem bergerak tidak dalam kecepatan yang sama. Pandemi Covid-19 yang tidak pernah terbayang sebelumnya dan juga belum kunjung usai hingga kini adalah turbulensi terkini yang dihadapi masyarakat Indonesia dan dunia. “Resiliensi di Tengah Turbulensi” merupakan keniscayaan yang diikhtiarkan oleh semua elemen masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan.

Salah satu aktivitas keumatan yang tidak terhenti di kala Pandemi tetapi justru beradaptasi dan berkembang dalam situasi yang tak pasti adalah aktivitas Dakwah Islamiyah. Kegiatan yang terkait dengan penyebaran nilai-nilai kebaikan melalui *amar ma'ruf nahi mungkar* ini terus berjalan dengan berbagai modifikasi model komunikasi dan kreativitas penyajian *content*-nya.

Di era normal, dakwah lebih banyak digiatkan dalam proses komunikasi tatap muka secara langsung. Bahkan dalam kasus-kasus tertentu dengan pendakwah yang dikenal luas oleh publik, kegiatan dakwah digelar dengan melibatkan jumlah massa yang besar. Ketika pengerahan massa dilarang, berkumpul dihindari, dan masjid-masjid terpaksa ditutup sementara, terutama pada fase Pandemi Covid-19 mencapai puncaknya, para aktivis dakwah mengembangkan resiliensi di tengah turbulensi dengan mentransformasi model komunikasi dakwah.

Ciri utama dari transformasi komunikasi dakwah di masa pandemi adalah penggunaan media digital. Hal ini dilakukan oleh tokoh dakwah dengan target audiens yang mengalami pengembangan dari sisi jumlah dan segmen. Pengajian via *Zoom*, *Google Meet* dan aplikasi lainnya menjadi sangat populer di kalangan umat Islam. Termasuk penggunaan *live streaming* dan sharing konten dakwah melalui kanal youtube, Instagram, facebook serta media sosial lainnya. Jamaah pengajian dari berbagai penjuru negeri, bahkan di luar negeri, terhubung dengan Kyai, Ustaz, Tuan Guru atau Habib yang menjadi sumber ilmu. Poster dan *flyer* publikasi pengajian online beredar tanpa henti di berbagai grup media sosial. Hal ini menandakan intensitas dakwah online meningkat tajam selama masa pandemi.

Di sisi lain, forum-forum pengajian bermunculan dengan berbagai corak dan ragamnya. Kanal-kanal dakwah baik yang dikelola oleh individu, komunitas, organisasi keislaman maupun lintas organisasi bermunculan menyusul kanal-kanal pendahulu yang mengalami peningkatan pesat dari sisi jumlah *subscriber* dan *follower*.

Berbagai fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas dakwah merupakan aktivitas yang resilien terhadap disrupsi pandemi dan menumbuhkan resiliensi psikologi dan spiritualitas para pengikutnya. Ada dua pertanyaan penting terkait fenomena resiliensi komunikasi dakwah di era pandemi yang perlu ikhtiar eksplorasi konsep dan data untuk menjawabnya? *Pertama*, Bagaimana sebenarnya fenomena resiliensi dakwah dalam masa Pandemi Covid-19? *Kedua* bagaimana kira-kira kecenderungan ke depan terkait komunikasi dakwah yang dapat dikembangkan bersama?

Tulisan ini mencoba mengeksplorasi fenomena komunikasi dakwah di era pandemi Covid-19 dengan terlebih dahulu membahas berbagai konsep komunikasi dakwah yang kemudian digunakan menganalisis fenomena empiris yang terjadi di tengah masyarakat. Selain itu, data relevan terkait para aktor komunikasi dakwah yang aktif di dakwah digital akan coba dipaparkan, baik yang bersifat personal maupun organisasional.

Tulisan sederhana ini diawali dengan pengumpulan data melalui metode analisis isi (*content analysis*) terhadap tiga *platform* media sosial yang menjadi media komunikasi dakwah populer di tengah masyarakat, yaitu: Youtube, Instagram dan Facebook. Unit analisis yang dicermati terkait dengan aktor dakwah dan profil akun media sosial mereka. Termasuk deskripsi secara kualitatif kecenderungan *content* berbagai akun dakwah yang mengalami perkembangan jumlah *subscriber* dan *follower* secara signifikan selama masa pandemi Covid-19. Harapannya, pembahasan terhadap realitas komunikasi dakwah terkini dapat

digunakan untuk menganalisis kecenderungan (*trend*) di masa mendatang.

Urgensi Dakwah

Dakwah bermakna menyeru, mengajak atau mengundang. Dalil dari Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 110 menjadi dasar dari kewajiban dakwah bagi kaum Muslimin. Di dalam ayat tersebut Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* berfirman:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا
لَّهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang *ma'ruf*, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (QS Ali-Imran: 110)

Menurut Tafsir As-Sa'di (As-Sa'di; 2012a), Allah memberikan keutamaan kepada umat Islam, menjadikan mereka istimewa dan unggul di atas seluruh umat. Mereka adalah sebaik-baik manusia untuk manusia dalam nasihat dan cinta kepada kebaikan, dakwah, pengajaran, bimbingan, perintah kepada kebaikan dan larangan dari kemungkar. Mereka menyatukan kesempurnaan akhlak dan usaha dalam memberikan manfaat kepada kebaikan dan larangan dari kemungkar. Umat terbaik itu menyatukan

kesempurnaan akhlak dan usaha dalam memberikan manfaat kepada mereka sesuai dengan kemampuan. Umat tersebut juga menyatukan penyempurnaan jiwa dengan beriman kepada Allah dan menunaikan segala hak-hak keimanan.

Selain itu, di dalam Al-Qur'an Surat Lukman ayat 17, Allah Ta'ala berfirman tentang kewajiban dakwah amar ma'ruf, nahi mungkar, yang disandingkan dengan kewajiban menegakkan shalat dan juga keharusan untuk bersabar. Berikut kutipannya:

يُبَيِّنُ آقِيمِ الصَّلَاةِ وَأَمْرٍ بِالْمَعْرُوفِ وَأَنَّهُ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَيَّ
مَا أَصَابَكَ بِإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ

Artinya: “Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah).” (QS Lukman: 17)

Di dalam ayat tersebut dijelaskan tentang salah satu nasihat Luqman kepada anaknya sebagai prinsip-prinsip pendidikan anak dalam Islam, yaitu kewajiban untuk menegakkan shalat sebagai Ibadah paling utama dan menjalankan kewajiban berdakwah, mengajak pada kebaikan dan mencegah dari keburukan dengan sikap lembut dan sabar. Pada hakikatnya, dakwah merupakan upaya yang mencakup penyempurnaan diri dengan cara mengerjakan kebaikan dan meninggalkan keburukan dan menyempurnakan orang lain dengannya

melalui perintah dan larangannya. Dakwah juga digambarkan menghadapi banyak rintangan dan cobaan sehingga Allah memerintahkan untuk bersabar dalam menghadapi berbagai ujian yang menerpa. (As-Sa'di; 2013b).

Keutamaan menjalankan dakwah, diantaranya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Fussilat ayat 33, berikut ini:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي
مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?”

Pertanyaan dalam ayat tersebut sebenarnya bermakna menafikan sesuatu yang sudah pasti tidak ada. Artinya, tidak seorangpun, “yang lebih baik perkataannya,” ucapan, jalan hidup dan kondisinya “daripada orang yang menyeru kepada Allah,” yaitu menjalankan berbagai bentuk aktivitas dakwah (As-Sa'di; 2012b).

