

NETWORK SOCIETY, DAKWAH, DAN PERUBAHAN SOSIAL DI ERA PANDEMI COVID-19

Yani Fathur Rohman

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
yanifathur2.yf@gmail.com

Andhita Risko Faristiana

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
andhitarisko@iainponorogo.ac.id

Abstrak : Pandemi Covid-19 menuntut masyarakat membatasi interaksi sosial secara normal. Hal ini mendorong perubahan sosial masyarakat menuju ruang-ruang digital, termasuk dalam berdakwah dan kegiatan keagamaan yang lain. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur review dari berbagai sumber literatur. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai konsep dakwah melalui paradigma *networking society*. Berdasarkan pemetaan substantif dari berbagai literatur yang dikumpulkan, dakwah melalui ruang digital banyak menjelaskan tentang pemanfaatan new media sebagai ruang dakwah, interpretasi kelompok terhadap dakwah virtual, dan media baru sebagai tantangan sekaligus peluang dakwah. Penelitian terdahulu belum banyak melihat dakwah melalui new media sebagai konsekuensi dari perubahan sosial menuju *network society*. Kajian ini menemukan bahwa adanya media baru mampu merubah paradigma lama tentang dakwah. Di era *network society*, siapa saja bisa menjadi "ahli" termasuk dalam menyampaikan ajaran agama. Masyarakat yang dulunya seringkali menjadi objek pasif dalam menerima nilai-nilai agama, saat ini memiliki potensi untuk berperan aktif dalam berdakwah. Kondisi ini semakin didorong oleh kondisi pandemi Covid-19 yang memacu masyarakat untuk saling terhubung secara virtual lebih cepat. Penggunaan teknologi dalam dakwah yang telah dilakukan merupakan wujud dari modernisasi dalam Islam. Sehingga, kedepan akan menjadi tantantagn terutama bagi pemerintah dan para D'ai untuk menciptakan sistem bagaimana nilai-nilai agama yang terinternalisasi kepada para Mad'u tidak hanya memuat aspek agama, tetapi terintegrasi dengan nilai-nilai kebangsaan dan kemanusiaan agar tidak terjerumus pada ekstrimisme beragama.

Kata kunci: *Network Society*, Perubahan Sosial, Dakwah, Mad'u, Covid-19

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital saat ini memang tidak bisa dipungkiri lagi, hidup di era sekarang semakin memudahkan orang dalam mengakses segala sesuatu menggunakan alat digital. Banyaknya media sosial yang ada juga memudahkan semua orang untuk memilih media sosial mana yang dibutuhkan untuk mengakses segala hal yang ingin dilihat. Macam-macam media sosial diantaranya Youtube, Instagram, Whatsapp, Twitter, dan lain sebagainya. Pada era digital seperti saat ini proses dakwah bisa dilakukan semua orang dan melalui berbagai media. Proses dakwah bisa melalui media elektronik maupun media online. Dari isi konten yang ada di media yang ada pastinya akan mengandung pesan dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan isi atau muatan yang akan disampaikan kepada *audience*.

Pesan merupakan sekumpulan lambang atau simbol yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan yang ada, bisa berupa verbal maupun non-verbal. Pesan juga bisa diartikan sebagai wujud informasi yang mempunyai sebuah makna.¹ Sedangkan dakwah merupakan upaya atau ajakan yang dilakukan untuk mengajak kepada kebaikan dengan hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulullah agar bisa selamat dunia dan akhirat.² Jadi pesan dakwah merupakan isi dari aktifitas dakwah yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dalam proses dakwah.

Berdasarkan riset platform manajemen media sosial HootSuite, pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 160 juta orang. Kondisi ini menegaskan pentingnya melihat transformasi dakwah di ruang digital beserta konsekuensi logis dari perubahan tersebut.³ Masyarakat maya memang tidak dapat langsung di indra melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas.⁴ Lebih jauh, kondisi ini mendorong terciptanya ‘*cyberculture*’.⁵

Seiring dengan semakin bergantungnya manusia pada eksistensi teknologi, dakwah virtual menjadi realitas yang menarik untuk dikaji. Terlebih dengan adanya *new*

¹ Uno, H. B. *Model Pembelajaran Menciptakan Proses Belajar Mengajar Yang Kreatif dan Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006

² Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja grafindo persada, 2011

³ ‘*Digital 2020, A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and ecommerce*’, Hoosuit.com, Last modified 20 June 2021 <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020>

⁴ Piliang, Yasraf Amir. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari. 2010

⁵ Levy, Pierre. *Cyberculture, Elektronik Mediations*. Minn: London University of Minnesota Press, 2001

media yang semakin variatif seperti facebook, whatsapp, dan youtube. Saat ini, media sosial memiliki peran terpenting untuk membangun komunikasi sosial dan membentuk komunitas virtual dengan orang-orang terdekat.⁶ Perubahan sosial ke ruang-ruang digital bahkan menggeser paradigma lama tentang dakwah sekaligus menguatkan esensi bahwa semua muslim memiliki tugas untuk berdakwah. Di era digital ini, semua muslim berfungsi sebagai D'ai.⁷ Seiring dengan perubahan sosial masyarakat menuju *digital society* yang ditandai dengan kehadiran *new media*, dakwah turut berkontestasi untuk mendapatkan tempat dan atensi masyarakat di ruang-ruang digital⁸. Kondisi ini di satu sisi menjadi peluang sering dengan kecepatan media sosial dalam menyebarkan informasi. Di sisi lain, kemudahan ini juga menjadi tantangan seiring dengan materi dari dakwah itu sendiri yang rentan menjauh dari substansinya.

Kajian terdahulu mengenai dakwah dan media sosial dapat dikategorikan ke dalam tiga substansi. Pertama, banyak menyoroiti tentang persoalan dakwah di media sosial.⁹ Kedua, lebih terfokus pada aspek manajemen dan pembaharuan strategi dakwah.¹⁰ Ketiga, membahas mengenai peran media sosial terhadap dakwah.¹¹ Sedangkan penelitian ini bertujuan menggali pemahaman mengenai keterkaitan dakwah, media sosial, dan masyarakat jejaring. Pesatnya perkembangan teknologi dan arus informasi menjadikan masyarakat sangat bergantung kepada media untuk mendapatkan informasi seputar hal yang terjadi di dunia dan melegitimasi peran media untuk melakukan hal tersebut. Masifnya individu yang mulai mengandalkan teknologi informasi untuk berbagi dan mendapatkan informasi serta berinteraksi dalam ruang

⁶ Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

⁷ Rubawati, Efa. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. Jurnal studi komunikasi Vol. 2, 126-142, 2018

⁸ Marwantika, A. (2019). Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 14(01), 1-14. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100>

⁹ Ibid; Ismail, et.al. *Methods of Da'wah and Social Networks in Dealing with Liberalism and Extremism*. *Islamiyyat* 40(2) 131 – 139, 2018; Briandana et, al. *Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia*. *International Journal of Economics and Business Administration* Vol.8, Special Issue 1, 2020

¹⁰ Mursak, dan Sani. *Management of the Da'wah of the Muhammadiyah Regional Leaders of Sinjai Regency during the Covid-19 Pandemic*, *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, Vol: 8, 2021

¹¹ Putra, Syah Arman. *Peran Sosial Media Sebagai Media Dakwah Di Zaman Pandemic Virus Corona Atau Covid 19 Di Indonesia*. Penangkar: Jurnal penelitian agama dan masyarakat, Vol.4 No.1, 2020; Marwantika, Asna Istya. *Persuasive and Humanist Da'wa Message on the Gus Mus' @s.kakung Instagram Account during the COVID-19 Pandemic*. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol.15, 2021

virtual membawa implikasi sosiologis. Oleh sebab itu, masyarakat jejaring harus dilihat sebagai sebuah realitas yang penting dalam perubahan sosial masyarakat.¹²

Penelitian ini merupakan kajian *literature review* atau studi literatur. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan literatur yang bersumber dari buku dan jurnal artikel ilmiah, Dalam menemukan artikel jurnal ilmiah yang relevan peneliti menggunakan bantuan mesin pencarian *google scholar*. Peneliti melakukan pencarian artikel jurnal di *google scholar* menggunakan *keywords* perubahan sosial, dakwah, sosial media, Mad'u".

