

DIGITALISASI DAKWAH DI ERA DISRUPSI

Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media di Tatar Sunda

Asep S. Muhtadi
Ujang Saefullah
Imron Rosyidi
Dadan Anugrah

Ketika kebijakan *Lockdown* diambil pemerintah mengikuti fakta pandemi Covid-19, semua orang harus tinggal di rumah, bekerja di rumah, belajar di rumah, dan bahkan ibadah pun dilaksanakan di rumah. Semua pekerjaan informal berhenti. Termasuk pekerjaan para juru dakwah yang biasa bepergian dari mimbar ke mimbar, juga berhenti total. Untuk sebagian juru dakwah, keadaan ini sangat mengagetkan. Perubahan aktivitas keseharian pun tak bisa dielakkan. Persis situasi perubahan yang menggambarkan peristiwa ketika awal memasuki abad ke-20, ketika mobil bertenaga bensin menggantikan kereta kuda, dunia pelan-pelan menyaksikan berhentinya bengkel-bengkel kereta kuda dan bubarnya para peternak kuda.

Para jamaah yang menjalankan perjalanan haji pun ikut berubah. Kereta Unta kini beralih menjadi kereta besi berbahan bakar premium. Perjalanan yang memakan waktu berbulan-bulan, kini cukup hanya ditempuh dalam hitungan hari. Komunikasi para jamaah dengan keluarga yang ditinggal yang sebelumnya memakan waktu berminggu-minggu lewat jasa Pos Giro, kini dapat dilakukan pada waktu itu juga lewat pesawat telephone, atau dengan fasilitas Whatsap. Semua berubah drastis. Semua beralih menjadi semakin simple. Banjir informasi pun menjadi pemandangan lumrah masyarakat saat ini. Malanchuk (1996: 4) menggambarkan demikian dramatis, zaman ini sebagai ruang pengap menyesak karena dibanjiri informasi.

Pada saat suatu peralihan terjadi, akan ditemukan kelompok orang yang tidak siap dan bahkan menolak perubahan. Para ustaz kampung yang kesehariannya mengandalkan panggilan ceramah di masyarakat praktis nganggur. Masa peralihan ini sangat mengecewakan untuk sebagian orang, bukan saja para juru dakwah, tapi juga masyarakat yang andalan taklim agamanya bergantung pada paparan lisan para ustaz. Tapi, masa peralihan ini juga selalu membawa hikmah. Masyarakat mulai merasakan pentingnya belajar bermedia. Individu-individu yang terhitung “gaptek”, mulai bekenalan dengan dunia teknologi informasi. Pasalnya, tradisi lisan yang biasa dilakukan para ustaz itu mulai beralih ke media digital. Paparannya bisa lebih efektif, sederhana, dengan harga yang relatif lebih murah. Bagaimana bisa? Itulah disruption.

Era disrupti yang menjadi kata kunci tulisan ini menjadi sentral analisis khususnya terkait dengan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah Islam. Era disrupti yang ditandai dengan munculnya berbagai fenomena kegoncangan masyarakat akibat terjadinya perubahan dahsyat dalam tatanan kehidupan, menjadi tantangan menarik pelaksanaan dakwah

Islam dengan tujuan-tujuan tertentu. Bagaimana pendekatan yang dapat digunakan ketika dakwah Islam dihadapkan pada kenyataan masyarakat yang tengah berubah? Dapatkah cara-cara dakwah yang selama ini dinilai efektif itu dipertahankan untuk jangka waktu beberapa tahun ke depannya?

Era Perubahan Masyarakat

Masa peralihan yang secara signifikan melilit masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat Tatar Sunda adalah masuknya teknologi informasi baru. *Bedug* dan *Kentongan* yang sebelumnya masih menjadi fasilitas tradisional sebagai media komunikasi masyarakat Muslim pedesaan khususnya di Tatar Sunda, kini sudah tak tampak lagi. Hilangnya kedua media tradisional itu bukan karena alasan hukum bid'ah dan bukan bud'ah, tapi karena secara alamiah tergeser oleh temuan baru teknologi informasi yang lebih menzaman. Dulu, ketika radio dan televisi mulai masuk ke tengah lingkungan keluarga-keluarga masyarakat Sunda, guncangan itu tidak begitu terasa. Paling terjadinya pergeseran tradisi dongeng lisan secara *face-to-face*, bergeser ke dongeng bermedia, saat itu orang-orang pada berkumpul mengelilingi radio untuk mendengarkan acara dongeng. Meski masih bisa dihitung jari jumlah radio pada suatu lingkungan masyarakat tertentu, tapi peralihan itu mulai menampakkan jati dirinya.