Pertanyaan dalam ayat tersebut sebenarnya bermakna menafikan sesuatu yang sudah pasti tidak ada. Artinya, tidak seorangpun, “yang lebih baik perkataannya,” ucapan, jalan hidup dan kondisinya “daripada orang yang menyeru kepada Allah,” yaitu menjalankan berbagai bentuk aktivitas dakwah (As-Sa'di; 2012b).

Di dalam banyak hadis Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wassalam* juga dijelaskan tentang seruan untuk berdakwah dan keutamaan yang terdapat pada aktivitas mengajak pada kebaikan dan mencegah dari yang mungkar itu. Berikut ini salah satu hadis yang menjelaskan tentang keutamaan berdakwah:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

Artinya: *Barang siapa menunjukkan kepada kebaikan, maka baginya seperti pahala orang yang melakukannya.* [HR. Muslim]

Keutamaan lainnya bagi para pengajar kebaikan, terdapat dalam hadis Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wa sallam* berikut ini:

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ وَأَهْلَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ، حَتَّى التَّمَلَّةِ فِي جُحْرِهَا وَحَتَّى الْحُوتِ، لَيُصَلُّونَ عَلَى مُعَلِّمِ النَّاسِ الْخَيْرِ

Artinya: *Sesungguhnya Allah, malaikat dan para penghuni langit dan bumi, sampai seekor semut dan ikan di laut mendoakan orang yang mengajarkan kebaikan kepada manusia.* [HR. At-Tirmidzi]

Melalui kedua hadis tersebut dijelaskan tentang keutamaan-keutamaan yang akan diberikan kepada para pendakwah yang menyeru manusia kepada Allah Ta'ala, mengajarkan mereka hal-hal yang bermanfaat dalam agama. Para pengajak kebaikan mendapatkan pahala yang sama dengan yang diajak jika

melakukan kebaikan tersebut, sekaligus berhak untuk didoakan seperti hadis di atas. (Naffa al-Jabiri, 2018)

Ayat-ayat Al-Qur'an dan beberapa hadis tersebut di atas menjelaskan tentang urgensi dan keutamaan dakwah sebagai salah satu kewajiban seorang Muslim dalam kehidupan. Hal ini menunjukkan adanya keharusan dari ummat Muslim untuk mengambil peran dalam aktivitas kebaikan yang mengajak pada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Di dalam Al-Qur'an surat Al-Ashr juga dijelaskan tentang kewajiban seorang Muslim agar tidak termasuk orang-orang yang merugi, yaitu memiliki empat sifat: (1) Iman terhadap apa yang diperintahkan Allah Ta'ala. Ilmu adalah bagian dari iman yang tanpanya keimanan menjadi tidak sempurna. (2) Amal shalih, (3) Saling menasihati dengan kebenaran, dan (4) Saling menasihati dengan kesabaran (As-Sa'di; 2013c).

Pada hakikatnya aktivitas dakwah memiliki lima peran utama: yaitu: (1) panggilan untuk iman (*Call to Faith*) (2) memberi peringatan (*To Give Warning*), (3) mengubah sesuatu yang negatif menjadi positif (*Changing Something from Negative to Positive*) (4) Mencapai tujuan bersama untuk mendapatkan ridho Allah Ta'ala (*Achieve a Common Goal, Seek the Pleasure of Allah*) dan (5) meningkatkan kualitas hidup (*Improve the Quality of Life*). (Omar, Hassan & Sallehuddin dalam Omar & Geraldine, 2015).

Terkait dengan Panggilan untuk Iman, dakwah mendorong dan mentransfer pikiran atau tindakan untuk beriman kepada Allah Ta'ala sekaligus menjalankan semua ketaatan kepada-Nya dan menjauhi semua laranganNya. Untuk Memberi Peringatan,

dakwah berhubungan dengan bagaimana menyampaikan pengingat agar manusia tidak berada dalam kerugian, di dunia maupun akhirat. Mencapai Tujuan Bersama (Mencari Keridhaan Allah) maksudnya adalah bagaimana setiap muslim menyadari bahwa tujuan hidup dan mati adalah untuk Allah SWT dan untuk mencapai keridhaan-Nya. Meningkatkan Kualitas Hidup maksudnya aktivitas dakwah berkewajiban untuk mengajak umat menuju pada peningkatan kualitas hidup di dunia, serta menjadikan kehidupan akhirat sebagai tujuan akhir yang sebenarnya.

Di dalam Islam, kewajiban berdakwah yang ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an dan juga dijelaskan oleh Hadis Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wassalam*, dilengkapi dengan petunjuk bagaimana menjalankan dakwah. Berbagai petunjuk tersebut dapat ditemukan dalam banyak ayat Al-Qur'an dan Hadis. Salah satunya ditemukan pada Al-Quran surat An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِيَ
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan

Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Tafsir As-Sa'di (As-Sa'di; 2013a) menjelaskan bahwa kewajiban dakwah berdasarkan ayat di atas hendaknya dijalankan dengan “*Hikmah*”. Maksudnya, dakwah disampaikan kepada setiap orang sesuai dengan keadaan dan pemahaman serta sambutan dan ketaatannya. Termasuk hikmah dalam berdakwah adalah berdakwah dengan dasar ilmu, bukan kebodohan, memulai dengan perkara yang paling penting (sesuai dengan skala prioritas), lalu yang lebih penting daripada (yang sesudahnya) dan yang lebih dekat dengan alam pikiran mereka, mudah dipahami, dengan cara (simpatik) yang lebih mendatangkan sambutan lebih baik, dengan penuh kelembutan dan persuasif. Metode dakwah juga dapat dilaksanakan dengan “*Mauidzah Hasanah*” (pelajaran yang baik). Maksudnya menyampaikan perintah dan larangan, yang diiringi dengan *targhib* (anjuran keutamaan) dan *tarhib* (ancaman). “*Wajadilhu billati hiya ahsan*” (Membantah dengan cara yang baik) juga menjadi metode dakwah. Artinya, jika diperlukan, metode dakwah efektif dapat ditempuh dengan menyampaikan argumentasi dan dalil-dalil yang meyakinkan agar objek dapat menerima dakwah secara nalar maupun melalui berbagai dalil naqli.

Di dalam Al-Qur'an ditemukan sejumlah prinsip-prinsip etika dalam berkomunikasi, yang dapat diterapkan dalam komunikasi dakwah. Prinsip-prinsip etika ini mencakup prinsip etika bagi sumber komunikasi / komunikator (*source*), penerima pesan (*receiver*) dan pesan (*message*) (Afifi & Suparno, 2015). Dari segi komunikator misalnya, di dalam Al-Qur'an ditemukan

beberapa karakter utama yang membangun kredibilitas komunikator, yaitu (1) kejujuran (QS An-Nisa: 69, QS Al-Hadid: 19); (2) keadilan (QS Al-An'am: 115 & 152), (3) konsistensi (QS 33: 35), dan (4) kefasihan (QS 20: 27-28).

Di dalam Al-Qur'an juga ditemukan beberapa ragam (jenis) komunikasi verbal dalam Al-Qur'an yang merupakan panduan umum etika komunikasi. Panduan tersebut juga dapat digunakan dalam komunikasi dakwah yaitu : (1) *Qaulan Sadidan* dalam QS An-Nisa': 9, dan Surat Al-Ahzab: 70; (2) *Qaulan Ma'rufan* dalam QS An-Nisa': 5, QS An-Nisa': 8, QS Al-Baqarah: 235, QS Al-Baqarah: 263, QS Al-Ahzab: 32 dan QS Muhammad: 21; (3) *Qaulan Maysuran* dalam QS Al-Isra': 28; (4) *Qaulan Kariman* dalam QS Al-Isra: 23; (5) *Qaulan Balighan* dalam QS An-Nisa': 63, dan (6) *Qaulan Layyinan* dalam QS Thaha: 44 (Afifi & Kurniawan, 2021)

Di dalam Tafsir Al-Aisar (Al-Jazairi, 2011) dijelaskan bahwa dari sisi makna kata, *Qaulan Sadidan* artinya adalah perkataan yang adil dan benar. Di dalam Tafsir Al-Qur'an Al-Aisar (Al-Jazairi, 2011) dijelaskan bahwa *Qaulan Ma'rufan*, secara bahasa bermakna perkataan yang menyenangkan hati, dan tidak menyebabkan sedih atau marah. Di dalam Tafsir Al-Muyassar (Basyir, 2012a) dijelaskan bahwa *Qaulan Ma'rufan* adalah kata-kata yang baik dan menentramkan, berdasarkan budi pekerti yang luhur.

