

Dari prespektif Sosiologi, tujuan dakwah yaitu membawa masyarakat pada keadaan yang lebih baik dan lebih maju daripada keadaan sebelumnya. Menurut para ahli sosiologi, teori tentang kemajuan selalu menyangkut dua lokus perkembangan. Pertama, perkembangan dalam struktur atas atau kesadaran manusia tentang diri sendiri dan alam sekelilingnya. Kedua, perkembangan struktur bawah atau kondisi social dan material dalam kehidupan manusia. Pemikir pertama pada zaman modern yang berbicara mengenai kesadaran atau cara berpikir manusia adalah August Comte. Dengan adanya dakwah yang dilakukan dengan terencana dan rapih serta dilakukan terus-menerus, maka mad'u (umat) akan masuk ke dalam suatu keadaan yang lebih baik dari keadaan sebelum mereka menerima dakwah.

Kondisi penduduk Makkah dan Madinah sebelum datangnya islam sungguh gelap, terjadi perampokan di mana-mana, perjudian, perzinaan, pembunuhan, kecurangan dalam perdagangan. Namun setelah islam datang, secara perlahan tapi pasti keadaan tersebut berbalik seratus delapan puluh derajat, bahkan seluruh penduduk di jazirah Arab menjadi model masyarakat terbaik yang pernah ada di muka bumi. Terciptanya khairul bariyyah dan khairul ummah adalah tujuan dilakukannya dakwah islam yang utama. Karena pembinaan individu harus bersamaan dengan pembinaan masyarakat, maka

karakteristik sebuah jalan dakwah mengakibatkan banyaknya orang-orang yang akan berjatuh saat melalui jalan dakwah tersebut. Oleh sebab itu pengertian dakwah Islam dan karakteristiknya perlu diketahui dan dipahami. Dakwah bukanlah pekerjaan sehari dua hari yang bakal selesai untuk dikerjakan. Perjalanan dakwah adalah perjalanan yang telah dirintis oleh Rasulullah, dan hingga hari ini akan terus berjalan sampai pada masa yang telah Allah janjikan. Dakwah berorientasi pada tertegaknya hukum-hukum Allah dan izzah ummat Islam di muka bumi. Oleh sebab itu jangan pernah lelah mengarungi jalan dakwah, sebab jalan dakwah memanglah perjalanan jauh para pejuang Islam yang siap mengorbankan segala macam hal yang menjadi milik diri, baik harta, waktu, keluarga maupun jiwa diri sendiri. Demikianlah pengertian dakwah Islam itu dimaknai, tidak hanya sekedar definisi, namun juga karakteristik nyata dari dakwah itu sendiri.

Jalan dakwah adalah jalan yang penuh rintangan. Sudah menjadi sunnatullah, dakwah dipenuhi dengan berbagai macam hambatan dan rintangan. Seseorang yang telah mengikrarkan dirinya siap untuk bergabung bersama barisan dakwah adalah mereka yang sudah siap untuk mendapatkan berbagai bentuk ujian di jalan dakwah tersebut. Ujian-ujian di jalan dakwah yang diberikan tak lain bertujuan untuk memuliakan orang-orang yang berdakwah. Jika seseorang tersebut sanggup melaluinya, maka akan

elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Media Dakwah dan Pengelolaannya Islam memandang dan memosisikan media massa sebagai salah satu sarana pemercepat kebangkitan gerakan Islam itu sendiri. Media merupakan ruang luas yang memiliki beragam potensi. Media banyak ditempatkan sebagai alat untuk mencapai aneka macam tujuan orang-orang yang menggunakannya. Di samping sebagai fungsi media sebagai alat kontrol sosial kehidupan bermasyarakat dan bernegara, media juga memiliki aneka fungsi sesuaikan tujuan yang ingin dicapai orang-orang yang terlibat di dalamnya. Misalnya untuk kepentingan bisnis, kepentingan politik, kepentingan ekonomi, kepentingan sosial dan sebagainya.

Sementara Islam menempatkan media sebagai kepentingan dakwah dari nilai-nilai Islam itu sendiri. Dengan demikian terbentuklah apa yang disebut dengan media dakwah Islam, dimana media di sini berfungsi semata-mata untuk kepentingan dakwah Islam. Ada banyak macam-macam media dakwah Islam. Sama halnya dengan media pada umumnya, bedanya hanya terletak pada ideologi yang mendasarinya. Ada media dakwah Islam cetak dan ada pula yang bersifat online. Media-media tersebut meskipun disampaikan dengan aneka cara yang berbeda, namun pada hakikatnya memiliki tujuan yang sama yakni untuk kebangkitan dan

tulis-menulis), bi at-tadbir (manajemen/pengorganisasian) dan bi al-hal (aksi sosial). Seorang dai atau muballigh yang baik tidak hanya menguasai materi dakwah, melainkan juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal itu akan mempermudah dai dalam memilih kata dan menemukan metode apa yang harus digunakan. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka.” (HR. Muslim).