Teknologi radio pun kini sudah jauh tertinggal. Media massa itu kini telah bergeser dengan ditemukannya media baru, khususnya media sosial. Lebih efisien, lebih memiliki privasi, dan begitu massif menyebar dan dimiliki masyarakat. Efeknya pun massif terjadi, terutama karena media itu telah dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan politik dan adanya rekayasa pembuatan pesan-pesan hoax. Dalam ungkapan Kasali (2018: ix), hampir semua industri tengah bertarung menghadapi lawan-lawan baru yang masuk tanpa mengikuti pola yang selama ini kita kenal. Mereka langsung masuk ke rumah-rumah konsumen secara online. Sangat instan. Para pemain lama (*incumbent*) tak bisa mendeteksi karena lawan-lawan mereka berada di luar jangkauan radar mereka.

Saat ditemukan media baru, dunia pun berubah. Industri lama pun terdisrupsi tanpa bisa terelakkan lagi. Kegamangan psikologis masyarakat pun terjadi dan melibatkan banyak tatanan kehidupan. Jadi tak aneh jika dalam menghadapi perubahan yang sangat dahsyat ini, tidak sedikit masyarakat yang frustrasi dan bahkan pasif tak berdaya. Mereka *give-up*, menyerah tanpa menemukan solusi. Dikhawatirkan, mereka mencari dan menemukan solusinya sendiri, melalui ikhtiar tak terbimbing, yang pada gilirannya dapat berakibat pada kehidupan yang liar.

Inilah suatu perubahan yang harus diantisipasi, termasuk dalam ranah kehidupan beragama. Agama itu butuh bimbingan langsung (*direct consuling*). Jika tidak, tidak mustahil akan ditemukan sejumlah kesalahan praktik beragama. Munculnya sikap-sikap radikal, misalnya, disinyalir oleh sebagian pihak karena telah terjadinya pencarian argument-argumen agama yang tidak selayaknya terjadi. Adanya mispersepsi, misalnya, merupakan salah satu sumber munculnya kesalahan praktik beragama mereka.

Padahal, pada saat yang sama, begitu mudahnya mereka menemukan sumber-sumber penjelasan tentang substansi agama. Penjelasan-penjelasan itu melimpah bertebaran di media

sosial yang gampang ditemukan dengan harga yang sangat murah. Jadi, dari pada mereka sengaja mendatangkan guru/kiai yang memang mumpuni dalam bidang agama, mereka lebih memilih cara yang lebih simple dan murah. Mereka tinggal buka *hand-phone* yang hampir semua orang kini sudah memilikinya. Tua-muda, laki-laki-perempuan, bahkan anak-anak usia dini pun kini telah memiliki fasilitas itu. Media baru itu kini sudah menjadi barang rumah tangga yang sangat biasa tersedia di hampir semua rumah tangga di Indonesia, termasuk rumah-rumah masyarakat muslim Sunda.

Jejak Dakwah di Tatar Sunda

Sebagai proses sosialisasi ajaran, dakwah Islam telah melewati perjalanannya selama ratusan tahun. Jika dihitung sejak awal kedatangannya di Nusantara pada abad ke-13, hingga saat ini dakwah Islam telah berusia sekitar delapan ratus tahun. Dalam rentang waktu itulah, melalui usaha dakwah yang dilakukan para pendahulu, Islam pun tiba di Tatar Sunda. Islam kemudian menjadi “pribumi” setelah melakukan berbagai dialog produktif antara nilai-nilai yang telah lama tersedia dengan nilai-nilai baru yang melekat dengan ajaran. Pergumulan kebudayaan di antara keduanya pun tidak bisa dihindari.