Qaulan Maysuran, maknanya adalah sebuah ucapan yang mudah dicerna, menggembirakan dan menyenangkan siapapun yang mendengarkannya. Di dalam Tafsir Al-Qur'an Al-Aisar Jilid 4 (Al-Jazairi, 2010) dijelaskan bahwa *Qaulan Maysuran*

artinya adalah perkataan yang pantas dan lemah lembut dengan menjanjikan kepada mereka akan memberikannya jika ada rezeki. Konteks ayat ini adalah bagaimana bersikap kepada orang-orang yang membutuhkan bantuan tetapi kondisi belum memungkinkan untuk memberikan bantuan. Sedangkan *Qaulan Kariman* bermakna berarti perkataan yang mulia, yaitu perkataan yang disenangi, penuh dengan adab, kelembutan, bagus, dan perkataan yang menyejukkan jiwa. (Al-Jazairi, 2011)

Qaulan Balighan berarti argumentasi yang kuat yang menembus batas hati mereka karena kejelasan dan kefasihannya. Ragam komunikasi verbal ini bermakna lugas dan jelas yang digunakan untuk menghadapi orang munafik agar bisa mencapai lubuk hati dan berharap diberikan hidayah oleh Allah Ta'ala. Sedangkan, *Qaulan Layyinan* maknanya adalah : kata-kata yang lemah lembut, tanpa disertai kekerasan dan paksaan. Istilah ini digunakan ketika Allah mengajarkan Nabi Musa dan Harun bagaimana cara berdakwah kepada Fir'aun yang kejam dan durjana dengan kalimat yang lemah lembut. Hal itu dimaksudkan agar dapat menyentuh jiwa, masuk ke hati dan mengenai sasaran. Di dalam Tafsir Al-Muyassar (Basyir, 2012b) dijelaskan bahwa *Qaulan Layyinan* adalah kata-kata yang lemah lembut, agar yang diajak bicara menjadi ingat atau takut kepada RabbNya

Di dalam banyak hadis Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wassalam* juga ditemukan banyak petunjuk tentang komunikasi, termasuk komunikasi dakwah. Badri (2017) yang menulis tentang Komunikasi ala Nabi menyebutkan 4 keunggulan komunikasi ala Nabi, yaitu: (1) tujuan atau niat, (2) kandungan makna, (3) pilihan kata, dan (4) efek ucapan (Badri, 2017).

Maknanya, dalam setiap proses komunikasi, apalagi mengajak orang lain dalam konteks dakwah penting untuk meluruskan niat agar selalu ikhlas karena Allah Ta'ala, memperhatikan kandungan makna dan pilihan kata dalam setiap pesan komunikasi yang disampaikan. Termasuk berhati-hati mencermati kemungkinan efek dari setiap ucapan yang disampaikan.

Keniscayaan Komunikasi Dakwah Digital

Mencermati makna dan hakikat dakwah dalam penjelasan sebelumnya, terlihat bahwa dakwah adalah sebuah proses komunikasi. Seluruh unsur proses komunikasi termuat dalam berbagai praktik dakwah, sehingga jelas bahwa aktivitas dakwah merupakan praktis komunikasi. Mencermati tujuan dakwah yang menyeru kebaikan dan mencegah kemungkaran, sekaligus merupakan perubahan, hijrah dan transformasi sikap manusia sesuai ajaran agama, maka dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan praktik komunikasi persuasif (Syahputra; 2007).

Komunikasi dakwah dapat dipahami sebagai penyampaian pesan-pesan kebaikan oleh seorang da'i (penyampai) kepada mad'u (penerima) yang bertujuan untuk mengajak pada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah dari keburukan (*nahi mungkar*) dengan memanfaatkan media tertentu. Merancang pesan dakwah sebaik mungkin dengan memanfaatkan media tertentu, serta mengelola *noise* dan *feedback* menjadi aktivitas yang lumrah ditemui dalam sebuah kegiatan dakwah. Dalam aktivitas dakwah, penting juga untuk memahami karakteristik target *audience*, merancang pesan yang sesuai dengan tujuan

dan penerimaan audiens serta memilih media (*channel*) yang tepat.

Komunikasi dalam perspektif Islam tidak hanya memberi perhatian pada kemampuan pengirim merancang pesan dan penerima menafsirkan pesan, tetapi juga menekankan perhatian pada aspek kepribadian pengirim dan penerima yang mengikuti petunjuk yang ada dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai acuan kehidupan. Termasuk di dalamnya ada pula penekanan pada aspek tanggung jawab dan nilai-nilai moralitas yang baik pada pengirim dan penerima dalam suatu proses komunikasi (Yusoff, 2016).

Perkembangan teknologi komunikasi yang memungkinkan interaksi antar manusia tidak terbatas pada interaksi muka, tetapi juga di ruang virtual melalui interaksi di media sosial sebagai bagian dari media internet. Media sosial saat ini media yang paling cepat menyebarkan pesan dan menjangkau audiens di mana saja selama mereka memiliki akses ke Internet. Aktivitas dakwah menjadi sangat terbantu dengan berkembangnya media sosial, sehingga para da'i dituntut untuk lebih kreatif dan fleksibel dalam berhubungan dengan masyarakat agar pesan dapat diterima oleh mereka dengan mudah dan terbuka. Salah satunya dengan penggunaan media sosial dengan cara yang positif dan efektif, agar penyebaran dakwah Islam dapat dilaksanakan dengan baik untuk kepentingan masyarakat. (Omar, Hassan & Sallehuddin dalam Omar & Geraldine, 2015).

Komunikasi dakwah melalui media internet merupakan suatu keniscayaan di era digital seperti saat ini. Masyarakat Muslim Indonesia sebagai audiens dari aktivitas dakwah merupakan

masyarakat digital. Berdasarkan data yang dirilis oleh Hootsuite (*We are Social*) pada laporan yang bertajuk Indonesian Digital Report 2021, diperoleh gambaran tentang pengguna internet di Indonesia, yaitu: (1) Total Populasi (jumlah penduduk): 274,9 juta, (2) Pengguna Mobile Unik: 345,3 juta (125,6% dari jumlah populasi di Indonesia), (3) Pengguna Internet: 202,6 juta (73,7% dari jumlah populasi di Indonesia), dan (4) Pengguna Media Sosial Aktif: 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia) (Riyanto, 2021).

Berdasarkan data tersebut, juga diperoleh gambaran tentang pola penggunaan internet dari masyarakat Indonesia, yaitu: (1) Rata-rata setiap hari waktu menggunakan internet melalui perangkat apa pun: 8 jam, 52 menit, (2) Rata-rata setiap hari waktu melihat televisi (broadcast, streaming dan video tentang permintaan): 2 jam, 50 menit, (3) Rata-rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui perangkat apa pun: 3 jam, 41 menit, (4) Rata-rata setiap hari waktu menghabiskan mendapatkan musik: 1 jam, 30 menit, dan (5) Rata-rata setiap hari waktu bermain game: 1 jam, 16 menit (Riyanto, 2021).