KERANGKA KONSEPTUAL

Dakwah, Da'i, dan Mad'u

Dakwah merupakan proses memperbaiki kondisi negatif (pikiran, perasaan, perilaku) seseorang atau masyarakat juga sebagai kegiatan menyeru, mengajak manusia ke dalam ajaran agama dan mengamalkannya dengan tujuan mencegah kemungkaran.¹³ Kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dan komunikasi menyebabkan interaksi sosial. Perbedaan dakwah dengan komunikasi terletak pada muatan pesannya, pada komunikasi sifatnya netral, sedangkan pada dakwah agama terkandung nilai keteladanan. Dalam berdakwah terdapat karakteristik dalam unsur-unsur dakwah yang mana dapat disebutkan antara lain da'i, mad'u, maddaah/materi, kaifiyah dakwah/metode, washilatul dakwah/media, yang mana hal-hal tersebut sangat berkaitan erat dalam berdakwah. Dakwah juga mencakup segala upaya yang dilakukan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan agama menggunakan berbagai media. Unsur-unsur atau komponen dalam kegiatan dakwah adalah Da'i dan mad'u (objek dakwah). Da'i dapat diibaratkan seorang guide atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapat keselamatan hidup dunia dan akhirat.¹⁴ Segala perbuatan dan tingkah laku dari seorang Da'i akan dijadikan tolak ukur oleh masyarakatnya. Da'i akan berperan sebagai seorang pemimpin di tengah masyarakat walau tidak pernah dinobatkan secara resmi sebagai

¹² Castells, M. *The rise of the network society*. Malden, Mass: Blackwell, 1996

¹³ Nisa, Eva F. *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*. Journal Asiascape: Digital Asia Vol.5 68-99, 2018

¹⁴ Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja grafindo persada, 2011

pemimpin. Kepribadian Da'i adalah sifat atau akhlak yang harus tertanam dalam diri seorang Da'i, yang mengemban amanah berdakwah di jalan Allah.

Sedangkan Mad'u adalah sasaran dakwah yakni seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang memiliki kebebasan untuk berpikir, berkehendak, dan bertanggungjawab atas perbuatan yang sesuai dengan pilihannya baik individu, kelompok, maupun massa. Menurut M. Bahri Ghazali dalam Burhanuddin, mad'u berdasarkan tipologi dan klasifikasi masyarakat dibagi dalam lima tipe diantaranya 1) Tipe innovator, masyarakat yang meiliki keinginan keras pada setiap fenomena sosial yang sifatnya membangun, bersifat agresif dan tergolong memiliki kemampuan antisipatif dalam setiap Langkah; 2) Tipe pelopor, masyarakat yang selektif dalam menerima pembaharuan dalam membawa perubahan yang positif. Untuk menerima atau menolak ide pembaharuan, mereka mencari pelopor yang mewakili mereka dalam menanggapi pembaharuan itu; 3) Tipe pengikut dini, masyarakat sederhana yang kadang-kadang kurang siap mengambil resiko dan umumnya lemah mental; 4) Tipe pengikut akhir, masyarakat yang ekstra hati-hati sehingga berdampak pada anggota masyarakat yang skeptis terhadap sikap pembaharuan; 5) Tipe kolot, masyarakat yang tidak mau menerima pembaharuan sebelum mereka benar-benar terdesak oleh lingkungannya.¹⁵

Masyarakat Jejaring (*Network Society*)

Teknologi menjadi bagian yang melekat pada masyarakat secara *pervasive* yang membentuk apa yang disebut *network society*.¹⁶ Realitas dalam masyarakat berjejaring ini sekaligus menggeser prespektif struktural dengan relasi hirarkis ke dalam bentuk hubungan yang lebih mengalir dan dinamis. Ruang dengan interaksi dan informasi yang terus mengalir ini kemudian disebut Castells sebagai *Space of flows*. Sehingga, perspektif struktural tidak lagi relevan dalam melihat konteks masyarakat berjejaring mengingat bentuk kekuasaan menjadi lebih non-hierarkis, bersifat horizontal, cair, dan fleksibel.¹⁷

Pada masyarakat jejaring, konvergensi informasi teknologi menjadi sangat terintegrasi ke dalam subsistem digital yang semakin mendorong pentingnya mengkaji