Sejak era para wali hingga era digitalisasi saat ini, Islam terus menapaki jejak-jejak yang penuh dinamika. Mulai dari cara-cara dakwah para wali dengan menggunakan media pewayangan, hingga zaman Ustaz Abdu Somad lewat media sosial, dakwah pun seolah tak pernah berhenti mengunjungi selera masyarakat sarasannya. Sejak selera masyarakat yang masih sangat sederhana, hingga sopistikasi selera masyarakat modern saat ini, dakwah dengan cermat menyiasati alur kehidupan. Agama memang tak pernah netral berpihak. Ia selalu berpihak pada kebenaran, meski fasilitas menemukan kebenaran itu senantiasa berubah seiring perubahan sosial masyarakat yang dihadapinya.

Dari perjalannya yang panjang seperti itu, proses dakwah telah memperlihatkan sekurangnya dua fenomena penting. Pertama, Islam menjadi agama yang dipeluk oleh mayoritas masyarakat Tatar Sunda. Dari sekitar 43 juta penduduk Jawa Barat saat ini, sekitar 40 juta di antaranya pemeluk Islam. Kedua, dibandingkan dengan daerah-daerah lain di Indonesia, masyarakat Muslim Pasundan juga memperlihatkan corak keberagamaannya yang khas, moderat, egaliter, dengan sedikit warna sinkretik yang ditunjukkan dalam bentuk upacara-upacara ritual.

Secara sederhana, kenyataan tersebut dapat dipandang sebagai hasil dari proses penyebaran Islam yang dilakukan melalui pendekatan-pendekatan yang diduga kuat amat berbeda dengan pendekatan penyebaran Islam di kawasan lainnya. Hasilnya, sebuah potret masyarakat Muslim yang amat menarik untuk didiskusikan. Berbagai kebudayaan yang kini menjadi khazanah masyarakat Pasundan memperlihatkan warna keislaman yang cukup kental. Demikian pula sebaliknya, Islam yang direpresentasikan para pemeluknya di Tatar Sunda memperlihatkan sebuah gambaran keberagaman yang sarat muatan kebudayaan lokal, sejauh tidak bertentangan dengan prinsip ajaran.

Kini, masyarakat itu telah bergeser memasuki era baru, era media baru. Memang, sebagiannya telah memiliki kesiapan lengkap dengan perangkat yang dibutuhkannya. Tapi,

sebagian lainnya tidak. Mereka tidak siap karena keterbatasan dan/atau keterpaksaan. Mereka terdisrupsi, mereka gamang, mereka belum menemukan jalan keluar. Mereka masih “hidup” di zaman lama, mereka masih terbelenggu oleh pola pikir lama, sehingga masih terkesan sulit menerima kenyataan baru yang amat berbeda.

Paper ini sendiri sebetulnya hendak mengelaborasi proses dakwah dengan memusatkan perhatian pada dinamika persentuhan ajaran Islam dengan budaya Sunda yang telah berhasil melahirkan tatanan masyarakat religius *nyunda* dan *urang Sunda* yang religius. Pada saat yang sama dinamika dimaksud juga masuk pada variable ketiga saat ini, yaitu masa peralihan teknologi media yang menjadi fasilitas hidup urang Sunda.

Khalayak Baru: Segmentasi Dakwah Digital

Khalayak Tatar Sunda, meski masih terikat pada budaya lama, budaya Sunda, tapi gaya hidup mereka telah banyak bergeser, seiring dengan semakin terbukanya interaksi dengan dunia luar. Jumlah anak-anak di Tatar Sunda yang terbiasa berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Sunda, kini semakin menurun, seiring semakin terbukanya pergaulan dengan penduduk etnik lain yang telah menetap menjadi warga baru masyarakat Tatar Sunda. Dinamika urbanisasi serta perpindahan penduduk karena ikatan pekerjaan, misalnya, telah membuka peluang masuknya penduduk baru yang beretnik lain. Penduduknya pun semakin heterogen. Kisah satu kampung dihuni oleh keluarga besar berdarah sama, kini hampir tidak ditemukan lagi. Heterogenitas inilah yang harus menjadi salah satu pertimbangan komunikasi sosial yang sejatinya diperankan oleh para penyeru agama.