Matthew DeBell dari The Education Statistics Services Institute (ESSI) mengatakan bahwa penggunaan komputer dan Internet dapat meningkatkan kualitas hidup orang setiap hari dan meningkatkan prospek pasar kerja mereka. Tingkat penggunaan komputer dan Internet dapat dianggap sebagai indikator standar hidup. Diantara berbagai tujuan orang memanfaatkan Internet antara lain: Berbagi data penelitian dan pekerjaan diantara rekan sejawat dan individu-individu dalam profesi yang sama. Berkomunikasi dengan orang lain dan mengirim file melalui e-mail. Meminta dan memberikan bantuan dengan mengajukan permasalahan dan pertanyaan. Memasarkan dan mempublikasikan produk dan jasa. Mengumpulkan umpan balik dan saran-saran dari para pelanggan dan rekan bisnis.

Menurut Buxbaum memahami informasi berkaitan dengan keahlian teknologi informasi, tetapi memberikan pengaruh yang lebih luas kepada individu, sistem pendidikan, dan masyarakat. Keahlian teknologi informasi membuat seseorang dapat menggunakan komputer, aplikasi perangkat lunak, database, dan teknologi lain untuk mencapai berbagai tujuan akademis, pribadi, dan tujuan yang berkaitan dengan

peranannya sangat menentukan sekali dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya dengan kemajuan peradaban manusia menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideologi bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi.

Untuk dapat mencapai tujuan yang tepat dan mendapatkan keberhasilan, maka seorang da'i harus pandai dalam memilih media dakwah. Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi mau tidak mau akan menghadapi dan menjadi idaman dalam kehidupan masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman. Dengan demikian, media dakwah merupakan wasilah bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan. Pendakwah di zaman ini tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah. Tetapi pendakwah zaman ini adalah penyelidik dan penggerak kepada penyelesaian masalah semasa secara praktis. Artinya dalam posisi ini mempunyai kesadaran dan telah menempatkan

Demikian pula dalam gerakan dakwah, seolah tergugah untuk turut memanfaatkan (bila tidak mau disebut dengan “demam”) media atau teknologi modern seperti internet sebagai salah satu media dakwah. Bila penggunaan internet sebagai ruang imajinasi atau dunia maya dikenal dengan istilah cyberspace,²⁴ yang kemudian setelah merambah dalam wilayah ekonomi, sosial politik dan budaya dikenal istilah cyberculture, maka pemanfaatan internet dalam gerakan dakwah dapat pula disebut sebagai cyberdakwah.

Penggunaan istilah cyberdakwah memang tergolong dalam istilah baru dalam dunia dakwah. Bagi sebagian yang lain, cyberdakwah diistilahkan dengan dakwah digital, dakwah virtual, dakwah cyber, atau istilah sejenis lainnya. Apapun istilah yang dipergunakan, pada hakikatnya memiliki esensi yang sama, yaitu memanfaatkan internet sebagai ruang untuk berkreasi, menuliskan imajinasi, gagasan, informasi, atau gerakan dakwah. Kehadiran cyberdakwah dalam ruang virtual tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah semangat untuk membangun dinamika dakwah. Bila dahulu kajian keislaman didapat dari ceramah-ceramah, atau even-even yang terbatas, maka melalui internet kajian keislaman dapat diakses dengan mudah kapanpun dan dimanapun sepanjang tersedia akses internet.

²⁴Istilah cyberspace dikenalkan oleh William Gibson pada tahun 1984 dalam buku (novel)nya *Neuromancer*. Sebagaimana dikutip Antarksa, Gibson mengungkapkan bahwa cyberspace adalah “pemandangan yang dihasilkan oleh komputer-komputer yang ditancapkan langsung ke dalam soket-soket yang ditanamkan di otak”. Lihat KUNCI, No. 2 (September, 1999). Lihat juga <http://kunci.or.id/esai/nws/02/cyberculture.htm>; Mark Slouka, *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*, terj. Zulfahmi Andri (Bandung: Mizan, 1999), 14.

Dakwah tidak hanya sekadar bersifat ceramah di masjid, namun disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kesibukan masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja. masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja.

Dari pemaparan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan baik individu maupun kelompok agar terjadi perubahan yang lebih baik yang dilandasi atas dasar nilai-nilai agama (Islam). Perubahan tersebut menyangkut sikap hidup dan perilaku seseorang serta tatanan kehidupan masyarakat dalam semua aspek kehidupan. Media, model,