¹⁵ Burhanuddin. *Menejemen Dakwah di Media Sosial Era Milenial Studi Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur*. Tesis: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019

¹⁶ Castells, M. *The rise of the network society*. Malden, Mass: Blackwell, 1996

¹⁷ Lubis dan Yasmine. *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia*. Jurnal Pemikiran Sosiologi, Vol (4) No.2, 2020

realitas masyarakat berjejaring. Keterbukaan dalam konteks masyarakat jejaring tidak hanya memungkinkan negosiasi nilai, namun juga posisi dari setiap aktor yang terlibat dalam interaksi yang terjadi. Hal ini sekaligus menjadi tantangan yang mana kontrol struktural diperlukan untuk memastikan stabilitas jaringan di satu sisi.¹⁸ Di sisi lain, kecepatan dan keterbukaan arus informasi dalam komunitas virtual rentan untuk disisipi ideologi dan kepentingan politik.¹⁹ Informasi yang mengalir bersamaan dengan interaksi yang terjadi tanpa kendala ruang fisik, mendorong terciptanya budaya virtualitas nyata dimana para aktor menciptakan budaya dan makna dari hasil interpretasinya sendiri.²⁰ Fleksibilitas masyarakat jejaring, masyarakat muslim modern saat ini dapat mengikuti ceramah, pengajian, juga kajian melalui internet di mana mereka bebas untuk menganut keyakinan agama dan memilih dengan siapa saja belajar agama melalui berbagai platform digital.

Dalam konteks dakwah, *Spaces of Flows* kemudian dapat dilihat sebagai ruang kontestasi untuk mendapatkan atensi publik sebanyak-banyaknya melalui berbagai platform digital yang tersedia. Kemudahan informasi dalam masyarakat berjejaring memungkinkan kelompok keagamaan dalam membangun ‘*civic engagement*’ yang mampu menciptakan komunitas virtual yang inklusif berdasarkan keterikatan nilai-nilai keagamaan yang dianut serta membangun solidaritas yang kuat.²¹ Di sisi lain, praktik agama dalam masyarakat berjejaring sering mengakibatkan apa yang Hjarvard sebut sebagai "banal religion" atau jamaah tampak memiliki ikatan emosional atau koneksi dengan tuhan hanya ketika tampil di dunia digital, namun fakta sebenarnya mereka bergerak menjauh dari keduanya baik hubungannya dengan orang lain di dunia nyata maupun hubungan mereka dengan Tuhannya.²²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah Virtual: sebuah implikasi dari perubahan sosial

Perubahan sosial menurut Burhan Bungin adalah proses sosial yang dialami oleh anggota masyarakat serta semua unsur-unsur budaya dan sistem sosial, di mana semua

¹⁸ Castells, M. *The rise of the network society*. Malden, Mass: Blackwell, 1996

¹⁹ Thaib, Erwin Jusuf. *Problems of Da'wah in Social Media in Gorontalo City Communities*. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies Vol.13 (1) 37-53, 2019

²⁰ Castells, M. *Materials for an exploratory theory of the network society*. 1(51), 5–24, 2000

²¹ Crowley, E. D. *Participatory cultures and implications for theological education*. Theological Librarianship, 6(1), 60–69, 2013

²² Hjarvard, S. *The mediatization of society and culture*. New York: Routledge, 2013

tingkat kehidupan masyarakat secara sukarela atau dipengaruhi oleh unsur-unsur eksternal meninggalkan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial lama kemudian menyesuaikan diri atau menggunakan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial baru. Perubahan sosial terjadi ketika ada kesediaan anggota masyarakat meninggalkan unsur sosial budaya lama dan mulai beralih menggunakan unsur sosial budaya baru. Aspek-aspek penting dalam perubahan sosial yaitu: perubahan pola pikir masyarakat, perubahan perilaku masyarakat, dan perubahan budaya materi.²³