Data terkini tersebut menunjukkan bahwa ciri utama masyarakat Indonesia saat ini adalah masyarakat digital. Apalagi di masa pandemi Covid-19 ketika gerak fisik dibatasi, komunikasi digital menjadi pilihan utama masyarakat, termasuk menjadi pilihan utama dalam komunikasi dakwah.

Resiliensi Komunikasi Dakwah di Era Pandemi Covid-19

Kondisi Pandemi Covid-19 yang berdampak pada semua sendi kehidupan ternyata tidak terlalu berpengaruh terhadap aktivitas dakwah. Dakwah tidak terhenti dan terdisrupsi karena pandemi, tetapi hanya berubah pola dan modelnya. Penggunaan media digital dalam kegiatan dakwah sebelum pandemi menjadi lebih intensif dan masif selama masa pandemi Covid-19.

Pengajian yang biasanya diadakan secara langsung di masjid-masjid, lembaga pendidikan, ataupun tempat-tempat lain secara fisik, beralih menjadi pengajian online yang mempertemukan para da'i dan jama'ahnya di ruang-ruang virtual, seperti *Zoom Meeting*, *Google Meet* dan lainnya. Media sosial yang populer di kalangan para da'i yang dimanfaatkan untuk berdakwah, diantaranya adalah Youtube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Mulai bermunculan juga akun dakwah yang memanfaatkan Tiktok, untuk menyasar audiens dakwah dari kalangan anak muda dan remaja.

Hal ini sesuai dengan data yang dirilis oleh Hootsuite (*We are Social*) 2021, yang memberikan gambaran tentang jenis media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu: (1) Pengguna Youtube di Indonesia sebanyak 93,8% dari jumlah populasi, (2) Pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 87,7% dari jumlah populasi, (3) Pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 86,6% dari jumlah populasi, (4) Pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 85,5% dari jumlah populasi. (Riyanto, 2021). Kegiatan dakwah di masa pandemi Covid-19 juga paling banyak menggunakan beberapa jenis media sosial tersebut.

Fenomena kajian secara langsung melalui media sosial (*live streaming*) sebenarnya telah muncul sebelum pandemi Covid-19. Kajian *live streaming* awalnya dirintis oleh sejumlah komunitas kajian keislaman yang terbatas, kini merambah komunitas masyarakat yang aktif di dunia maya. Kepopuleran kajian *live streaming* menghasilkan para sosok ustaz muda khas millennial (Novia, 2020). Kajian *Live Streaming* menjadi sangat populer di masa Pandemi Covid-19. Platform media sosial yang paling populer digunakan untuk *live streaming* adalah Youtube. Biasanya kajian online disiarkan langsung melalui Youtube, atau ada juga yang basisnya menggunakan fasilitas *Zoom Meeting* dan kemudian disiarkan secara lebih luas melalui Youtube.

Youtube merupakan platform media sosial yang banyak dimanfaatkan para da'i di masa pandemi Covid-19. Para da'i bersama tim kreatif masing-masing memproduksi berbagai konten dakwah kreatif dan diunggah melalui Youtube. Selain itu, secara rutin para da'i mengadakan kajian online melalui *live streaming* youtube. Berikut ini gambaran profil youtube *channel* para da'i di Indonesia, berdasarkan pengamatan hingga Desember 2021:

Tabel 1
 Profil Youtube Channel Para Pedakwah di Indonesia tahun 2021

NO	Nama Pendakwah	Nama Youtube Channel	Link YouTube Channel	Subscriber	Video
1	Buya Yahya	Al-Bahjah TV	youtube.com/channel/UC50vyjmknAf3nMvOr-37gm1Q	3.830.000	9.232
2	Ustaz Abdul Somad	Ustaz Abdul Somad Official	youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial	2.310.000	1.381
3	Ustaz Hanan Attaki	Hanan Attaki	youtube.com/c/HananAttaki	2.170.000	213
4	Ustaz Das'ad Latif	Das'ad Latif	youtube.com/c/DasadLatif	2.090.000	614
5	Ustaz Khalid Basalamah	Khalid Basalamah Official	youtube.com/c/khalidbasalamah	2.030.000	2.684
6	Ustaz Felix Siauw	Felix Siauw	youtube.com/c/FelixSiauw1453	1.110.000	641
7	Ustaz Syafiq Riza Basalamah	Syafiq Riza Basalamah Official	youtube.com/c/SyafiqRizaBasalamahOfficial	1.080.000	3.391
8	Gus Miftah	Gus Miftah	youtube.com/c/GusMiftahOfficial	777.000	407
9	Ustaz Dhanu	Ustaz Dhanu	youtube.com/c/UstadzDhanuOfficialChannel	771.000	275
10	KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym)	Aagym Official	youtube.com/c/AaGymOfficial	737.000	3.524
11	Habib Syekh	Habib Syekh Bin Abdul Qadir Assegaf	youtube.com/channel/UCbsA9PHG3sPgY5rAj-MtBTJg/featured	714.000	355

NO	Nama Pendakwah	Nama Youtube Channel	Link YouTube Channel	Subscriber	Video
12	Ustaz Firanda Andirja	Firanda Andirja	youtube.com/channel/Ucm44PmruoSbuNbZn-7jFeXUw	541.000	1.816
13	Ustaz Muhammad Nuzul Dziki	Muhammad Nuzul Dziki	youtube.com/c/MuhammadNuzulDzikri	505.000	1.642
14	Ustaz Oemar Mita	Oemar Mita Syameela	youtube.com/c/OemarMitaSyameela	452.000	536
15	KH Anwar Zahid	Anza Channel KH. Anwar Zahid	youtube.com/c/AnzaChannelKHAnwarZahid	426.000	199
16	KH Mustofa Bisri	GusMus Channel	youtube.com/c/GusMusChannel	128.000	1.398
17	Ustadz Ammi Nur Baits	ANB Channel	https://www.youtube.com/c/UstadzAmmiNurBaits	104.000	1.841
18	Ustaz Abdullah Roy	HSI Abdullahroy	youtube.com/c/HSIAbdullahroy	80.600	1.566
	Ustaz Salim A. Fillah	Salim A Fillah	https://www.youtube.com/c/SalimAFillahOfficial	22.300	64
19	Ustaz Budi Ashari	Budi Ashari Official	youtube.com/c/BudiAshariOfficial/videos	17.400	135
20	Ustaz Aris Munandar	Ustaz Aris Munandar	youtube.com/c/UstazArisMunandar	11.600	1.486
21	Ustaz Zaitun Rasmin	UZR OFFICIAL	youtube.com/c/ZaitunRasminOfficial	10.400	238

NO	Nama Pendakwah	Nama Youtube Channel	Link YouTube Channel	Subscriber	Video
22	Dr. Nadirsyah Hosen	Nadirsyah Hosen	youtube.com/c/NadirsyahHosenGNH	5.700	27
23	Ustadz Ridwan Hamidi	Ust Ridwan Hamidi	https://www.youtube.com/c/UstRidwanHamidi	2.030	523
24	Ustaz Adi Hidayat	Adi Hidayat Official	youtube.com/c/AdiHidayatOfficial	Hide	771
25	Ustaz Bachtiar Nasir	Bachtiar Nasir	youtube.com/c/BachtiarNasirOfficial	Hide	2.099

(Sumber: Data Primer, diolah dari YouTube, Desember 2021)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dicermati bahwa para ulama dan da'i senior yang selama ini telah dikenal di tengah masyarakat dengan jama'ah yang berlimpah, aktif menggunakan youtube sebagai media dakwah. Mereka diantaranya adalah Buya Yahya, Ustadz Abdul Somad, KH Mustofa Bisri (Gus Mus), KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), KH Anwar Zahid, , Ustaz Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Bachtiar Nasir, Ustaz Khalid Basalamah, Syafiq Riza Basalamah, Ustaz Firanda Andirja, Ustaz Das'ad Latif, dan lainnya.