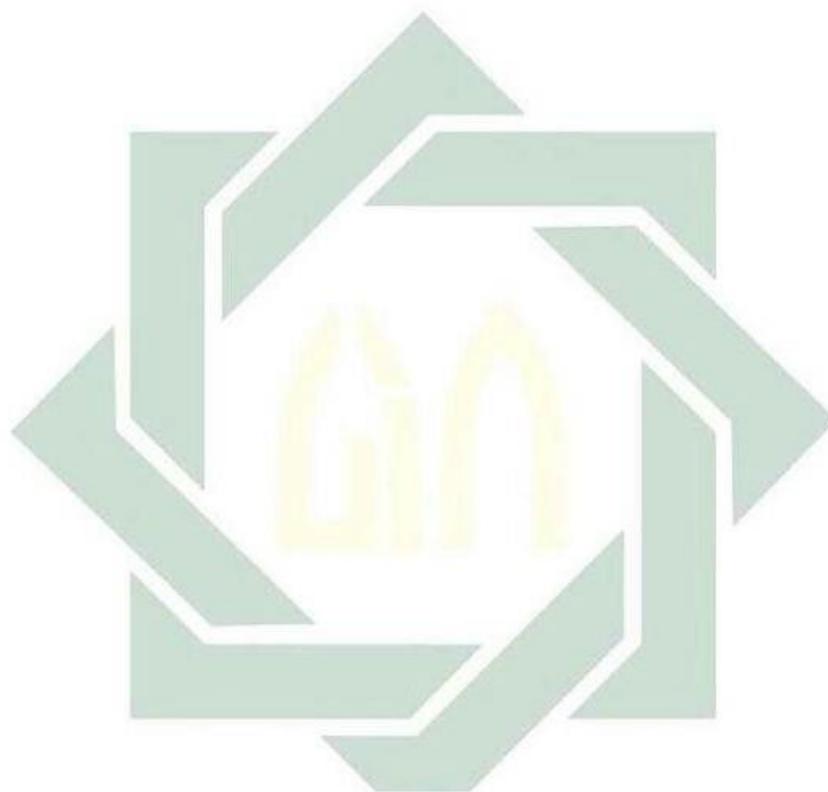
disiinformatif –menyesatkan- bahkan mungkin hanya sekedar menjadi *junk information* (informasi sampah). Akses dan pemahaman terhadap sumber-sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Para komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama, dan ilmu umum untuk mengkompilasi muatan Islam yang akan disampaikan, tetapi juga media yang merupakan sarana efektif dalam menunaikan tugas mulia dakwah. Salah satu teknologi yang menjadi trend masyarakat dewasa ini adalah internet. Sebagai media terkini, internet telah memiliki masyarakat sendiri yang semakin hari semakin meningkat populasinya.

Masyarakat pengguna internet telah menghabiskan sebagian besar waktu mereka di dunia maya (virtual). Berbagai informasi memenuhi ruang *virtual* yang mana informasi yang tersedia, tidak hanya informasi yang memberi kemaslahatan (kemanfaatan), tetapi juga mengarah pada kondisi *information overload* (banjir informasi) dan menyajikan *junk information* atau informasi yang kurang memberi manfaat kepada publik hingga menyebabkan kemudharatan (kondisi yang tidak diinginkan). Dalam dunia dakwah, internet digunakan untuk mengembangkan, memberi alternatif bahkan sampai pada perang informasi terhadap ideologi-ideologi yang berbeda. Teknologi informasi dan komunikasi memunculkan situasi dunia baru yang disebut sebagai masyarakat informasi (*Information society*) yang menempati sebuah tertentu.

Al Qur'an secara jelas menyebut dakwah sebagai *ahsan al qaula* (Fushshilat:33) yang berarti ucapan yang baik. Posisi umat Islam di antara umat-umat lain sebagai *khair al ummah* apabila aktif dalam menjalankan misi dakwah (Al Imran:110). Pertolongan Allah terhadap umat Islam dikaitkan kepada mereka yang menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* (al Hajj: 40-41). Sebaliknya, azab akan ditimpakan kepada orang-orang yang melalaikan kegiatan dakwah ini (al Maaidah:79). Bahkan dalam salah satu hadits Rasulullah Saw menyatakan bahwa doa umat Islam tidak akan dikabulkan bila tidak menghiraukan kegiatan dakwah ini (H.R. Imam Muslim). Dengan teknologi, para da'i (sender) tidak lagi disibukkan menghadapi mad'u (receiver) dakwah yang riil, tetapi selainya siap melayani dan membentengi umat melalui penggunaan teknologi internet. Problematika dakwah pun kemudian semakin kompleks dan komplit terkait dengan penguasaan teknologi dan strategi dakwah yang membutuhkan tingkat penguasaan teknologi, pemeliharaan dan pengelolaan yang khusus yang berbeda dengan media-media lama yang ada. Internet memberikan kesempatan bagi editor, pemimpin redaksi, jurnalis menciptakan artikel yang secara substansial melalui pencarian sumber yang disediakan oleh internet. Ia juga mengalami integrasi dengan teknologi komunikasi yang lain. Seperti Delphi Internet Service, Inc., diintegrasikan dengan *NewsCorps* yang dimiliki oleh Murdock (Pavlik, 1996: 150), America Online (AOL) juga memberikan pelayanan versi online untuk *Time*, *Disney Adnvetures*, *Chicago Tribune*. *Washington Post* juga menggunakan layanan online dan kemudian diambil alih oleh AT&T. Layanan *real time* juga diberikan melalui internet seperti *Bloomberg Bussiness News*. Ini