Proses perubahan yang terjadi dalam kehidupan tidak sepenuhnya dapat diterima oleh masyarakat, sehingga mereka mengalami *culture shock*. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Goldstein dan Keller, *culture shock* juga dipahami sebagai tuntutan penyesuaian yang dialami seseorang pada level perilaku, psikologi, sosio-emosional dan kognitif ketika memasuki budaya yang berbeda.²⁴ Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa masyarakat muslim Indonesia mengalami *culture shock* dalam perubahan ritual keagamaan masyarakat ketika pandemi Covid-19. Masyarakat muslim menghadapi dilema harus mematuhi perintah Tuhan atau mematuhi aturan pemerintah, mengikuti Fatwa MUI Nomor 14 Tahun 2020 serta organisasi Islam untuk menghindari kerumunan dalam melaksanakan ritual keagamaan. *Culture shock* yang dialami masyarakat akibat pandemi Covid-19 terjadi dalam tiga tahapan. Tahap pertama, masyarakat muslim merasa terancam dengan adanya penularan Covid-19. Penularan dapat terjadi saat melakukan ritual ibadah berjamaah. Tahap kedua, masyarakat muslim bingung dengan aturan pemerintah yang menghimbau agar melaksanakan ritual keagamaan di rumah yang biasanya dilakukan berjamaah. Tahap ketiga, masyarakat muslim sudah bisa bersikap positif akan pembatasan ritual keagamaan.

Penelitian Achmad Arifulin Nuha mengungkapkan dengan adanya pembatasan kegiatan beribadah termasuk pengajian akbar secara tatap muka membuat masyarakat mencari cara agar tetap bisa mengikuti kajian. Masyarakat kemudian belajar memanfaatkan teknologi komunikasi yang dimiliki. Melalui *smartphone* mad'u belajar tentang agama diberbagai media sosial meski konten-kontennya belum memiliki kejelasan otentisitas ajaran agamanya. Apalagi di era *post-truth* ini hampir semua atau

²³ Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

²⁴ Amelinyaningsih, Tri et.al. *Patuh kepada Tuhan atau Pemerintah? Culture Shock Masyarakat Muslim Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19*. JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama UIN SU Medan, Vol.3, No.2: 134, 2020

banyak informasi yang kemudian melampaui kebenaran. Di sinilah bahayanya pergeseran otoritas keagamaan dari tokoh-tokoh intelektual Islam menuju teknologi komunikasi yang jika kita lihat banyak orang mengaku paham agama. Orang-orang yang mengaku paham agama tersebut memahami agama secara tekstual simbolis yang hanya belajar dari media tanpa melihat referensi kebenaran dari ajaran agama tersebut.²⁵

Perubahan pola dakwah saat pandemi Covid-19 berdasarkan pengamatan penelitian Setyowati dan Cahya didapat data yang menunjukkan bahwa pandemi membawa perubahan pada upaya melakukan dakwah dengan memaksimalkan platform youtube sebagai media dakwah. Sehingga nilai individualisme masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan majelis ilmu yang biasanya dilakukan secara tatap muka bersama bisa lebih maksimal dan merekatkan solidaritas dengan media daring. Masyarakat yang sebelumnya cemas dengan penularan Covid-19 jika harus mengikuti kajian tatap muka mengaku merasa beruntung masih dapat memetik ilmu dari tayangan youtube yang berisikan dakwah tanpa harus berkerumum dan berpotensi penyebaran virus Covid-19.²⁶

Para pelaku dakwah yaitu da'i dan mad'u yang beralih menggunakan teknologi atau media sosial dalam berdakwah menunjukkan bahwa masyarakat sudah 'melek' teknologi. Penggunaan teknologi dalam dakwah yang telah dilakukan kedua pelaku dakwah tersebut merupakan wujud dari modernisasi dalam Islam. Islam sebagai agama dan bagian dari peradaban bersinggungan dengan modernisasi. Salah satu bentuk persinggungan di antara keduanya adalah penggunaan teknologi dalam penyampaian ajaran keislaman, selain juga munculnya berbagai pemikiran baru sebagai respons terhadap modernisasi itu sendiri.