Kiprah para da'i senior ini seperti kebersamaan para Ustaz dan da'i muda yang memang telah lebih dahulu menasar kaum milineal dalam dakwah yang memanfaatkan internet. Nama-nama da'i muda seperti Ustaz Hanan At-Taqy, Ustaz Felix Siau, Ustaz Oemar Mita, Ustaz Ammi Nur Baits, Ustaz Salim A Fillah, dan masih banyak lagi dikenal luas di kalangan netizen. Mereka sangat aktif menggelar kajian secara *live streaming*

dan memanfaatkan berbagai platform media sosial dalam dakwahnya.

Bila kita mencermati lebih jauh dengan mengakses masing-masing akun youtube para da'i yang terdapat dalam tabel 1 di atas, dapat diperoleh gambaran tentang beberapa pola *content* yang tersaji, yaitu: rekaman *live streaming*, ceramah singkat monolog, talkshow atau dialog yang saat ini banyak dikenal dengan istilah *podcast*, hingga drama singkat inspiratif. Materi dakwahnya juga bervariasi mulai dari masalah aqidah/tauhid, fikih ibadah, fikih muamalah kontemporer, akhlak mulia, hingga persoalan-persoalan aktual yang sedang menjadi perbincangan hangat di masyarakat.

Suasana Pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan digelarnya dakwah secara langsung ternyata membuka peluang beralihnya metode syiar Islam yang lebih sesuai kondisi kekinian, sekaligus membuka segmen baru dakwah. Hal ini terbukti dengan jumlah *subscriber* para da'i yang meningkat pesat selama masa Pandemi Covid-19, sehingga menguatkan posisi mereka sebagai influencer dakwah di media sosial. Misalnya pada tabel 1 terlihat data para da'i yang subscriber Youtube nya melampaui angka 1 juta subscriber di tahun 2021, yaitu: Buya Yahya (3.830.000), Ustaz Abdul Somad (2.310.000), Ustaz Hanan Attaki (2.170.000), Ustaz Das'ad Latif (2.090.000), Ustaz Khalid Basalamah (2.030.000), Ustaz Felix Siauw (1.110.000), dan Ustaz Syafiq Riza Basalamah (1.080.000).

Data tersebut menunjukkan fenomena suksesnya pemanfaatan teknologi untuk berdakwah yang dilakukan oleh para da'i sekaligus menjadi bukti resiliensi di masa pandemi

Covid-19. Ketika virus Corona membatasi gerak berkumpulnya massa untuk mengikuti kegiatan dakwah, *live streaming* pengajian dan rekaman video dakwah melalui Youtube menjadi alternatif metode komunikasi, sehingga aktivitas dakwah tidak terhenti selama masa pandemi.

Selain Youtube, platform media sosial yang banyak digunakan oleh para da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya adalah Instagram. Media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda ini mengandalkan gambar/foto dan video pendek sebagai *contentnya*. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2021 berjumlah 85 juta jiwa, dengan persentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebanyak 52,4% dan persentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47,6% (Riyanto, 2021).

Berikut ini gambaran tentang profil akun Instagram para da'i di Indonesia yang terekam pada tahun 2021:

Tabel 2
Profil Akun Instagram Para Pendakwah di Indonesia tahun 2021

NO	Nama Pendakwah	Link IG	Kiriman IG	Pengikut IG	Diikuti IG
1	Ustaz Hanan Attaki	instagram.com/hanan_attaki	1.041	8.900.000	113
2	KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym)	instagram.com/aagym	4.143	6.800.000	66
3	Ustaz Abdul Somad	instagram.com/ustadzabdulso-mad_official	2.799	5.700.000	86

NO	Nama Pendakwah	Link IG	Kiriman IG	Pengikut IG	Diikuti IG
4	Ustaz Felix Siauw	instagram.com/felixsiauw	3.224	4.900.000	470
5	Buya Yahya	instagram.com/buyayahya_albahjah	8.753	4.000.000	3
6	Ustaz Adi Hidayat	instagram.com/adihidayatofficial	701	3.400.000	20
7	Ustaz Khalid Basalamah	instagram.com/khalidbasalamahofficial/	3.939	2.600.000	11
8	Gus Miftah	https://www.instagram.com/gusmiftah/	1.545	2.000.000	84
9	Ustaz Syafiq Riza Basalamah	instagram.com/syafiqrizabasalamah_official	2.049	1.800.000	10
10	Ustaz Das'ad Latif	instagram.com/dasadlatif1212	1.799	1.200.000	23
11	Ustaz Oemar MIta	instagram.com/oemar_mita	2.384	1.100.000	207
12	Ustaz Salim A. Fillah	instagram.com/salimafillah	2.705	1.100.000	930
13	Ustaz Bachtiar Nasir	instagram.com/bachtiarnasir	224	1.100.000	7
14	Ustaz Muhammad Nuzul Dzikri	instagram.com/muhammadnuzuldzikri	3.213	1.000.000	7
15	Ustaz Evie Efendie	instagram.com/evieefendie	1.750	948.000	667
16	Ustaz Firanda Andirja	instagram.com/firanda_andirja_official	1.371	718,000	0

NO	Nama Pendakwah	Link IG	Kiriman IG	Pengikut IG	Diikuti IG
17	Ustaz Abdullah Roy	instagram.com/ hsi.abdullahroy/	1.192	250,000	11
18	Dr. Nadirsyah Hosen	instagram.com/ nadirsyahho- sen_official/	908	145,000	307
19	Ustaz Ammi Nur Baits	https://www. instagram.com/ amminurbaits/	1.187	122.000	8
20	Ustaz Budi Ashari	instagram.com/ budiashariofficial	90	100,000	36
21	Ustaz Aris Munandar	instagram.com/ ustadzaris	694	73,500	18
22	Ustaz Zaitun Rasmin	instagram.com/ zaitunrasmin_of- ficial	1.138	67,700	15
23	Ustaz Dhanu	instagram.com/ ustadz.dhanu/	50	22,600	4
24	Dr. Haidar Natsir	instagram.com/ haedarnashirof- ficial	383	22,100	1
25	Ustaz Ridwan Hamidi	https://www. instagram.com/ ridwan.hamidi/	4.757	10.800	151

(Sumber: Data Primer, diolah dari Instagram, Desember 2021)

Tabel 2 di atas menunjukkan para da'i yang menjadi influencer dakwah di Instagram. Variasi da'i muda dan da'i senior terlihat pada banyaknya jumlah *follower* di platform media sosial ini. Terlihat juga semakin banyak da'i yang memiliki follower di atas 1 juta orang, diantaranya adalah:

Ustaz Hanan Attaki (8.900.000), KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) (6.800.000), Ustaz Abdul Somad (5.700.000), Ustaz Felix Siauw (4.900.000), Buya Yahya (4.000.000), Ustaz Adi Hidayat (3.400.000), Ustaz Khalid Basalamah (2.600.000), Ustaz Syafiq Riza Basalamah (1.800.000), Ustaz Das'ad Latif (1.200.000), Ustaz Oemar MIta (1.100.000), Ustaz Salim A. Fillah (1.100.000), Ustaz Bachtiar Nasir (1.100.000), dan Ustaz Muhammad Nuzul Dzikri (1.000.000).