digunakan untuk memprediksikan pergerakan saham-saham dunia dan pergerakan mata uang dunia. Lycos Eropa dalam perkembangannya melakukan *joint venture* dengan *Bertelsmaan* dan *Viacom* dua dari lima besar perusahaan media dunia selain *Time Warner*, *Disney* dan Murdoch dengan News Corps. (Mc Chesney, 2002; Bagdikian, 2004). Jadi, teridentifikasi bahwa keberadaan internet telah menjadi kepedulian semua pihak yang digunakan untuk berbagai kepentingan. John S. Makulowich (1993:28) mengatakan bahwa teknologi internet menjadikan kita dapat menggunakan sumber-sumber lebih baik, dan menggunakan lebih banyak sumber-sumber serta menggunakan waktu seseorang lebih sedikit untuk menghasilkan sebuah karya tertentu. Ini berarti keberadaan teknologi komunikasi internet tersebut memberi peluang dan kesempatan secara lebih baik dalam memberikan sumber-sumber informasi yang dibutuhkan. Pavlik (1996:141) merinci kemanfaatan ini dalam tiga keunggulan pokok, yaitu: *faster*, *better* and *cheaper*. Pertanyaannya kemudian, bagaimana hal ini terjadi di Indonesia, bagi dunia Islam secara keseluruhan, dan aplikasinya bagi umat Islam di Indonesia? Di Indonesia terdapat website yang khusus menyajikan berita seperti Detikcom, Republika.com, Tempointeraktif.com, Kompas.com dan sejumlah situs lainnya. Biasanya situs ini terkait dengan surat kabar yang terbit secara konvensional (kecuali Detikcom). Situs mereka lebih dapat disebut sebagai koran on-line. Sedangkan yang terkait dengan umat Islam atau hal-hal yang berkaitan dengan keIslaman telah ada berbagai situs seperti eramuslim.com, Islamlib.com, swaramuslim.com, MyQuran.com, Ukhuwah.or.id, Isnet.com,

pesantrenvirtual.com, Islam. or.id, hizbut-tahrir. or.id, dan sebagainya.²⁶



²⁶ Amar Ahmad, “Dinamika Komunikasi Islami di Media Online”, hlm 2

13. Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Media Sosial

Kepintaran manusia membuat teknologi seperti internet dapat kita rasakan tidak hanya hanya dalam komputer. Teknologi baru seperti *Handphone* (Telephon Seluler), ternyata juga dapat mengakses internet dengan menggunakan media baru seperti *Yahoo Messenger*, *Blackberry Messenger* dan lain sebagainya seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain. Informasi menjadi sangat dekat dengan kita. Fenomena ini menjadikan masyarakat “ketergantungan” terhadap teknologi informasi. Faktanya di Indonesia (terutama di perkotaan) hampir setiap orang menggunakan *Handphone*, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Kemajuan ini tentunya bisa berdampak positif dan negatif. Terlalu mudahnya masyarakat mengakses informasi membuat kejahatan semakin berkembang pula. Modus kasus “minta transfer” marak terjadi di lingkungan kita, yaitu dimulai ketika pelanggan atau pengguna HP menerima SMS yang berisi permintaan untuk mentransfer sejumlah uang ke sebuah rekening. Salah satu SMS “minta transfer” adalah sebagai berikut: *"Tolong uangnya di transfer sekarang aja ke bank BNI:022-741-3***. A/n FRISKA ANANDA dan sms reply saja kalau sudah di transfer, trims"*. Sebagian besar penerima SMS “minta transfer” ini akan langsung menghapusnya karena tahu SMS itu penipuan. Namun, ada saja yang tertipu dengan langsung mentransfer uang ke rekening yang disebutkan.

Mereka ini beranggapan, yang mengirimkan SMS memang orang yang dikenalnya atau kebetulan mereka memang sedang menunggu SMS informasi rekening dari keluarga atau temannya.

Penipuan juga terjadi dalam media sosial seperti jejaring *Facebook*, dengan metode *keylogger* dan teknik *hacking* oknum penipu, caranya dengan membajak akun *facebook*. Setelah mereka berhasil membajak akun *facebook* salah satu korban, mereka lalu menggunakan akun tersebut untuk berjualan dengan meng-*share* photo-photo produk palsu mereka ke sembarang orang yang ada dalam daftar pertemanan akun yang dibajak. Metode seperti ini biasanya lebih banyak memakan korban para pengguna *facebook* baru yang *online* melalui warnet dan komputer umum.

Kejahatan dalam media sosial justru lebih kejam dibanding realitas sosial pada umum-nya. Pencemaran nama baik, penipuan, pemalsuan identitas, semuanya mudah terjadi dalam media sosial seperti internet.

Walaupun begitu masih banyak nilai positif yang dapat kita rasakan. Seperti apa yang diaktakan McLuhan menurutnya teknologi akan mengembalikan kita menjadi satu suku lagi. Kita akan berpindah dari Negara Bangsa yang terpisah-pisah dan menjadi sebuah “*global-*

Bentuk pengungkapan diri ini sering kita lihat dalam jejaring *facebook*. Setiap orang dalam jejaring *facebook* justru berlomba-lomba mengungkapkan identitas dirinya. Bentuk keterbukaan itu disalurkan dalam fasilitas yang disebut “*wall*”. Dalam banyak kasus kita melihat para pengguna *facebook* mengungkapkan perasaannya melalui *wall* tanpa terkendali. Sehingga bisa dikatakan dia lebih terbuka melalui media sosial dibanding dunia realitas sesungguhnya.

Ruang publik yang terbentuk dalam dunia maya, bisa berupa curhatan ataupun catatan pendidikan seperti yang kita lihat dalam jejaring portal *blogspot* atau *wordpress*. Publik saat ini dengan sangat mudah mengakses internet, ini juga menandakan setiap orang bebas mengeluarkan opini ataupun pemikirannya mengenai sebuah peristiwa, atau dalam kata lain dia berhak melakukan apa saja dalam menggunakan teknologi virtual tersebut.

Alhasil ruang publik dapat menciptakan nilai keadilan yang lebih demokratis. Masyarakat lebih berperan aktif. Sehingga peran ruang publik dalam media massa juga media virtual akan menentukan arah perubahan itu sendiri. Saat ini banyak jejaring sosial yang sudah menjadi acuan yang menegakan keadilan. Komunitas-komunitas virtual misalnya memperjuangkan pemikirannya atas satu pandangan yang sama dalam komunitas itu.

