

SIKAP AKADEMISI DAKWAH TERHADAP INTERNET SEBAGAI MEDIA DAKWAH

THE ATTITUDE OF DA'WA ACADEMICIANS ON THE INTERNET AS A PREACHING MEDIA

Moch Fakhruroji¹ dan Enjang Muhaemin²

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

moch.fakhruroji@uinsgd.ac.id¹, enjang.muhaemin@gmail.com²

ABSTRAK

Popularitas internet sebagai media telah membuka babak baru dalam aktivitas komunikasi, tidak terkecuali dalam aktivitas komunikasi keagamaan seperti dakwah dan sejenisnya. Tidak dapat dimungkiri bahwa sebagian umat Islam masih memandang negatif internet, namun sebagian yang lainnya justru melihat internet sebagai peluang baru bagi aktivitas dakwah. Dengan menggunakan studi kasus, tulisan ini mengungkap pandangan dan sikap akademisi ilmu dakwah di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung terhadap internet sebagai media dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan dan sikap mereka dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: pertama, optimistik-progresif, yakni memandang internet sebagai media mutakhir yang sangat strategis untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah di era global; kedua, optimistik-suportif yakni memandang positif tentang pentingnya internet sebagai media dakwah dan dalam batas kemampuannya berupaya memanfaatkan internet sebagai media penting untuk dakwah; dan ketiga, optimistik-pasif, yakni memiliki optimisme terhadap internet sebagai media dakwah namun masih belum tergerak untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan internet sebagai media dakwah.

Kata kunci: internet, dakwah Islam, sikap, akademisi dakwah

ABSTRACT

The popularity of the Internet as a medium has emerged a new chapter in communication contexts, including religious communication activities such as Islamic preaching, etc. It is inevitable that some Muslims see the Internet negatively but most of the others actually see the Internet as a new opportunity for da'wa activity. Using case studies, the researches revealed the views and attitudes of da'wa academicians in the Faculty of Da'wa and Communication UIN Bandung on the Internet as a medium for da'wa. The results showed that their views and attitudes could be classified into three categories: The first, the optimistic-progressive, which sees the internet as an up-to-date medium and are well placed to be used as a medium of da'wa in the global era; secondly, the optimistic-supportive which sees positively the importance of the Internet as a medium of da'wa while their limits to seek to utilize the internet as an important medium for da'wa; and the third, optimistic-passive, which optimistically sees the internet as a medium of da'wa but they do not exploit and optimize the Internet as a medium of da'wa.

Keywords: Internet, Islamic da'wa, attitude, da'wa academician

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang demikian cepat telah mengubah sejumlah praktik kebudayaan. Beberapa kalangan melihat hal ini sebagai sesuatu yang sangat positif dan konstruktif sehingga dapat memudahkan dan meningkatkan kualitas hidup manusia secara keseluruhan. Sifat interaktif, konvergen, dan digital yang dikandung internet telah menjadikannya sebagai primadona abad ini. Kini ini, hampir seluruh kegiatan komunikasi dan penyebaran informasi turut menyertakan internet sebagai media yang melakukan perluasan jangkauan agar dapat diakses secara lebih luas.

Dalam konteks kehidupan agama—sebagaimana juga terjadi dalam

konteks sosial-kebudayaan lainnya—orang-orang kemudian berduyun-duyun menggunakan internet sebagai saluran informasi yang mereka gunakan secara primer maupun sekunder. Salah satu keistimewaan internet yang mampu memosisikan setiap penggunanya menjadi produsen dan konsumen informasi sekaligus telah melahirkan fenomena bahwa mereka menggunakan internet bukan hanya sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan, tetapi juga untuk memproduksi dan menyebarkan informasi tersebut.

Dalam istilah yang lebih generik, kegiatan mendistribusikan informasi keagamaan—dengan ragam bentuk dan metodenya—dikenal dengan istilah

dakwah meskipun secara teoretis konsep dakwah tidak hanya diwakili oleh proses penyampaian informasi keagamaan. Akan tetapi, dakwah juga terkait dengan gerakan-gerakan pemberdayaan masyarakat berdasarkan nilai-nilai Islam. Persenyawaan antara kegiatan dakwah dengan kehidupan sosial-kebudayaan masyarakat terlihat dari evolusi dakwah itu sendiri, salah satunya adalah dengan menyesuaikan tema, metode, dan media yang digunakan dalam kegiatan dakwah.