Selain karakter sosiologis yang heterogen seperti itu, mereka juga telah beralih pada gaya hidup baru sebagai dampak langsung ataupun tidak langsung dari hadirnya fasilitas hidup yang baru. Kehadiran media sosial di tengah kehidupan masyarakat Tatar Sunda, langsung ataupun tidak langsung, telah merubah cara-cara hidup secara baru pula. Cara memenuhi hajat hidup, cara berkomunikasi, dan bahkan cara mempraktikkan ajaran agama atau keyakinan pun bergeser memasuki cara-cara beragama secara baru. Sikap-sikap santun, someah, dan lain sebagainya, kini banyak bergeser menjadi gaya hidup baru yang cenderung sebaliknya.

Akan tetapi, dalam konteks digitalisasi kehidupan, masyarakat Tatar Sunda, seperti masyarakat Indonesia pada umumnya, telah memperlihatkan kesiapan yang semakin memadai. Kesiapan psiko-sosial seperti ini, terutama ditunjang oleh kelengkapan fasilitas elektronik yang semakin besar. Percepatan masuknya produk-produk elektronik menyerbu masyarakat dan dikonsumsi secara semakin massif menjadi faktor pendukung kesiapan dimaksud. Hingga awal 1990-an, pesawat hand-phone masih bisa dihitung jari. Sepuluh tahun kemudian, pesawat itu berubah bak air membanjiri kehidupan masyarakat. Kini, ketika hand-phone dengan fasilitas Android telah masuk, percepatan kepemilikan pun meningkat cepat. Hampir semua individu masyarakat Tatar Sunda kini telah memiliki fasilitas tersebut. Sehingga, jika ada agenda dengan mensyaratkan fasilitasi perangkat elektronik itu, kini sudah bukan sesuatu yang utopis lagi, bahkan menjadi sesuatu yang sangat realistis.

Generasi yang lahir tahun 1990-an adalah generasi yang melek media termasuk media baru (*new media*), seperti internet, komputer, gadget, smartphone dan sejenisnya. Generasi ini, oleh Marc Prensky, disebut generasi, “Digital Natives”. Dalam artikelnya, “*Digital Natives, Digital Immigrants*”, Mars menegaskan bahwa generasi Digital Natives adalah generasi yang terlahir di saat media baru sedang tumbuh berkembang pesat, sehingga generasi sangat paham dan pandai menggunakan media tersebut. Sedangkan generasi Digital Immigrants adalah generasi peralihan dari Era manual ke Era Digital. Generasi ini menyebar luas di berbagai belahan dunia termasuk kawasan Tatar Sunda.

Di Jawa Barat, generasi Digital Natives saat ini kurang lebih berjumlah 14.882.653 (BPS, Jawa Barat, 2018). Mereka termasuk yang dominan pengguna internet, computer, smartphone. Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2018, bahwa pengguna internet berdasarkan kelompok umur adalah usia 13-18 tahun sebesar 16,68 %; 19-34 tahun berjumlah 49,52%; 35-54 tahun sebanyak 29,55%; dan kelompok umur 54 tahun ke atas sebesar 4,24%. Dengan demikian, generasi Digital Natives adalah generasi yang sangat dominan dalam mengakses internet. Mereka aktif mencari berbagai konten baik konten hiburan, pendidikan, agama, termasuk konten dakwah Islam.

Kepemilikan perangkat elektronik yang sebelumnya menjadi salah satu indikator kesejahteraan ekonomi masyarakat, kini perangkat itu dimiliki masyarakat tanpa mengenal kelas sosial. Jika sebelumnya perangkat hand-phone digunakan hanya untuk kepentingan-kepentingan elit dan eksklusif, kini perangkat itu telah semakin memasyarakat, dan bahkan seorang emak-emak pedagang sayur atau bapak-bapak pedagang bakso pun telah dilengkapi dengan fasilitas hand-phone lengkap dengan fasilitas Android-nya. Ojeg On-line yang menjadi salah satu alat transportasi masyarakat Tatar Sunda yang sebelumnya hadir penuh kontroversi, kini telah semakin memasyarakat dan bahkan merakyat.