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, dll)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
4. Publish, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
7. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dll)
8. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

disampaikan (ajaran), penyampai ajaran (juru dakwah), penerima pesan dakwah (umat manusia), dan media yang dipakai untuk melakukan dakwah Islam.

Al-Quran menyebutkan bahwa dakwah diartikan sebagai perintah menyeru manusia ke jalan Tuhan dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik dengan berbagai metode dan pendekatan, seperti ditegaskan Allah dalam Al-Quran yang artinya:

“Serulah manusia ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (*An Nahl:125*)

Ayat di atas memiliki makna, untuk mengajak manusia kepada Allah dengan hikmah dan nasihat yang baik, sehingga mereka meninggalkan *thaghut* dan beriman kepada Allah.

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (*Surat Ali Imran :104*)

Dari pengertian dakwah dalam Al-Quran tersebut, secara singkat dapat dirumuskan bahwa tujuan akhir dakwah adalah tercapainya kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat, sebagaimana firman Allah:

Dari prespektif Sosiologi, tujuan dakwah yaitu membawa masyarakat pada keadaan yang lebih baik dan lebih maju daripada keadaan sebelumnya. Menurut para ahli sosiologi, teori tentang kemajuan selalu menyangkut dua lokus perkembangan. Pertama, perkembangan dalam struktur atas atau kesadaran manusia tentang diri sendiri dan alam sekelilingnya. Kedua, perkembangan struktur bawah atau kondisi social dan material dalam kehidupan manusia. Pemikir pertama pada zaman modern yang berbicara mengenai kesadaran atau cara berpikir manusia adalah August Comte. Dengan adanya dakwah yang dilakukan dengan terencana dan rapih serta dilakukan terus-menerus, maka mad'u (umat) akan masuk ke dalam suatu keadaan yang lebih baik dari keadaan sebelum mereka menerima dakwah.

Kondisi penduduk Makkah dan Madinah sebelum datangnya islam sungguh gelap, terjadi perampokan di mana-mana, perjudian, perzinaan, pembunuhan, kecurangan dalam perdagangan. Namun setelah islam datang, secara perlahan tapi pasti keadaan tersebut berbalik seratus delapan puluh derajat, bahkan seluruh penduduk di jazirah Arab menjadi model masyarakat terbaik yang pernah ada di muka bumi. Terciptanya khairul bariyyah dan khairul ummah adalah tujuan dilakukannya dakwah islam yang utama. Karena pembinaan individu harus bersamaan dengan pembinaan masyarakat, maka

pengertian dakwah Islam dan karakteristiknya perlu diketahui dan dipahami. Dakwah bukanlah pekerjaan sehari dua hari yang bakal selesai untuk dikerjakan. Perjalanan dakwah adalah perjalanan yang telah dirintis oleh Rasulullah, dan hingga hari ini akan terus berjalan sampai pada masa yang telah Allah janjikan. Dakwah berorientasi pada tertegaknya hukum-hukum Allah dan izzah ummat Islam di muka bumi. Oleh sebab itu jangan pernah lelah mengarungi jalan dakwah, sebab jalan dakwah memanglah perjalanan jauh para pejuang Islam yang siap mengorbankan segala macam hal yang menjadi milik diri, baik harta, waktu, keluarga maupun jiwa diri sendiri. Demikianlah pengertian dakwah Islam itu dimaknai, tidak hanya sekedar definisi, namun juga karakteristik nyata dari dakwah itu sendiri.

Jalan dakwah adalah jalan yang penuh rintangan. Sudah menjadi sunnatullah, dakwah dipenuhi dengan berbagai macam hambatan dan rintangan. Seseorang yang telah mengikrarkan dirinya siap untuk bergabung bersama barisan dakwah adalah mereka yang sudah siap untuk mendapatkan berbagai bentuk ujian di jalan dakwah tersebut. Ujian-ujian di jalan dakwah yang diberikan tak lain bertujuan untuk memuliakan orang-orang yang berdakwah. Jika seseorang tersebut sanggup melaluinya, maka akan bertambahlah kemuliaan diri seseorang tersebut. Sebaliknya jika ia gagal atau justru menyebabkan ia berputus asa dari jalan dakwah, maka Allah telah

media massa sebagai salah satu sarana pemercepat kebangkitan gerakan Islam itu sendiri. Media merupakan ruang luas yang memiliki beragam potensi. Media banyak ditempatkan sebagai alat untuk mencapai aneka macam tujuan orang-orang yang menggunakannya. Di samping sebagai fungsi media sebagai alat kontrol sosial kehidupan bermasyarakat dan bernegara, media juga memiliki aneka fungsi sesuaikan tujuan yang ingin dicapai orang-orang yang terlibat di dalamnya. Misalnya untuk kepentingan bisnis, kepentingan politik, kepentingan ekonomi, kepentingan sosial dan sebagainya.