Terutama terkait dengan bagaimana Islam ditransformasikan kepada masyarakat yang selalu berubah berikut ragam problematika yang semakin kompleks, kegiatan dakwah sebagai upaya transformasi nilai Islam ini dapat menggunakan pendekatan komunikasi melalui media-media, lisan (dakwah *bil-lisan*), tulisan (dakwah *bil-kitabah*), dan perbuatan (dakwah *bil-hal*) (Muhtadi, 2005: 178). Dalam pandangan umat Islam, dakwah merupakan suatu proses yang selalu berhubungan dengan kehidupan manusia. Oleh sebab itu, para pelaku dakwah dituntut mampu merespons segala tuntutan dan perubahan sejarah yang terjadi di era modern secara tepat (Kahmad, 2002: 68). Kemampuan ini diperlukan untuk memahami indikasi-indikasi adanya perubahan mendasar yang bukan hanya dalam konteks kultural dan sosial keagamaan, tetapi juga dalam korelasinya dengan perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi.

Perkembangan teknologi komunikasi semestinya disikapi secara proaktif. Era informasi yang ditandai dengan popularitas internet sudah selayaknya dipandang sebagai peluang sekaligus tantangan guna mewujudkan dakwah Islam yang lebih efektif, efisien, dan mengglobal. Secara signifikan, internet telah menjadi ruang baru dalam memperkenalkan, memperluas, dan memopulerkan nilai-nilai, termasuk nilai-nilai agama yang pada awalnya

menjadi bahan-bahan yang disajikan dalam kegiatan dakwah. Bahkan Zaleski (1999: 81) mengungkapkan internet mampu mentransformasikan peribadatan, organisasi keagamaan, dan bahkan gagasan inti keagamaan sehingga mengimplikasikan bahwa internet mampu menjadi media dakwah yang berdaya guna.

Dalam konteks ini, pengetahuan tentang efektivitas internet sebagai media dakwah disinyalir berbanding lurus dengan sikap seseorang terhadap internet itu sendiri, terlebih bagi kalangan akademisi. Oleh sebab itu, salah satu persoalan mendasar yang diungkap dalam tulisan ini adalah bagaimana sikap akademisi ilmu dakwah terhadap internet sebagai media dakwah? Hal ini menjadi penting karena berbeda dengan kelompok masyarakat lain pada umumnya, akademisi dakwah merupakan “kelas tertentu” dari sebuah masyarakat yang lebih spesifik. Tidak hanya kualifikasi mereka sebagai akademisi, tetapi juga sebagai “elite agama Islam” khususnya dalam ilmu dakwah yang terkait langsung dengan pembahasan utama dalam tulisan ini.

Era informasi telah membuka peluang baru bagi banyak hal, termasuk aktivitas dakwah. Namun, perlu dicatat bahwa pada saat yang sama, tantangan dan permasalahan dakwah pun semakin berat dan kompleks. Penguasaan sarana dan media-media informasi yang muncul belakangan ini kemudian menjadi sebuah keniscayaan agar dakwah dapat terus bertahan dalam arus global yang terus mengalir ini. Sebagai upaya perbaikan kondisi masyarakat, dakwah diharapkan mampu menjadi penyeimbang atau paling tidak dapat berfungsi sebagai pengingat tentang hakikat kemanusiaan sebagai makhluk Tuhan.

Dalam banyak kasus, era informasi melahirkan globalisasi yang ditandai dengan fenomena deterritorialisasi kebu-

dayaan, yakni hilangnya batas-batas kebudayaan. Hal ini ditandai dengan praktik dan karakteristik kebudayaan yang hampir seragam di seluruh dunia. Naisbitt dan Aburdene yang dikutip oleh (Ibrahim, 1994: 191) menunjukkan kesamaan gaya hidup di seluruh dunia dapat diidentifikasi melalui 3F yakni *food* (makanan), *fashion* (mode pakaian), dan *fun* (hiburan). Lebih jauh, (Rakhmat, 1991: 70-75) menambahkan 5F lagi, yakni *faith* (kepercayaan), *fear* (ketakutan), *facts* (fakta), *fiction* (cerita rekaan), dan *formulation* (perumusan). Jika yang dikemukakan Rakhmat di atas benar, penguasaan teknologi informasi dan komunikasi di kalangan pelaku dakwah akan menjadi sebuah keniscayaan.

Sebagai salah satu media paling populer dan menjanjikan terkait cakupan globalnya yakni internet telah mendorong banyak pihak untuk terlibat secara aktif dalam memproduksi informasi untuk kemudian didistribusikan secara global. Mereka tidak hanya menggunakan internet untuk mengonsumsi informasi yang mereka butuhkan, tetapi juga membagikannya kembali, mereproduksi, atau bahkan memproduksi informasi yang baru. Oleh sebab itu, pengguna internet disebut *user*, alih-alih *audience* yang dalam konteks komunikasi diposisikan sebagai pihak yang relatif lebih pasif.