Hand-phone juga kini telah menjadi fasilitas belajar masyarakat yang semakin fenomenal. Siapapun yang penasaran dengan manfaat obat yang diterima dari dokter, misalnya, mereka tanpa ragu untuk bertanya pada Mbah Google; demikian pula emak-emak yang kebingungan dengan resep sesuatu masakan, mereka pun dengan yakin bertanya pada Mbah Google. Semua ketidaktahuan dapat dibantu dengan kehadiran perangkat elektronik itu. Termasuk ketidaktahuan atau ketidakmengertian tentang substansi ajaran agama dan keyakinan, mereka tidak lagi mencari dan bertanya pada ustaz atau ulama ahli agama, mereka dapat bertanya pada Mbah Google.

Digitalisasi Dakwah, Sebuah Solusi

Lalu apa yang dapat dilakukan dalam kerangka dakwah Islam sebagai media sosialisasi ajaran? Dakwah kini sudah tidak populer lagi jika hanya mengandalkan media lisan. Mimbar-mimbar yang sebelumnya menjadi andalan penyampaian ajaran kini sudah bukan zamannya lagi. Jika dakwah masih mengandalkan mimbar, diperkirakan, ke depan dakwah Islam akan mengalami degradasi jamaah secara signifikan. Dakwah Islam kini sudah saatnya beralih pada pemanfaatan media baru yang lebih menzaman dengan masyarakatnya.

Media digital merupakan alternatif yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, jika dakwah masih ingin dinilai tetap survive menghadapi masyarakat, terutama masyarakat yang lahir antara era 1990-an sampai awal 2010-an, atau biasa populer disebut Generasi Z. yang menurut statistik, mereka adalah lapisan masyarakat paling banyak, dan akan menjadi penentu pada sekitar sepuluh tahunan lagi. Jadi, kawasan Tatar Sunda dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia ini akan dapat terlayani kebutuhan spiritual dan materialnya, terutama berkaitan dengan misi utama dakwah Islam.

Ada keuntungan yang dapat diperoleh jika dakwah sudah dilakukan secara digital. Pertama, aspek efisiensi. Dakwah akan lebih efisien, karena ia tidak membutuhkan waktu dan tempat yang lebih luas. Dakwah dengan digital juga akan dapat menjangkau jumlah jamaah yang jauh lebih besar. Jika jangkauan mimbar hanya berkisar puluhan atau bahkan ratusan orang audiens, dengan digital dakwah akan dapat menjangkau ratusan, ribuan, atau bahkan jutaan jamaah dan tersebar di berbagai pelosok geografis yang semakin luas.

Pada aspek efektifitas, meski belum dilakukan penelitian serius dan mendalam, dengan mengacu pada efek yang dihasilkan media sosial dalam bidang yang lain, diperkirakan dakwah digital ini akan jauh lebih efektif dibanding dakwah lisan melalui mimbar. Kesempatan bertemu muka yang semakin terbatas, kini, dengan fasilitas digital, dakwah bisa masuk ke rumah-rumah dan bahkan menjumpai individu-individu dalam tempo dan tempat yang tak terbatas. Dakwah seperti itu juga dapat dikonsumsi kapan saja audiens memiliki kesempatan. Jadi dakwah tak lagi dibatasi waktu dan tempat.

Cara-cara dakwah seperti ini sangat memungkinkan, terutama setelah fasilitas media sosial kini semakin memasyarakat. Hampir semua individu masyarakat Tatar Sunda nampak sudah memiliki fasilitas yang dibutuhkan. Terlihat dari semakin banjirnya arus informasi yang diterima dan dikirim oleh para pengguna media sosial di kawasan Tatar Sunda. Bahkan anak-anak usia Sekolah Dasar pun kini sudah terbiasa menggunakan fasilitas itu. Mereka bukan saja diizinkan oleh para gurunya untuk menggunakan media sosial semacam hand-phone, yang padahal sebelumnya dilarang, bahkan tugas-tugas sekolah dari guru-gurunya pun kini sudah dilakukan dengan menggunakan fasilitas media sosial. Demikian pula para anggota keluarga nampak sudah semakin terbiasa memenuhi hajat hidupnya secara on-line. Ibu-ibu berbelanja kebutuhan sehari-hari saja sudah menggunakan fasilitas on-line.