Sementara Islam menempatkan media sebagai kepentingan dakwah dari nilai-nilai Islam itu sendiri. Dengan demikian terbentuklah apa yang disebut dengan media dakwah Islam, dimana media di sini berfungsi semata-mata untuk kepentingan dakwah Islam. Ada banyak macam-macam media dakwah Islam. Sama halnya dengan media pada umumnya, bedanya hanya terletak pada ideologi yang mendasarinya. Ada media dakwah Islam cetak dan ada pula yang bersifat online. Media-media tersebut meskipun disampaikan dengan aneka cara yang berbeda, namun pada hakikatnya memiliki tujuan yang sama yakni untuk kebangkitan dan tersebarnya nilai-nilai Islam. Mengelola sebuah media dakwah Islam bukanlah perkara yang mudah. Terlebih untuk media-media yang berbentuk cetak. Membutuhkan banyak perjuangan dan energi untuk menjaga konsistensinya. Ada beberapa hambatan klasikal yang terus

melainkan juga harus memahami budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Hal itu akan mempermudah dai dalam memilih kata dan menemukan metode apa yang harus digunakan. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka.” (HR. Muslim).

Matthew DeBell dari The Education Statistics Services Institute (ESSI) mengatakan bahwa penggunaan komputer dan Internet dapat meningkatkan kualitas hidup orang setiap hari dan meningkatkan prospek pasar kerja mereka. Tingkat penggunaan komputer dan Internet dapat dianggap sebagai indikator standar hidup. Diantara berbagai tujuan orang memanfaatkan Internet antara lain: Berbagi data penelitian dan pekerjaan diantara rekan sejawat dan individu-individu dalam profesi yang sama. Berkomunikasi dengan orang lain dan mengirim file melalui e-mail. Meminta dan memberikan bantuan dengan mengajukan permasalahan dan pertanyaan. Memasarkan dan mempublikasikan produk dan jasa. Mengumpulkan umpan balik dan saran-saran dari para pelanggan dan rekan bisnis.

Menurut Buxbaum memahami informasi berkaitan dengan keahlian teknologi informasi, tetapi memberikan pengaruh yang lebih luas kepada individu, sistem pendidikan, dan masyarakat. Keahlian teknologi informasi membuat seseorang dapat menggunakan komputer, aplikasi perangkat lunak, database, dan teknologi lain untuk mencapai berbagai tujuan akademis, pribadi, dan tujuan yang berkaitan dengan pekerjaan. Individu yang memiliki kemampuan memahami informasi perlu mengembangkan beberapa keahlian teknologi.

fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya dengan kemajuan peradaban manusia menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideologi bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi.

Untuk dapat mencapai tujuan yang tepat dan mendapatkan keberhasilan, maka seorang da'i harus pandai dalam memilih media dakwah. Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi mau tidak mau akan menghadapi dan menjadi idaman dalam kehidupan masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman. Dengan demikian, media dakwah merupakan wasilah bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan. Pendakwah di zaman ini tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah. Tetapi pendakwah zaman ini adalah penyelidik dan penggerak kepada penyelesaian masalah semasa secara praktis. Artinya dalam posisi ini mempunyai kesadaran dan telah menempatkan pada posisi startegis dengan menghadirkan dan mengikutsertakan

(bila tidak mau disebut dengan “demam”) media atau teknologi modern seperti internet sebagai salah satu media dakwah. Bila penggunaan internet sebagai ruang imajinasi atau dunia maya dikenal dengan istilah cyberspace,⁷¹ yang kemudian setelah merambah dalam wilayah ekonomi, sosial politik dan budaya dikenal istilah cyberculture, maka pemanfaatan internet dalam gerakan dakwah dapat pula disebut sebagai cyberdakwah.

Penggunaan istilah cyberdakwah memang tergolong dalam istilah baru dalam dunia dakwah. Bagi sebagian yang lain, cyberdakwah diistilahkan dengan dakwah digital, dakwah virtual, dakwah cyber, atau istilah sejenis lainnya. Apapun istilah yang dipergunakan, pada hakikatnya memiliki esensi yang sama, yaitu memanfaatkan internet sebagai ruang untuk berkreasi, menuliskan imajinasi, gagasan, informasi, atau gerakan dakwah. Kehadiran cyberdakwah dalam ruang virtual tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah semangat untuk membangun dinamika dakwah. Bila dahulu kajian keislaman didapat dari ceramah-ceramah, atau even-even yang terbatas, maka melalui internet kajian keislaman dapat diakses dengan mudah kapanpun dan dimanapun sepanjang tersedia akses internet.

⁷¹ Istilah cyberspace dikenalkan oleh William Gibson pada tahun 1984 dalam buku (novel)nya *Neuromancer*. Sebagaimana dikutip Antarksa, Gibson mengungkapkan bahwa cyberspace adalah “pemandangan yang dihasilkan oleh komputer-komputer yang ditancapkan langsung ke dalam soket-soket yang ditanamkan di otak”. Lihat KUNCI, No. 2 (September, 1999). Lihat juga <http://kunci.or.id/esai/nws/02/cyberculture.htm>; Mark Slouka, *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*, terj. Zulfahmi Andri (Bandung: Mizan, 1999), 14.