Selain aspek teknis sebagai salah satu benda teknologi, aspek-aspek sosial-kebudayaan dari internet juga telah diteliti oleh banyak kalangan. Bunt & Lampeter (2005: 6) misalnya mengkaji dampak situs-situs Islam di internet dalam hubungannya dengan perspektif muslim dan nonmuslim mengenai Islam dan isu-isu Islam. Salah satu informasi yang disampaikan oleh penelitian ini adalah bahwa internet memiliki dampak yang besar dalam pembaharuan atau perubahan sosial dalam dunia muslim di

masa depan.

Selain itu, salah satu penelitian yang menggelitik adalah penelitian yang dilakukan oleh Zaleski yang mengungkap tentang bagaimana internet memengaruhi kehidupan keberagamaan (Zaleski, 1999). Ia mengulas pergulatan kaum beragama di *cyberspace* yang memunculkan semacam praktik-praktik baru beragama. Beberapa persoalan yang diangkatnya berkisar pada relasi antara praktik-praktik agama secara fisik dengan praktik-praktik secara virtual dalam konteks *cyberspace*.

Salah satu kajian awal tentang internet di Indonesia dapat dilacak dari penelitian David Hill dan Krisha Sen. Hill & Sen (2005) mengawali studi mereka dengan sebuah tinjauan atas kemunculan dan perkembangan internet di Indonesia berdasarkan kunjungan enam bulan ke Yogyakarta pada tahun 1996. Keduanya berpendapat bahwa perkembangan internet di Indonesia telah menjadi alat politik bagi demokratisasi, satu di antaranya dengan menyediakan sebuah forum untuk kebebasan berekspresi dalam masalah pandangan politik. Para pengguna internet dapat memperoleh informasi-informasi alternatif yang mungkin menjadi berbeda dengan sumber-sumber resmi pemerintah. Para pengguna juga memiliki ruang bebas untuk berpendapat, beropini, dan berdebat secara daring tanpa sensor. Tak menutup kemungkinan pula, beragam gagasan, pendapat, dan komentar mereka yang awalnya tidak tersentuh media mainstream menjadi isu yang lebih luas dan kajian banyak pihak.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Birgit Brauchler tentang "Cyberidentities at War: Religion, Identity and the internet in Moluccan Conflict" yang mengkaji penggunaan internet oleh kelompok-kelompok agama yang terlibat dalam konflik di Ambon (Brauchler, 2003). Ia menganalisis karakter dan strategi para

aktor, baik muslim maupun kristen yang terlibat dalam konflik untuk mengungkap upaya mereka dalam membangun identitas kolektif keagamaan berdasarkan pada konten dan *posting* pada situs mereka. Ia beragumen bahwa alih-alih digunakan untuk mengatasi permasalahan di masyarakat Maluku yang terpecah, internet justru digunakan untuk memperluas perpecahan komunal yang ada. Didalam hal ini, agama Islam dan Kristen, sebagai penanda identitas memainkan peranan kunci dalam membangun identitas kolektif. Dengan kata lain, konflik tersebut diperluas ke *cyberspace* oleh *cyberactor*, yakni kelompok muslim dan kristen yang terlibat dalam konflik.

Selanjutnya, adalah penelitian Iqbal (2010) yang menulis tentang gerakan salafi di Indonesia. Iqbal menyajikan fakta bahwa kaum salafi menggunakan internet sesuai tujuan dan kepentingan ideologis mereka dalam kerangka kerja yang disebut dengan *cultured technology* (pembudayaan teknologi), *localization process of global force of technology* (proses lokalisasi kekuatan global teknologi), *appropriation of global media* (penyelarasan media global), dan *spiritualizing technology* (spiritualisasi teknologi).

Kajian-kajian di atas pada dasarnya mendeskripsikan telaah terhadap konsep dan realitas internet sebagai kekuatan global teknologi komunikasi yang berkembang pesat dewasa ini dalam hubungannya dengan politik dan agama untuk kebutuhan dan tujuan tertentu. Tampaknya, kajian-kajian di atas memberikan analisis penting untuk memahami hubungan internet dengan masyarakat yang satu sama lain saling melengkapi dan memengaruhi. Namun, sebagai kajian spesifik, penelitian tentang sikap akademisi dakwah terhadap internet sebagai media dakwah menjadi bersifat khas dan spesifik.

Untuk mencapai tujuan tersebut, tulisan ini berpijak pada beberapa konsep dan teori. Pertama teori interaksionisme simbolik yang secara umum berasumsi bahwa pengalaman manusia ditengahi oleh penafsiran. Objek, orang, situasi, dan peristiwa tidak memiliki pengertiannya sendiri, sebaliknya pengertian itu diberikan untuk mereka. Penafsiran bukanlah tindakan bebas dan bukan pula ditentukan oleh kekuatan manusia atau bukan. Melalui interaksi seseorang membentuk pengertian (Moleong, 2008: 19-20).