Instagram biasanya digunakan oleh para da'i untuk mengunggah materi dakwah yang berisi potongan pendek video dakwah yang telah diedit sedemikian rupa sehingga menjadi tayangan yang lebih menarik. Selain itu ada juga gambar atau foto menggugah disertai dengan *caption* pendukung yang menguatkan pesan dakwah. Banyak juga content yang merupakan poster/flyer inspiratif, lengkap dengan ilustrasi yang berisi kutipan ayat Al-Qur'an, hadis atau perkataan para ulama. Promosi/sosialisasi agenda dakwah biasanya juga menjadi salah satu jenis *content* yang banyak diunggah di Instagram, termasuk di dalamnya ajakan untuk berdonasi dan mendukung berbagai proyek kebaikan dan dakwah.

Fasilitas *Live Instagram* juga banyak digunakan oleh para da'i, terutama da'i muda untuk menyapa para *followers*-nya. Biasanya fitur ini dimanfaatkan untuk menyiarkan secara langsung kajian yang diadakan, atau sekedar menyiarkan potongan kegiatan keseharian para da'i yang dianggap penting, menarik dan bermanfaat bagi para jama'ah online-nya.

Selain Youtube dan Instagram, media sosial populer dan banyak dimanfaatkan oleh para da'i dalam komunikasi dakwah

selama masa Pandemi Covid-19 adalah facebook. Platform media sosial facebook lebih banyak digunakan oleh pengguna internet yang lebih senior dibanding pengguna Instagram. Sebagai gambaran, jumlah pengguna facebook di Indonesia tahun 2021 sebesar 140 juta jiwa, dengan persentase pengguna Facebook berjenis kelamin perempuan: 43,9%, dan persentase pengguna Facebook berjenis kelamin laki-laki: 56,1% (Riyanto, 2021).

Berikut ini profil akun facebook para da'i di Indonesia tahun 2021:

Tabel 3
Profil Akun Facebook Para Pendakwah di Indonesia tahun 2021

NO	Nama Ustaz	Link FB	Pengikut FB
1	Aa Gym	facebook.com/KH.Abdullah.Gymnastiar	7.200.000
2	Ustaz Syafiq Riza Basalamah	facebook.com/SyafiqRizaBasalamahOfficial	959.661
3	Ustaz Firanda Andirja	facebook.com/firandaandirja	564.984
4	Ustaz Bachtiar Nasir	facebook.com/bachtiarnasir	557.000
5	Ustaz Adi Hidayat	facebook.com/adihidayatofficial	423.000
6	Mustofa Bisri	facebook.com/simbah.kakung	393.158
7	Ustaz Salim A. Fillah	https://www.facebook.com/salim.a.fillah	288.477
8	Ustaz Khalid Basalamah	facebook.com/khalidzeedbasalamah	251.000
9	Ustaz Dhanu	facebook.com/ustaddanuMNCtv	241.000

NO	Nama Ustaz	Link FB	Pengikut FB
10	Ustaz Hanan Attaki	https://www.facebook.com/hananattaki.officiall	206.614
11	Dr. Nadirsyah Hosen	facebook.com/NadirsyahHosen	205.000
12	Ustaz Das'ad Latif	facebook.com/dasad.latif	157.378
13	Ustaz Aris Munandar	facebook.com/arismunandarjogja	154.294
14	Ustaz Budi Ashari	facebook.com/budiashariofficial	93.000
16	Ustaz Abdullah Roy	facebook.com/hsi.abdullahroy	77.912
16	Said Agil Siradj	facebook.com/KhSaidAqilSiradj	57.487
17	Ustaz Anwar Zahid	https://www.facebook.com/A.AnwarZahid	57.338
18	Ustaz Felix Siauw	https://www.facebook.com/felixysiauw/	56.383
19	Dr. Haidar Natsir	facebook.com/HaedarNs	48.000
20	Buya Yahya	https://www.facebook.com/buyayahyacrebon	45.969
21	Ustaz Muhammad Nuzul Dzikri	facebook.com/UstadzMuhammad-NuzulDzikri	43.481
22	Ustaz Abdul Somad Lc. MA	https://www.facebook.com/ahmad.alhabsyi.568	35.052
23	Ustaz Zaitun Rasmin	facebook.com/zaitunrasminofficial	17.605
24	Ustaz Oemar MIta	facebook.com/oemarmita.abubassam	16.913
25	Habib Syekh	https://www.facebook.com/officialsyaikhassegaf	8.315

(Sumber: Data Primer, diolah dari Facebook, Desember 2021)

Berdasarkan tabel 3 di atas terlihat bahwa para da'i senior lebih banyak memanfaatkan facebook sebagai media dakwah.

Hal ini sesuai dengan karakter pengguna facebook yang lebih banyak digunakan oleh netizen dengan usia yang lebih senior dibandingkan pengguna Instagram maupun tiktok. Sebagai gambaran, Jumlah pengguna facebook di Indonesia tahun 2021: 140 juta jiwa, dengan persentase pengguna Facebook berjenis kelamin perempuan: 43,9%, dan persentase pengguna Facebook berjenis kelamin laki-laki: 56,1% (Riyanto, 2021).

Dakwah melalui facebook biasanya digunakan untuk live streaming kajian, *sharing* video/foto/gambar kegiatan dakwah maupun tausiyah pendek dari sang Ustadz atau Ustadzah, maupun artikel dakwah yang relatif panjang. Artikel berupa tulisan dakwah yang lebih panjang dan lengkap biasanya memang dishare melalui facebook, karena platform ini masih memungkinkan untuk berbagi teks yang panjang. Biasanya para jama'ah yang ingin mendapatkan penjelasan melalui suatu masalah keagamaan akan mencari artikel ulasan yang membahas masalah tersebut di website-website dakwah maupun facebook akun dakwah.

Selain digerakkan oleh para da'i sebagai individu, dakwah di media sosial ternyata digerakkan juga oleh komunitas-komunitas dakwah. Jika di era sebelumnya, aktivitas dakwah lebih banyak digerakkan oleh organisasi massa Islam yang merupakan organisasi dakwah besar dan memiliki sejarah panjang di Indonesia, maka di era digital ditemukan fenomena berkembangnya komunitas-komunitas dakwah skala kecil, tetapi sangat aktif di dunia digital. Berikut ini contoh profil beberapa akun youtube berbasis komunitas dakwah:

Tabel 4
 Profil Akun Youtube Komunitas Dakwah di Indonesia tahun 2021

NO	Nama Youtube Channel	Link YouTube Channel	Subscriber	Video
1	Yufid.TV	youtube.com/c/yufid	3,150,000	15122
2	Tafaqquh Online	youtube.com/c/TAFAPQUHVI-DEO	1,890,000	1825
3	Shift Media	youtube.com/c/ShiftMediaId	525,000	329
4	Rodja TV	youtube.com/c/RodjaTV	457,000	3930
5	Masjid Al-Irsyad TV	youtube.com/c/MasjidAlIrsyad	250,000	1907
6	UmmatTV	youtube.com/c/UmmatTV	201,000	3933
7	Teras Dakwah	youtube.com/c/TerasDakwah	177,000	1165
8	Bali Mengaji	youtube.com/c/BaliMengaji	174,000	1794
9	Jakarta Mengaji	youtube.com/c/JakartaMengaji	153,000	4028
10	Sayap Dakwah TV	youtube.com/c/SAYAPDAK-WAHTVurjt	148,000	859
11	Sahabat Alihsan	youtube.com/c/moviealihsan	120,000	1479

(Sumber: Data Primer, diolah dari Youtube, Desember 2021)

Berbagai komunitas dakwah tersebut tersebar di berbagai kota di Indonesia. Konten dakwah yang disebarakan melalui Youtube sangat bervariasi, mulai dari *Live Streaming* Kajian, potongan video kajian, hingga video pendek kreatif dalam bentuk animasi maupun drama tentang suatu topik dakwah. Kehadiran berbagai komunitas dakwah ini memberikan warna tersendiri dalam dinamika dakwah di Indonesia.