Jadi, gagasan dakwah dengan menggunakan media on-line saat ini sudah bukan sesuatu yang utopis lagi. Dakwah dunia digital kini telah berubah menjadi barang yang sangat realistis. Fasilitas pendukungnya sudah sangat memungkinkan. Sebaliknya, dakwah-dakwah konvensional, seperti kegiatan dakwah dengan memanfaatkan fasilitas dari mimbar ke mimbar, khususnya di tengah masyarakat Tatar Sunda, kini sudah semakin kurang diminati. Minat untuk menghadiri acara-acara pengajian, misalnya, kini menurun drastis, baik di daerah-daerah pinggiran kota maupun di desa-desa. Simplifikasi dari cara-cara mendapatkan informasi keagamaan seperti ini, memang sudah menjadi alternatif di tengah pola hidup dan kesibukan para anggota masyarakat.

Jika solusi ini menjadi alternatif dakwah baru, maka paling tidak diperlukan dua hal penting: Pertama, keterampilan mengoperasikan fasilitas baru yang sebelumnya mungkin tidak termasuk wawasan yang diagendakan, khususnya oleh para juru dakwah yang hanya bergelut dengan ilmu-ilmu keagamaan secara tekstual. Dakwah digital memutlakkan dimilikinya keterampilan ini, dan untuk menguasai keterampilan baru ini, saya kira, tidak terlalu sulit. Siapapun dapat mempelajarinya dalam waktu yang tidak terlalu lama. Bahkan anak-anak sekarang bilang: “hanya dalam hitungan menit, siapapun dapat mengoperasikan fasilitas IT sebagai penunjang utama dakwah digital dimaksud”.

Kedua, keterampilan merumuskan pesan-pesan agama untuk disajikan lewat media on-line. Memang tidak mudah bagi orang-orang yang terbiasa berkomunikasi dalam tradisi lisan untuk bergeser pada tradisi baru, tradisi bermedia. Keterampilan menulis adalah salah satunya, khususnya menulis di media sosial. Masyarakat Pasundan yang telah terikat dan bahkan terpenjara dalam lingkungan tradisi tutur akan menghadapi sedikit kesulitan ketika harus merubah ke dalam tradisi tulis. Menulis di media sosial juga tidak seperti menulis di media pada umumnya. Bertutur dalam bahasan panjang, misalnya, tidak dimungkinkan bagi para pembaca media sosial, karena kesempatannya yang tidak seperti ketika membaca di media cetak. Kalimat-kalimat pendek dengan panjang paragraf yang terbatas, salah satunya, menjadi pendekatan yang dimungkinkan cocok untuk berkomunikasi di media sosial. Ditambah dengan ilustrasi-ilustrasi visual akan menambah daya tarik bagi para pembacanya.

Sebetulnya, budaya tutur yang salah satunya ditandai dengan melekatnya tradisi dongeng di kalangan masyarakat Tatar Sunda, sudah agak lama bergeser memasuki budaya lain yang lebih tervisualisasikan di media. Dulu, misalnya, ketika tradisi dongeng sebagai ciri budaya tutur disajikan lewat radio, sejak era 1990-an telah bergeser pada bentuk baru, Sinetron. Dalam pandangan Muhtadi (1912: 120) Sinetron dapat mewakili kisah yang diasumsikan menjadi bagian dari *human interest*. Ia merupakan perwujudan baru dari tradisi dongeng yang sebelumnya tidak divisualisasikan lewat media bantu, televisi. Disebut pengganti dongeng, karena cerita-cerita Sinetron bisa bersumber dari kisah-kisah faktual ataupun fiktif.