Dakwah tidak hanya sekadar bersifat ceramah di masjid, namun disesuaikan dengan kebutuhan, situasi dan kesibukan masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja. masyarakat. Bentuk dan model dakwahpun terus berkembang mulai dari ceramah, diskusi, dialog, hingga dakwah yang bersifat hiburan seperti musik, sinetron, dan film. Dalam hal ini, muatan dan materi dakwah menjadi sangat plural, dan bersifat memenuhi kebutuhan masyarakat. Artinya, materi dakwah sangat ditentukan oleh realitas dan kondisi masyarakat yang sedang berlangsung. Isu populer yang sedang berkembang dalam masyarakat, akan menjadi pilihan menarik dalam menentukan materi dakwah, ketimbang berisi antara surga dan neraka saja.

Dari pemaparan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan baik individu maupun kelompok agar terjadi perubahan yang lebih baik yang dilandasi atas dasar nilai-nilai agama (Islam). Perubahan tersebut menyangkut sikap hidup dan perilaku seseorang serta tatanan kehidupan masyarakat dalam semua aspek kehidupan. Media, model,

disiinformatif –menyesatkan- bahkan mungkin hanya sekedar menjadi *junk information* (informasi sampah). Akses dan pemahaman terhadap sumber-sumber teknologi yang ada perlu menjadi perhatian para da'i. Para komunikator Islam tidak hanya perlu menguasai ilmu agama, dan ilmu umum untuk mengkompilasi muatan Islam yang akan disampaikan, tetapi juga media yang merupakan sarana efektif dalam menunaikan tugas mulia dakwah. Salah satu teknologi yang menjadi trend masyarakat dewasa ini adalah internet. Sebagai media terkini, internet telah memiliki masyarakat sendiri yang semakin hari semakin meningkat populasinya.

Masyarakat pengguna internet telah menghabiskan sebagian besar waktu mereka di dunia maya (virtual). Berbagai informasi memenuhi ruang *virtual* yang mana informasi yang tersedia, tidak hanya informasi yang memberi kemaslahatan (kemanfaatan), tetapi juga mengarah pada kondisi *information overload* (banjir informasi) dan menyajikan *junk information* atau informasi yang kurang memberi manfaat kepada publik hingga menyebabkan kemudharatan (kondisi yang tidak diinginkan). Dalam dunia dakwah, internet digunakan untuk mengembangkan, memberi alternatif bahkan sampai pada perang informasi terhadap ideologi-ideologi yang berbeda. Teknologi informasi dan komunikasi memunculkan situasi dunia baru yang disebut sebagai masyarakat informasi (*Information society*) yang menempati sebuah tertentu.

Al qur'an secara jelas menyebut dakwah sebagai *ahsan al qaula* (Fushshilat:33) yang berarti ucapan yang baik. Posisi umat Islam di antara umat-umat lain sebagai *khair al ummah* apabila aktif dalam menjalankan misi dakwah (Al Imran:110). Pertolongan Allah terhadap umat Islam dikaitkan kepada mereka yang menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* (al Hajj: 40-41). Sebaliknya, azab akan ditimpakan kepada orang-orang yang melalaikan kegiatan dakwah ini (al Maaidah:79). Bahkan dalam salah satu hadits Rasulullah Saw menyatakan bahwa doa umat Islam tidak akan dikabulkan bila tidak menghiraukan kegiatan dakwah ini (H.R. Imam Muslim). Dengan teknologi, para da'i (sender) tidak lagi disibukkan menghadapi mad'u (receiver) dakwah yang riil, tetapi selainya siap melayani dan membentengi umat melalui penggunaan teknologi internet. Problematika dakwah pun kemudian semakin kompleks dan komplit terkait dengan penguasaan teknologi dan strategi dakwah yang membutuhkan tingkat penguasaan teknologi, pemeliharaan dan pengelolaan yang khusus yang berbeda dengan media-media lama yang ada. Internet memberikan kesempatan bagi editor, pemimpin redaksi, jurnalis menciptakan artikel yang secara substansial melalui pencarian sumber yang disediakan oleh internet. Ia juga mengalami integrasi dengan teknologi komunikasi yang lain. Seperti Delphi Internet Service, Inc., diintegrasikan dengan *NewsCorps* yang dimiliki oleh Murdock (Pavlik, 1996: 150), America Online (AOL) juga memberikan pelayanan versi online untuk *Time*, *Disney Adnvetures*, *Chicago Tribune*. Washington Post juga menggunakan layanan online dan kemudian diambil alih oleh AT&T. Layanan *real time* juga diberikan melalui internet seperti *Bloomberg Bussiness News*. Ini

digunakan untuk memprediksikan pergerakan saham-saham dunia dan pergerakan mata uang dunia. Lycos Eropa dalam perkembangannya melakukan *joint venture* dengan *Bertelsmaan* dan *Viacom* dua dari lima besar perusahaan media dunia selain *Time Warner*, *Disney* dan Murdoch dengan News Corps. (Mc Chesney, 2002; Bagdikian, 2004). Jadi, teridentifikasi bahwa keberadaan internet telah menjadi kepedulian semua pihak yang digunakan untuk berbagai kepentingan. John S. Makulowich (1993:28) mengatakan bahwa teknologi internet menjadikan kita dapat menggunakan sumber-sumber lebih baik, dan menggunakan lebih banyak sumber-sumber serta menggunakan waktu seseorang lebih sedikit untuk menghasilkan sebuah karya tertentu. Ini berarti keberadaan teknologi komunikasi internet tersebut memberi peluang dan kesempatan secara lebih baik dalam memberikan sumber-sumber informasi yang dibutuhkan. Pavlik (1996:141) merinci kemanfaatan ini dalam tiga keunggulan pokok, yaitu: *faster*, *better* and *cheaper*. Pertanyaannya kemudian, bagaimana hal ini terjadi di Indonesia, bagi dunia Islam secara keseluruhan, dan aplikasinya bagi umat Islam di Indonesia? Di Indonesia terdapat website yang khusus menyajikan berita seperti Detikcom, Republika.com, Tempointeraktif.com, Kompas.com dan sejumlah situs lainnya. Biasanya situs ini terkait dengan surat kabar yang terbit secara konvensional (kecuali Detikcom). Situs mereka lebih dapat disebut sebagai koran on-line. Sedangkan yang terkait dengan umat Islam atau hal-hal yang berkaitan dengan keIslaman telah ada berbagai situs seperti eramuslim.com, Islamlib.com, swaramuslim.com, MyQuran.com, Ukhuwah.or.id, Isnet.com,

27. Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Media Sosial

Kepintaran manusia membuat teknologi seperti internet dapat kita rasakan tidak hanya hanya dalam komputer. Teknologi baru seperti *Handphone* (Telephon Seluler), ternyata juga dapat mengakses internet dengan menggunakan media baru seperti *Yahoo Messenger*, *Blackberry Messenger* dan lain sebagainya seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain. Informasi menjadi sangat dekat dengan kita. Fenomena ini menjadikan masyarakat “ketergantungan” terhadap teknologi informasi. Faktanya di Indonesia (terutama di perkotaan) hampir setiap orang menggunakan *Handphone*, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Kemajuan ini tentunya bisa berdampak positif dan negatif. Terlalu mudahnya masyarakat mengakses informasi membuat kejahatan semakin berkembang pula. Modus kasus “minta transfer” marak terjadi di lingkungan kita, yaitu dimulai ketika pelanggan atau pengguna HP menerima SMS yang berisi permintaan untuk mentransfer sejumlah uang ke sebuah rekening. Salah satu SMS “minta transfer” adalah sebagai berikut: "*Tolong uangnya di transfer sekarang aja ke bank BNI:022-741-3***. A/n FRISKA ANANDA dan sms reply saja kalau sudah di transfer, trims*". Sebagian besar penerima SMS “minta transfer” ini akan langsung menghapusnya karena tahu SMS itu penipuan. Namun, ada saja yang tertipu dengan langsung mentransfer uang ke rekening yang disebutkan.

Mereka ini beranggapan, yang mengirimkan SMS memang orang yang dikenalnya atau kebetulan mereka memang sedang menunggu SMS informasi rekening dari keluarga atau temannya.

Penipuan juga terjadi dalam media sosial seperti jejaring *Facebook*, dengan metode *keylogger* dan teknik *hacking* oknum penipu, caranya dengan membajak akun *facebook*. Setelah mereka berhasil membajak akun *facebook* salah satu korban, mereka lalu menggunakan akun tersebut untuk berjualan dengan meng-*share* photo-photo produk palsu mereka ke sembarang orang yang ada dalam daftar pertemanan akun yang dibajak. Metode seperti ini biasanya lebih banyak memakan korban para pengguna *facebook* baru yang *online* melalui warnet dan komputer umum.

Kejahatan dalam media sosial justru lebih kejam dibanding realitas sosial pada umum-nya. Pencemaran nama baik, penipuan, pemalsuan identitas, semuanya mudah terjadi dalam media sosial seperti internet.

Walaupun begitu masih banyak nilai positif yang dapat kita rasakan. Seperti apa yang diaktakan McLuhan menurutnya teknologi akan mengembalikan kita menjadi satu suku lagi. Kita akan berpindah dari Negara Bangsa yang terpisah-pisah dan menjadi sebuah “*global-*

Bentuk pengungkapan diri ini sering kita lihat dalam jejaring *facebook*. Setiap orang dalam jejaring *facebook* justru berlomba-lomba mengungkapkan identitas dirinya. Bentuk keterbukaan itu disalurkan dalam fasilitas yang disebut “*wall*”. Dalam banyak kasus kita melihat para pengguna *facebook* mengungkapkan perasaannya melalui *wall* tanpa terkendali. Sehingga bisa dikatakan dia lebih terbuka melalui media sosial dibanding dunia realitas sesungguhnya.

Ruang publik yang terbentuk dalam dunia maya, bisa berupa curhatan ataupun catatan pendidikan seperti yang kita lihat dalam jejaring portal *blogspot* atau *wordpress*. Publik saat ini dengan sangat mudah mengakses internet, ini juga menandakan setiap orang bebas mengeluarkan opini ataupun pemikirannya mengenai sebuah peristiwa, atau dalam kata lain dia berhak melakukan apa saja dalam menggunakan teknologi virtual tersebut.

Alhasil ruang publik dapat menciptakan nilai keadilan yang lebih demokratis. Masyarakat lebih berperan aktif. Sehingga peran ruang publik dalam media massa juga media virtual akan menentukan arah perubahan itu sendiri. Saat ini banyak jejaring sosial yang sudah menjadi acuan yang menegakan keadilan. Komunitas-komunitas virtual misalnya memperjuangkan pemikirannya atas satu pandangan yang sama dalam komunitas itu.

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, dll)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
4. Publish, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
7. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dll)
8. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Media sosial dapat membuat manusia berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