Dakwah Islamiyah yang selama ini digerakkan oleh para ulama dan da'i baik sebagai individu maupun sebagai jama'ah dari sebuah organisasi dakwah besar yang selama ini dikenal, termasuk dakwah yang digerakkan oleh pondok pesantren, perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya, mendapatkan dukungan baru melalui dakwah komunitas-komunitas tersebut. Pemanfaatan teknologi digital yang menjadi ciri utama komunitas-komunitas dakwah tersebut menjadi salah satu faktor kuatnya resiliensi komunikasi dakwah, terutama di kalangan anak muda, di masa pandemi Covid-19.

Agenda ke Depan

Gambaran tentang komunikasi dakwah digital di masa pandemi Covid-19 menunjukkan semangat resiliensi para aktivis dakwah di Indonesia. Terlihat bahwa umat Muslim Indonesia dapat menjadi penggerak resiliensi dalam sektor dakwah yang memberikan penguatan tersendiri dari segi psikologi dan spiritual masyarakat, sehingga tetap dapat bertahan di tengah cobaan pandemi. Sekaligus memberikan suntikan semangat untuk segera bangkit.

Situasi pandemi Covid-19 yang membatasi pertemuan fisik, telah menguatkan ruang digital komunikasi dakwah sekaligus mengasah strategi komunikasi para da'i di dunia virtual. Pandemi tidak lantas membuat aktivitas dakwah terhenti, tetapi justru memperluas segmen dan jangkauan dakwah. Secara teknis komunikasi dakwah digital menjadi pilihan yang mudah dan relatif murah. Jika dalam sebuah pengajian akbar misalnya, berbagai sumber daya dibutuhkan dan dikerahkan, maka

dalam sebuah pengajian live streaming via zoom dan youtube penyelenggaraannya menjadi lebih simpel dan jangkauannya menjadi lebih luas.

Berkurangnya interaksi fisik bukan jadi alasan dakwah mengendur, justru menjadi semakin intens dan marak dengan pemanfaatan berbagai platform dakwah digital yang menjadi solusi di tengah pandemi. Pilihan platform yang dapat digunakan menjadi semakin beragam, tergantung segmen yang dituju, termasuk ingin memilih yang berbayar atau gratis. Pilihannya lengkap tersaji mulai dari yang gratis seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Youtube*, hingga yang berbayar melalui *Zoom*, *Google Meet* dan lainnya.

Komunikasi dakwah dengan memanfaatkan media digital telah mengubah banyak hal, mulai dari jangkauan yang berkembang luas, tidak lagi konservatif dan dibatasi oleh dinding-dinding masjid dan mushola, tetapi menembus ruang virtual yang tidak terbatas, selama ada akses internet. Komunikator dakwah baik secara individual maupun organisasi juga dituntut untuk berubah dengan menguasai teknologi informasi dan kemampuan untuk berkolaborasi membentuk tim yang solid untuk memproduksi *content-content* dakwah kreatif.

Audiens dakwah digital juga terus berkembang. Tidak hanya berasal dari generasi milenial dan generasi Z yang kesehariannya tidak terlepas dari penggunaan media digital, tetapi juga berasal dari generasi lainnya yang lebih senior, yang semakin memiliki ketergantungan dengan dunia digital. Secara umum, masyarakat yang menjadi audiens dakwah menjadi semakin terbiasa dengan dakwah digital. Walaupun tentu saja, komunikasi digital dalam

dakwah tidak akan sepenuhnya menggantikan komunikasi langsung tatap muka secara fisik dalam berbagai forum dakwah. Bagaimanapun, pertemuan fisik dalam kegiatan dakwah tetap akan dirindukan dan dilaksanakan bila kondisi sudah memungkinkan.

Agenda ke depan terkait penguatan strategi komunikasi dakwah digital di tengah umat, menyangkut beberapa permasalahan utama.

Pertama, persoalan yang terkait dengan kapasitas dan kredibilitas para da'i. Di satu sisi, banyak para ulama dan da'i yang mumpuni secara keilmuan dalam ilmu-ilmu keislaman tetapi tidak memiliki kompetensi dalam pemanfaatan teknologi digital. Di sisi lain, banyak aktivis dakwah digital yang memiliki kompetensi dan penguasaan media digital tetapi sebenarnya belum memiliki kapasitas yang memadai sebagai da'i atau ulama. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perkembangan dakwah digital di Indonesia, seperti disampaikan oleh Pimpinan Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin, Leteh, Rembang yang juga Mustasyar PBNU, KH. Ahmad Mustofa Bisri. "Menjadi cobaan kita adalah orang-orang yang ahli digital, ahli IT, itu begitu tidak paham *sabili rabbika*. Sementara yang paham *sabili rabbika* banyak yang tidak paham tentang digital, tentang IT, ini menjadi cobaan bagi kita," kata Gus Mus, seperti dikutip <https://www.republika.co.id/> (Saputra, 2021).

Kedua, permasalahan yang berhubungan dengan ketersediaan akses, kualitas, dan masih mahal biaya internet menjadi kendala yang banyak ditemui di berbagai tempat dalam pengembangan komunikasi dakwah digital. Akses internet yang

lancar dan terjangkau masih menjadi fenomena perkotaan, itupun belum merata pada seluruh wilayah di Indonesia. Masih banyak ditemui wilayah dengan kualitas akses internet yang belum memadai. belum sepenuhnya merata.

Ketiga, keterbatasan komunikator dan audiens dakwah yang belum akrab dengan teknologi informasi. Hal ini bisa disebabkan oleh kultur yang belum terbiasa dengan dakwah digital, atau disebabkan oleh keterbatasan ekonomi untuk mengakses perangkat digital dan akses internetnya. Kondisi para dai dan jama'ahnya yang memenuhi kebutuhan hidup saja masih susah apalagi untuk membeli perangkat digital dan kuota internet untuk keperluan dakwah, masih banyak ditemui dalam realitas masyarakat. Berbagai keterbatasan tersebut misalnya banyak ditemui di daerah pedesaan (Hafil, 2020).

Organisasi dan Lembaga dakwah, pemerintah, perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya, serta seluruh elemen masyarakat diharapkan bersinergi untuk mencari solusi dari berbagai persoalan tersebut. Program-program pengembangan SDM da'i yang terkait dengan penguasaan teknologi informasi maupun keilmuan keagamaan dan ilmu pendukung lainnya, penting untuk dikembangkan oleh berbagai pihak. Pelatihan-pelatihan dakwah kreatif secara daring penting untuk terus diadakan. Di sisi lain para da'i, tidak boleh melupakan tugas untuk terus belajar, di samping menunaikan tugasnya mengajar ummat. Belajar dan mengajar merupakan satu paket kebaikan yang tidak boleh diabaikan di dunia pencerahan.

Penguasaan keilmuan keagamaan sebagai materi utama dalam berdakwah menjadi sangat penting bagi seorang da'i.

Empat kaedah penting dalam berdakwah yang disebutkan oleh para ulama, hendaknya menjadi pegangan utama dan spirit para da'i. Empat kaidah itu adalah: (1) Dakwah harus ikhlas mencari ridha Allah, (2) Dakwah dengan ilmu, (3) Dakwah dengan hikmah dan sabar, dan (4) Dakwah dengan mengetahui keadaan yang didakwahi. (Tuasikal, 2018).

Prinsip-prinsip dalam kaidah tersebut akan sangat mendukung tugas para da'i termasuk dalam merancang pesan-pesan dakwah yang penting dan menjadi prioritas, serta disampaikan dengan Bahasa sederhana dan menarik yang mudah dipahami umat.