Oleh sebab itu, teori interaksionisme simbolik melihat bahwa makna-makna (*meanings*) diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan, dan mengubah aneka konvensi, seperti peran, norma, aturan, dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Bahasa dalam hubungan ini dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi sangat penting (Parwito, 2006: 67). Secara ringkas, interaksionalisme simbolik dapat dikatakan sebagai cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya beranggapan bahwa struktur sosial dan makna-makna dicipta dan dilanggengkan melalui interaksi sosial.

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan dinamis manusia. Hal ini berbeda dengan pendekatan struktural yang memfokuskan pada individu dan ciri-ciri kepribadiannya atau bagaimana struktur sosial membentuk perilaku tertentu individu. Perspektif interaksi simbolik memandang bahwa individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Menurut Mulyana (2001: 61), paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme pasif

yang di dalamnya perilaku ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur di luar dirinya. Oleh karena individu terus berubah, masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi, interaksi yang dianggap sebagai variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama.

Blumer yang dikutip oleh Bachtiar (2006: 249) mengungkapkan bahwa interaksi simbolik bertumpu pada tiga premis: (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka; (2) makna tersebut berasal dari "interaksi sosial dengan orang lain"; (3) makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi berlangsung.

Secara ringkas Mulyana (2001: 71-72) menguraikan bahwa interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut: Pertama, individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka menghadapi suatu situasi, respons mereka tidak bersifat mekanis, tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Alih-alih, respons mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi, individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.

Kedua, makna adalah produk interaksi sosial. Oleh karena itu, makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik,

tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), tetapi juga gagasan yang abstrak. Akan tetapi, nama atau simbol yang digunakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbitrer (sembarang). Artinya, apa pun dapat dijadikan simbol dan karena itu tidak ada hubungan logis antara nama atau simbol dengan objek yang dirujuknya meskipun terkadang sulit untuk memisahkan kedua hal itu. Melalui penggunaan simbol itulah, manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang dunia.

Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan. Dalam proses ini, individu mengantisipasi reaksi orang lain dan mencari alternatif-alternatif ucapan atau tindakan yang akan dilakukan. Individu membayangkan bagaimana orang lain akan merespons ucapan atau tindakan mereka.

Secara praktis, fenomena interaksi simbolik dapat dilihat melalui sikap dan tindakan yang diperlihatkan seorang individu terkait dengan pendapat dan pandangannya mengenai sesuatu. Lange menggunakan istilah sikap dalam bidang eksperimen mengenai respons untuk menggambarkan kesiapan subjek dalam menghadapi stimulus yang datang tiba-tiba. Dalam pandangan Lange (dalam Azwar, 2007: 3-4), sikap tidak hanya menyangkut aspek mental semata, melainkan juga mencakup aspek respons fisik.

Menurut para ahli, sikap adalah semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-

cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respons. Sikap dinilai sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana. Sikap adalah respons terhadap stimulus sosial yang telah terkondisikan.

Oleh sebab itu, D. Krech dan R.S Crutchfield (dalam Sears, et al., 1999) berpendapat bahwa sikap merupakan organisasi yang bersifat menetap dari proses motivasional, emosional, perseptual, dan kognitif mengenai aspek dunia individu. Adapun struktur sikap, sebagaimana diungkapkan oleh Azwar (2007: 33) dapat dibedakan atas tiga komponen yang saling menunjang satu sama lain, yakni: (a) komponen kognitif, adalah representasi atas apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap; (b) komponen afektif, adalah perasaan yang menyangkut aspek emosional yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap; dan (c) komponen konatif, adalah aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang.

Sementara itu, dalam pemahaman yang paling luas, dakwah merupakan upaya untuk mengajak masyarakat menuju kondisi yang lebih baik dengan prinsip dan nilai-nilai yang didasarkan pada ajaran Islam. Secara teologis, dakwah merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan dalam bidang kemasyarakatan untuk memengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu. Dengan demikian, hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas

dakwah akan selalu bersinggungan dengan realitas-realitas masyarakat tempat dakwah itu dilakukan.

Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Mulkhan (1996; 205) bahwa hakikat dakwah adalah upaya mengubah satu kondisi kepada kondisi lain yang lebih baik menurut tolok ukur ajaran sebagai ajaran Islam dan pandangan hidup. Di sisi lain, perubahan kebudayaan masyarakat sebagai *mad'u* (objek dakwah) menjadi salah satu persoalan penting yang juga berkonsekuensi terhadap perubahan pendekatan dakwah. Oleh karena itu, kegiatan dakwah di abad informasi dapat dilakukan dengan menggunakan atau memanfaatkan media yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

Tidak mengherankan jika dalam konteks dakwah, media merupakan salah satu unsur mendasar karena dapat menjadi saluran bagi proses transmisi informasi-informasi keislaman kepada objek dakwah. Media yang digunakan dalam kegiatan dakwah bisa sangat beragam, bergantung pada proses pelaksanaan kegiatan dakwah berlangsung. Namun demikian secara umum, jenis media yang dapat digunakan dalam berdakwah terbagi pada dua bagian besar. Pertama, media tradisional, yakni media tanpa teknologi komunikasi. Kedua, media modern, yakni media dengan teknologi komunikasi. Media tradisional pada umumnya terkait dengan konteks kebudayaan tertentu yang berkembang dalam pergaulan tradisionalnya.

Popularitas internet dengan sejumlah fitur telah menghantarkan aktivitas dakwah pada babak baru, sebagaimana aktivitas sosial-budaya lainnya. Dengan memanfaatkan internet, aktivitas dakwah hari ini dapat dilakukan di sebuah ruangan kecil namun dapat diakses oleh jutaan orang dengan bantuan koneksi internet. Dalam konteks ini, jelas terlihat bahwa teknologi

memainkan peran mendasarnya sebagai alat yang memudahkan aktivitas. Dengan demikian, sebagaimana dikemukakan oleh Fakhruroji (2015: 246) teknologi dipandang sebagai sarana penting sehingga makna-makna agama dapat ditransformasi secara lebih luas ke hadapan publik.

Ragam fitur yang ditawarkan oleh internet pun memberikan banyak pilihan bagi para pelaku dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Beberapa kategori dakwah yang pada umumnya muncul di internet antara lain (a) website, blog, dan konten berbasis WWW lainnya, (b) media sosial seperti Facebook, Twitter, atau Instagram, (c) email melalui *newsgroup* atau *mailing list*, (d) video *sharing* dengan konten dakwah, (e) *chat* atau forum diskusi, (f) meme dakwah, dan beberapa jenis lainnya yang terus-menerus berkembang secara signifikan.

Namun demikian, para pelaku dakwah hendaknya memahami bahwa pengguna internet sebagai objek dakwah juga dihadapkan pada pilihan-pilihan lain. Bisa jadi, pilihan-pilihan ini membuat mereka cepat berpindah dari satu situs ke situs lainnya jika merasa jenuh. Oleh sebab itu, pesan-pesan dakwah di internet itu sendiri yang harus singkat, padat, dan menarik, tetapi juga harus disesuaikan dengan kehendak pengguna sebagai objek dakwah. Selain sifatnya yang konvergen, internet juga memiliki karakteristik digital yang kemudian membedakannya dengan media-media informasi yang telah ada sebelumnya.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan mengungkap fenomena khas mengenai sekelompok individu atau lembaga tertentu. Pemilihan studi kasus lebih disebabkan oleh pertimbangan

bahwa tulisan ini merupakan eksplorasi tentang suatu realitas tertentu tanpa bermaksud melakukan generalisasi namun pada saat yang sama meyakini bahwa realitas empirik dan konsep teoritis adalah kedua hal yang saling menguatkan (Given, 2008: 69).

Oleh sebab itu, data primer didasarkan pada hasil wawancara terhadap sejumlah informan yang diarahkan oleh konsep-konsep dan teori yang dijadikan sebagai pijakan awal untuk memahami fakta-fakta dan realitas di lapangan yang kemudian dikorelasikan dengan fakta-fakta dan realitas lainnya. Wawancara dilakukan kepada 20 orang dosen di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung sebagai akademisi ilmu dakwah untuk menggali realitas tentang bagaimana sikap mereka terhadap internet sebagai media dakwah. Informan dipilih dengan menggunakan prinsip *purposive sampling* dengan menggunakan pertimbangan sejalan dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa secara kognitif, pemahaman para informan tentang pentingnya dakwah di internet dapat dipilah menjadi tiga kategori, yakni sangat penting, penting, dan cukup penting. Data awal ini menarik karena ternyata tidak ada seorang pun yang memandang tidak penting terhadap fungsi internet sebagai media dakwah.

Dari kategori pertama, dapat dilihat bahwa penggunaan internet sebagai media dakwah adalah sangat penting dengan beberapa alasan yang mereka kemukakan. Secara umum, ada tiga alasan untuk kategori ini, yakni (1) internet merupakan produk teknologi mutakhir yang memiliki jumlah pengguna yang semakin meningkat dan daya jangkauan yang tidak terbatas oleh

ruang dan waktu selama terhubung dengan jaringan internet; (2) internet merupakan media dengan tingkat privasi yang tinggi sehingga memungkinkan seseorang dapat mengakses internet tanpa terkendala status sosial dan latar belakang pendidikan; dan (3) internet merupakan salah satu media, oleh sebab itu dakwah harus memanfaatkan secara optimal.