Di era disrupsi ini, hampir semua tatanan sosial, tak ketinggalan masyarakat Tatar Sunda, ikut berubah. Ibu-ibu urang Sunda yang dulu biasa fokus mengasuh anak, misalnya, kini banyak ibu-ibu yang asyik menyusui anak sambil terbagi konsentrasi karena terlibat dalam percakapan di media sosial. Maka, bayi-bayi urang Sunda yang lahir di awal abad ke-21 ini, bisa jadi dibesarkan dalam pola asuh dan hubungan emosional yang berbeda (Kasali 2018: 43). Inilah, antara lain, yang harus diantisipasi dunia dakwah ke depan. Sasaran dakwah ke depan, termasuk masyarakat Tatar Sunda yang menjadi salah satu sarannya, adalah mereka yang dibesarkan dalam dunia yang berbeda dengan dunia para juru dakwah.

Jadi, dalam konteks digitalisasi dakwah ini, perlu dipertimbangkan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Mereka sudah akrab dengan teknologi informasi, tapi pada saat yang sama, mereka adalah individu-individu yang terhempas dari pola asuh orang tua yang menjadi korban perubahan itu. Masyarakat digital adalah masyarakat informasi yang telah terbiasa berkomunikasi lewat media on-line, tapi belum tentu akrab dengan konsumsi-konsumsi

spiritual yang disajikan sumber-sumber tradisional yang berbeda. Mereka termasuk generasi masyarakat maju di satu sisi, dan di sisi lain, mereka juga masyarakat yang memiliki problem psikologis tersendiri. Sebagai sasaran dakwah, mereka tidak bisa diabaikan.

Simpulan

Di era di mana perubahan sudah menjadi ciri penting masyarakat kita dewasa ini, interaksi antarindividu sudah semakin kohesif, dunia media telah begitu kuat dan hegemonik terhadap pola-pola kehidupan yang dilaluinya. Dalam keadaan seperti itu, gerakan dakwah Islam harus tetap survive melayani kebutuhan spiritual masyarakat yang menjadi sasaran utamanya. Dakwah digital menjadi pilihan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Bukan saja karena tuntutan zaman, tapi juga berkaitan erat dengan efektifitas dan efisiensi pelaksanaannya. Digitalisasi dakwah Islam juga menjadi pilihan yang dikedepankan, mengingat selera masyarakat yang kian berubah seiring perubahan teknologi media yang menjadi fasilitas utamanya.

Karena itu, setiap juru dakwah kini dituntut memiliki kapasitas ekstra untuk menguasai dan memanfaatkan media, khususnya media sosial. Penguasaan medan dakwah kini bergeser bukan saja pada kekuatan kharisma untuk merebut konsentrasi publik, tapi juga penguasaan keterampilan komunikasi bermedia.

Daftar Bacaan

- Anonimous. 2006. *Ngamumule Budaya Sunda, Nanjeurkeun Komara Agama*. Bandung: Perhimpunan KB-PII Jawa Barat.
- Arnett, Ronald C. 2006. "Through a Glass, Darkly", dalam *Journal of Communication and Religion*.
- BPS Jawa Barat. 2018. *Jawa Barat dalam Angka*. Bandung: BPS Jawa Barat.
- David Stillman dan Jonah Stillman. 2018. *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fakhruroji, Moch. 2011. *Islam Digital, Ekspresi Islam di Internet*. Bandung: Sajjad.
- Malanchuk, Maureen. 1996. *InfoRelief, Stay Afloat in the Info Flood*. San Fransico: Jossey-Bass Publishers.
- Marc Prensky. 2019. "Digital Natives, Digital Immigrants."
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mullikin, Peggy Lynn. 2007. "Religious and Spiritual Identity. The Impact of Gender, Family, Peers and Media Communication in Post-Adolensence", dalam *Journal of Communication and Religion*.

Rhenald Kasali. 2018. *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

-----, 2018. *The Great Shifting (Series on Disruption)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Usep Romli HM. 2006. *Dulag Nalaktak: Kumpulan Carita Humor*. Bandung: Kiblat.