Di sisi lain, pemerintah dan swasta juga diharapkan bersinergi memperluas akses jaringan *Wi-fi* gratis di tempat publik jika memungkinkan dapat menembus wilayah-wilayah pedesaan yang masih minim akses internet. Kebijakan untuk membuat harga kuota internet semakin terjangkau bagi masyarakat juga perlu menjadi prioritas para pengambil kebijakan (Nursalikhah, 2020).

Membangun resiliensi lintas-sektoral tersebut diharapkan menjadi solusi dalam mengatasi berbagai persoalan pengembangan komunikasi dakwah digital. Muara akhir yang ingin dicapai bersama adalah agar umat Islam di Indonesia dapat menjadi bagian dari solusi dalam menghadapi efek jangka-panjang dari pandemi Covid-19.

Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu aktivitas keumatan yang tidak terhenti di kala Pandemi adalah aktivitas dakwah. Kegiatan yang terkait dengan penyebaran nilai-nilai kebaikan melalui *amar ma'ruf nahi mungkar* itu terus berjalan dengan modifikasi model komunikasinya. Strategi komunikasi dakwah dengan memanfaatkan media digital di era pandemi Covid-19 menjadi upaya resiliensi di tengah turbulensi bagi umat. Berbagai persoalan memang ditemukan, misalnya terkait dengan kapabilitas dan kredibilitas para aktivis dakwah digital, konten dakwah dan sinergitas antar aktor dan lembaga dakwah yang perlu ditingkatkan menjadi tantangan tersendiri. Untuk itu, tulisan ini mencoba untuk merekomendasikan beberapa hal terkait pentingnya membangun semangat resiliensi dakwah di tengah pandemi.

Pertama, penting bagi para da'i dan ulama untuk terus meningkatkan kompetensi dalam penguasaan teknologi dan literasi digital sehingga dapat berbagai metode dakwah digital yang berkembang di dunia maya. Bagi para kyai, Ustaz, tuan guru atau habaib yang memiliki keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital dapat mengoptimalkan potensi para santri sebagai tim pengembang media dan *content creator* dalam dakwah digital tersebut.

Kedua, penting bagi para aktivis dakwah baik secara personal maupun organisasional untuk membangun sinergitas dalam pengembangan dakwah digital sehingga bisa melayani masyarakat secara lebih luas, dan menghindarkan dari potensi konflik dan disharmoni. Resiliensi dalam turbulensi, termasuk

dalam aktivitas dakwah mempersyaratkan kesepahaman bersama terhadap masalah yang dihadapi dan kesatuan gerak untuk mencari solusi.

Ketiga, penting bagi pemerintah untuk mendukung pengembangan dakwah digital, sekaligus memfasilitasi pengembangan strategi komunikasi para aktivis dakwah melalui organisasi dakwah Islam yang ada, misalnya dengan memberikan fasilitas berupa pengembangan sumber daya manusia para aktivis dakwah, maupun fasilitas lain yang dibutuhkan.

Keempat, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi digital di bidang dakwah, dengan menjadi audiens yang kritis dan aktif dalam berkontribusi menghadirkan konten dakwah yang benar-benar sesuai dengan nilai-nilai rahmatan lil ‘alamin yang terkandung dalam ajaran Islam.

Kelima, penting bagi lembaga pendidikan, terutama perguruan tinggi untuk turut aktif dalam pengembangan strategi komunikasi digital bagi para aktivis dakwah, misalnya dengan menggiatkan kegiatan pengabdian masyarakat yang didesain untuk mengembangkan kapasitas SDM Da’i dan ikut aktif dalam memproduksi konten-konten dakwah yang mencerahkan.

Daftar Pustaka

- Afifi, S., & Suparno, B. A. (2015). Communication Dimensions Within Spirituality Communication: The Qur’an Perspectives. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 8(2), 172–179. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/ijcs/article/view/2981/2407>

- Afifi, S., & Kurniawan, I. N. (2021). Ragam Komunikasi Verbal Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 153–170. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss2.art6>
- Al-Jazairi, A. B. J. (2010). *Tafsir Al-Qur'an Al-Aisar (jilid 4)*. Darus Sunnah.
- Al-Jazairi, A. B. J. (2011). *Tafsir Al-Qur'an Al-Aisar (Jilid 2)*. Darus Sunnah.
- As-Sa'di, A. bin N. (2012a). *Tafsir Al-Qur'an (Tafsir al Karim ar-Rahman Fi Tafsir Kalam al-Manan)* Jilid 1. Jakarta. Darul Haq.
- As-Sa'di, A. bin N. (2012b). *Tafsir Al-Qur'an (Tafsir al Karim ar-Rahman Fi Tafsir Kalam al-Manan)* Jilid 6 Jakarta. Darul Haq.
- As-Sa'di, A. bin N. (2013a). *Tafsir Al-Qur'an (Tafsir al Karim ar-Rahman Fi Tafsir Kalam al-Manan)* Jilid 4. Jakarta. Darul Haq.
- As-Sa'di, A. bin N. (2013b). *Tafsir Al-Qur'an (Tafsir al Karim ar-Rahman Fi Tafsir Kalam al-Manan)* Jilid 5. Jakarta. Darul Haq.
- As-Sa'di, A. bin N. (2013c). *Tafsir Al-Qur'an (Tafsir al Karim ar-Rahman Fi Tafsir Kalam al-Manan)* Jilid 7. Jakarta. Darul Haq.
- Badri, A. (2017). *Cerdas Berkomunikasi Ala Nabi*. Jakarta. Pustaka Imam Syafi'i.
- Basyir, H. (2012a). *Tafsir Al-Muyassar Jilid 1*. Solo. An-Naba'.
- Basyir, H. (2012b). *Tafsir Al-Muyassar Jilid 2*. Solo. An-Naba'.
- Hafil, M. (2020). *Strategi Dakwah di Era New Normal*. <https://www.Republika.Co.Id/Berita/Qcmidm430/Strategi-Dakwah-Di-Era-New-Normal>.
- Naffa al-Jabiri, H. bin. (2018). *Keutamaan Menjadi Penyeru Kebaikan*. <https://Almanhaj.or.Id/11447-Keutamaan-Menjadi-Penyeru-Kebajikan.Html>.
- Novia, D. R. M. (2020). *Beralihnya Dakwah Menuju Era Live Streaming di Tengah Wabah Corona*. <https://www.Okezone.Com/Tren/Read/2020/04/17/620/2200454/Beralihnya-Dakwah-Menuju-Era-Live-Streaming-Di-Tengah-Wabah-Corona>.

- Nursalikah, A. (2020). *Berkelindan dengan Dakwah Digital*. <https://www.Republika.Co.Id/Berita/qlvtur318/Berkelindan-Dengan-Dakwah-Digital>.
- Omar, R., & Geraldine, H. B. (2015). Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication. In *Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication*. <https://doi.org/10.1007/978-981-287-429-0>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021/>.
- Saputra, A. (2021). *Mengisi Ruang Digital dengan Dakwah*. <https://www.Republika.Co.Id/Berita/R2wrwb430/Mengisi-Ruang-Digital-Dengan-Dakwah>.
- Syahputra, Iswandi. (2007). *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Tuasikal, M. A. (2018). *Tsalatsatul Ushul: Empat Kaedah dalam Berdakwah*. Sumber <https://Rumaysho.Com/18160-Tsalatsatul-Ushul-Empat-Kaedah-Dalam-Berdakwah.Html>.
- Yusoff, S. H. (2016). *Western and Islamic communication model : a comparative analysis on a theory application*. *Al-Abqari*, 7 (MAY), 7–20.

Internet :

- <https://tafsirweb.com/1242-surat-ali-imran-ayat-110.html>
<https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html>
<https://tafsirweb.com/7501-surat-luqman-ayat-17.html>
<https://tafsirweb.com/9015-surat-fussilat-ayat-33.html>