Namun demikian, kelompok ini memiliki penilaian bahwa aktivitas dakwah konvensional pun harus tetap dilaksanakan. Alasan lainnya lebih bersifat ideologis bahwa Islam merupakan agama rahmatan lil 'alamin yang harus didakwahkan pada kelompok dan kelas masyarakat mana pun. Selain itu, internet merupakan arena pertarungan ideologi—termasuk agama—sehingga mengharuskan para pelaku dakwah untuk mengambil peran secara aktif dalam aktivitas dakwah berbasis internet. Berikut ini adalah salah satu petikan wawancara,

“Saya yakin bahwa internet bukan hanya sekadar alternatif, tapi sudah menjadi sesuatu yang mutlak bagi kepentingan dakwah. Dakwah yang efektif hari ini adalah dakwah yang dilakukan melalui internet, baik itu melalui Facebook, Twitter, blog, audio, maupun melalui Youtube. Bukan hanya khalayak yang dijangkaunya luar biasa banyaknya, tapi juga mudah di akses, kapan pun dan di mana pun. Maka sangat penting bagi setiap da'i untuk bisa menguasai internet sebagai media dakwah... (Wawancara dengan Informan A9 di Bandung, April 2016).

Sementara itu, kategori kedua terdiri atas informan yang berpandangan bahwa dakwah Islam melalui internet adalah penting. Adapun alasan mereka antara lain karena tidak sedikit para pelaku dakwah di internet yang tidak memiliki ilmu keislaman dan wawasan kedakwaan yang mumpuni sehingga

penjelasan dan pemaparan pelaku dakwah ini terkadang sangat tidak memuaskan. Kelompok ini memandang bahwa mereka tidak bisa disalahkan karena memang sebatas itulah kemampuan mereka. Namun demikian, diperlukan upaya untuk meluruskan pandangan tersebut dan mendorong untuk lebih memperdalam keislaman, tentunya dengan nasihat persuasif. Bagaimana pun, mereka dengan kemampuan dan penguasaan internet telah berusaha untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman.

Salah seorang informan mengungkapkan bahwa meskipun internet memiliki peran yang penting, namun jauh lebih penting adalah penguasaan materi dakwah itu sendiri sebagaimana dikemukakan sebagai berikut,

Internet hanyalah adalah sebuah alat...Bagaimanapun kita harus mengoptimalkan manfaatnya dan meminimalkan madaratnya. Dalam konteks inilah dai akademisi tidak hanya mesti memiliki kemampuan dalam menggunakan internet tetapi harus terus meningkatkan pemahaman keislamannya sebagai materi dakwah... (Wawancara dengan Informan A15, April 2016).

Sementara itu, kelompok ketiga merupakan kelompok informan yang memandang bahwa dakwah melalui internet merupakan upaya yang cukup penting. Meski demikian, kelompok ini berpandangan bahwa dakwah melalui internet belum masuk dalam kategori sangat penting. Hal ini karena *mad'u* yang berada di alam nyata masih jauh lebih banyak dan membutuhkan bimbingan keislaman yang jauh lebih intensif. Kelompok informan ini juga secara jujur mengakui masih belum banyak mengetahui dan menguasai teknologi internet sehingga tidak banyak berkiprah dalam dakwah melalui internet. Meski begitu, kelompok ini tetap mendukung rekan-rekan mereka yang melakukan dakwah melalui internet.

Sebagai angkatan lama, jelas saya ketinggalan... Pesan-pesan dakwah insya Allah bukan suatu masalah, insya Allah saya menguasai. Tapi ketika berhadapan dengan internet, kendala teknis muncul. Penguasaan internet minim, sehingga saya memilih tetap dakwah konvensional di alam nyata. Saya tahu diri, kemajuan internet menjadi wilayah dakwah digital yang menjadi ranah dakwahnya para da'i akademisi muda... (Wawancara dengan Informan A19, April 2016)

Ditinjau dari aspek pemahaman, hampir seluruh informan pada umumnya memiliki pemahaman yang relatif baik meskipun belum berbanding lurus dengan upaya mereka untuk mengoptimalkan internet sebagai media dakwah. Fenomena ini mengantarkan pada simpulan bahwa jika dilihat dari aspek penguasaan dan pemanfaatan teknologi internet sebagai media dakwah, akademisi dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok.

Pertama, kelompok yang memiliki pemahaman dan penguasaan internet yang baik. Kelompok ini bukan hanya fasih memanfaatkan fitur-fitur internet sebagai media dakwah, melainkan juga akrab dengan teknologi internet mutakhir. Beberapa juga bahkan telah menulis sejumlah artikel dan buku yang berhubungan dengan kajian internet.

Kedua, kelompok yang memiliki pemahaman dan penguasaan internet yang cukup. Mereka yang termasuk pada kategori ini memiliki pemahaman terhadap konsep dasar internet dan mengaplikasikan fitur-fitur internet untuk kepentingan dakwah. Jumlah informan yang masuk pada kategori ini relatif lebih banyak, terlebih jika dibandingkan dengan kelompok pertama. Kelompok ini tidak hanya memiliki *e-mail* dan account di media sosial seperti Facebook dan

Twitter, juga memiliki situs atau blog dan tergabung dalam sejumlah *mailing list* serta forum diskusi (*discussion forum*).

Ketiga, kelompok dengan pemahaman dan penguasaan internet yang relatif rendah. Secara umum, kelompok ini baru sebatas mengetahui fitur-fitur internet tanpa memanfaatkannya lebih jauh, terlebih untuk kepentingan dakwah. Pemahaman mereka relatif baru terbatas sekitar penggunaan *e-mail*, *googling*, dan *update* status di media sosial.

Keempat, kelompok yang terdiri atas mereka yang jarang bersentuhan dengan internet. Minimnya interaksi kelompok ini disebabkan beberapa hal antara lain (a) kesibukan masing-masing, (b) pengetahuan dan penguasaan komputer dasar yang masih tertinggal, dan (c) cenderung menetapkan diri untuk berkiprah dakwah dengan menggunakan media konvensional.

Dengan kondisi seperti ini, pada umumnya akademisi dakwah memperlihatkan sikap optimistik terkait internet sebagai media dakwah, tetapi tidak seluruhnya memperlihatkan sikap konstruktif. Oleh sebab itu, sikap akademisi dakwah terhadap internet sebagai media dakwah dapat diidentifikasi dalam tiga kategori, yakni (1) kelompok optimistik-progresif, (2) kelompok optimistik-suportif, dan (3) kelompok optimistik-pasif.

Pertama, yakni kelompok optimistik-progresif adalah kelompok akademisi dakwah yang memandang internet sebagai media mutakhir yang sangat strategis untuk dimanfaatkan sebagai media dakwah dalam masyarakat di era global. Beberapa tipe umum dari kelompok ini adalah (a) memiliki cara pandang positif dan terbuka, dan (b) memiliki orientasi dan aktivitas yang cukup intens untuk menjadikan internet sebagai media dakwah. Kelompok ini bukan hanya mengoptimalkan fitur-fitur internet sebagai media dakwah semata,

tetapi juga menguasai fitur-fitur internet yang kemudian diolah dan dikembangkan agar menjadi internet sebagai media untuk menyampaikan ajaran Islam.

Kelompok ini bukan hanya melakukan publikasi artikel-artikel keislaman melalui blog atau situs. Akan tetapi, mereka juga membuat grup media kajian keislaman di media sosial, *mailing list*, *newsgroup*, *e-book*, atau aktivitas dakwah lainnya yang sejenis. Kelompok ini juga biasanya tidak hanya berperan sebagai pengguna, tetapi juga sebagai admin. Menurut mereka, fungsi sebagai admin memungkinkan mereka untuk mengendalikan topik atau pesan-pesan dakwah yang berkembang. Selain itu, mereka juga memiliki hak untuk mengingatkan, bahkan melakukan “sensor” atas respons atau komentar pengguna lain yang dianggap melanggar norma dan etika.

Kedua, yakni kelompok yang tergolong pada kategori optimistik-supertif. Kendati tidak seintensif dan seprogresif kelompok yang pertama, para informan yang tergolong pada kelompok kedua ini juga memiliki pandangan yang positif tentang pentingnya internet sebagai media dakwah. Dalam kadar dan batas-batas kemampuan, kelompok ini juga berupaya memanfaatkan internet sebagai media dakwah. Kelompok ini belum memosisikan dirinya sebagai pengelola atau admin. Hal ini di antaranya disebabkan oleh keterbatasan wawasan dan penguasaan fitur-fitur internet. Bentuk partisipasi kelompok ini pada umumnya lebih mengarah pada bentuk dukungan terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh pihak lain, di antaranya dengan memberikan respons positif berupa masukan dan saran.

Ketiga, kelompok optimistik-pasif. Kategori ini terdiri atas informan yang memiliki cara pandang yang optimistik terhadap internet sebagai media dakwah. Akan tetapi, kelompok

ini masih memperlihatkan sikap yang pasif dalam menggunakan internet sebagai media dakwah. Hal ini antara lain disebabkan oleh kemampuan dan penguasaan internet yang masih terbatas sehingga mereka belum mampu untuk mengekspresikan aktivitas dakwahnya melalui internet. Salah satu ciri dari kelompok ini adalah bahwa mereka lebih banyak memilih aktivitas dakwah dengan media konvensional yang selama ini mereka ditekuni.

SIMPULAN

Secara umum, informan mengungkapkan bahwa internet merupakan satu media yang penting bagi aktivitas dakwah, terlebih dalam konteks era global dewasa ini. Baik yang memandang sangat penting, penting dan cukup penting pada dasarnya memiliki argumentasi mendasar yang relatif sama yakni sebagai media yang memiliki cakupan yang sangat luas meskipun ada pula yang melihat bahwa objek dakwah di alam nyata (*offline*) pun masih membutuhkan pesan-pesan dakwah.

Selanjutnya, dari aspek pemahaman dapat dikemukakan bahwa hampir seluruh informan memiliki pemahaman yang relatif baik tentang internet meskipun belum berbanding lurus dengan upaya optimalisasi internet sebagai media dakwah. Oleh sebab itu, secara umum, aspek pemahaman dan pemanfaatan internet sebagai media dakwah dapat dikategorikan kepada empat kelompok, yakni (a) mereka yang memiliki pemahaman mendalam dan memiliki wawasan yang luas tentang kajian internet, (b) mereka yang memiliki pemahaman yang cukup dan mengaplikasikan fitur-fitur internet untuk kepentingan dakwah, (c) mereka yang memiliki pemahaman yang rendah tentang internet, dan (d) mereka yang jarang bersentuhan dengan internet.

Meskipun akademisi dakwah

pada umumnya memperlihatkan sikap optimistik terkait internet sebagai media dakwah, secara umum sikap mereka dapat dikategorikan kepada tiga kelompok. Pertama, kelompok optimistik-progresif, yakni akademisi dakwah yang memandang internet sebagai media yang strategis bagi kepentingan dakwah sebagai media populer di era global. Mereka secara aktif menggunakan sejumlah fitur internet untuk kepentingan penyebaran pesan-pesan keagamaan. Kedua, kelompok optimistik-suportif. Mereka yang tergolong pada kelompok ini memiliki pandangan positif tentang internet sebagai media dakwah. Bentuk partisipasi kelompok ini pada umumnya lebih mengarah pada dukungan terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh pihak lain. Ketiga, kelompok optimistik-pasif yakni kelompok informan yang memiliki cara pandang yang optimistik terhadap internet sebagai media dakwah namun masih bersikap yang pasif dalam menggunakan internet untuk kepentingan dakwah. Salah satu faktor penyebabnya antara lain kemampuan dan penguasaan internet yang masih terbatas sehingga mereka belum mampu mengekspresikan aktivitas dakwahnya melalui internet sehingga mereka lebih memilih aktivitas dakwah dengan media konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachtiar, W. (2006). *Sosiologi Klasik: Dari Comte hingga Parson*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Brauchler, B. (2003). Cyberidentities at War: Religion, Identity and the Internet in Moluccan Conflict. *Indonesia*, 7, 123–152.
- Bunt, G. R., & Lampeter. (2005). *Islam Virtual: Menjelajah Islam di Jagad Maya*. Yogyakarta: Suluh Press.
- Fakhruroji, M. (2015). SMS TAUHIID sebagai Tekno-religion: Perspektif Teknokultur atas Penyebaran Tausiah Agama melalui SMS. *Sosioteknologi*, 14(3), 246–260. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5614%2Fsostek.itbj.2015.14.3.4>
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hill, D. T., & Sen, K. (2005). *The Internet in Indonesia's New Democracy*. London: Routledge.
- Ibrahim, M. D. (1994). *Teknologi, Emansipasi, dan Transendensi: Wacana Peradaban dengan Visi Islam*. Bandung: Mizan.
- Iqbal, A. M. (2010). *Spiritualizing The Internet; Internet dan Gerakan Salafi di Indonesia*. Bandung: Global House Publications.
- Kahmad, D. (2002). *Tarekat dalam Islam, Spiritualitas Masyarakat Modern*. Bandung: Pustaka Setia.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhtadi, A. S. (2005). *Pribumisasi Islam: Ikhtiar Menggagas Fiqh Kontekstual*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulkhan, A. M. (1996). *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M Natsir dan Azhar Basyir*. Yogyakarta: SIPress.
- Mulyana, D. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Parwito. (2006). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Rakhmat, J. (1991). *Islam Aktual*. Bandung: Mizan.
- Sears, D.O., Freedman, J.L., & Peplau, L. A. (1999). *Psikologi Sosial*.

Jakarta: Erlangga.

Zaleski, J. (1999). *Spiritualitas Cyberspace; Bagaimana Teknologi Komputer Memengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*. Bandung: Mizan.