Da'wah, Masyarakat Jejaring, dan Solidaritas Virtual

Di era pandemic seperti saat ini, peran sosial media terhadap aktivitas dakwah semakin signifikan. Peralihan aktivitas ke dunia virtual justru semakin didorong untuk menghindari pertemuan fisik terutama dalam hal dakwah sekaligus menjadi masyarakat digital lebih awal. di sisi lain, meningkatnya aktivitas sosial media pada masa pandemic mengukuhkan bahwa masyarakat jejaring adalah sebuah realitas baru dari aktivitas manusia kedepannya. Pergeseran ini membawa beberapa konsekuensi diantaranya perlu

²⁵ Nuha, Ahmad Arifudin. *Post Dakwah di Era Cyber Culture*. DAKWATUNA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam Vol.6, No.2, 2020

²⁶ Setyowati dan Cahya. *Peran Dakwah Daring untuk Menjaga Solidaritas Sosial di Masa Pandemi Covid 19*, *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies Editorial*, Vol. 4 No. 2, 2020

konsep menejerial dalam berdakwah di *new media* mulai perencanaan hingga kontrol sebagai evaluasi terhadap konten-konten yang dibuat.²⁷ Penelitian lain juga menemukan pergeseran ini membawa mafaat dari aspek keamanan. Dengan dakwah virtual, keamanan para Da'i menjadi lebih terjaga disamping efektifitas dakwah yang mampu menjagau khalayak yang lebih luas.²⁸ Di sisi lain, dakwah virtual juga dapat berperan dalam meningkatkan solidaritas kemanusiaan melalui dakwah yang secara persuasif menintegrasikan aspek agama, moral, kemanusiaan, dan seruan untuk menjaga protokol kesehatan di tengah pandemi Covid-19.²⁹

Kemudahan informasi dalam masyarakat berjejaring memungkinkan kelompok keagamaan dalam membangun ‘*civic engagement*’ yang mampu menciptakan komunitas virtual yang inklusif berdasarkan keterikatan nilai-nilai keagamaan yang dianut serta membangun solidaritas yang kuat.³⁰ Kondisi ini dapat terbangun ketika da'i berdakwah dengan mengintegrasikan aspek agama dan kemanusiaan. Di sisi lain, para mad'u memahami konteks dan kultur serta ideologi dari pembawa pesan dakwah dengan baik. sehingga, agama menjadi elemen untuk mendorong inklusifitas dan keteraturan dalam komunitas virtual. Solidaritas virtual mengindikasikan adanya kontrol sosial yang terbentuk melalui proses kultural. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah tidak hanya meningkatkan kualitas agama bagi para mad'u, aspek solidaritas virtual yang terbangun memabawa konsekuensi positif terhadap kehidupan sosial baik secara virtual maupun non-virtual.

Dakwah dan Tantangan Multidimensi dalam Masyarakat Jejaring

Dakwah diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran diri ummat (komunitas Muslim) terkait dengan persepsi, pemahaman, dan kesadaran yang sempurna tentang Islam. Seiring dengan perubahan sosial ke arah digital, da'wah telah mendapatkan ruang

²⁷ Mursak, dan Sani. *Management of the Da'wah of the Muhammadiyah Regional Leaders of Sinjai Regency during the Covid-19 Pandemic*, Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran, Vol: 8, 2021

²⁸ Putra, Syah Arman. *Peran Sosial Media Sebagai Media Dakwah Di Zaman Pandemic Virus Corona Atau Covid 19 Di Indonesia*. Penangkalan: Jurnal penelitian agama dan masyarakat, Vol.4 No.1, 2020

²⁹ Marwantika, Asna Istya. *Persuasive and Humanist Da'wa Message on the Gus Mus' @s.kakung Instagram Account during the COVID-19 Pandemic*. Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol.15, 2021.

³⁰ Crowley, E. D. *Participatory cultures and implications for theological education*. Theological Librarianship, 6(1), 60–69, 2013

strategis dalam dunia virtual sekaligus menjadi bagian dari masyarakat jejaring. Penelitian terkait dakwah virtual menemukan bahwa digitalisasi menggeser paradigma lama tentang dakwah sekaligus menguatkan esensi bahwa semua muslim memiliki tugas untuk berdakwah sekaligus berfungsi sebagai dai.³¹ Media sosial bahkan mampu menjadi ruang bagi pemuda muslim untuk saling mendidik menjadi muslim yang berbudi luhur.³² Da'wah pada masyarakat jejaring kemudian semakin mengikis prespektif struktural tentang dakwah yang sebelumnya lebih hirarkis. Para mad'u yang sebelumnya hanya bisa mendengarkan ceramah dari tokoh-tokoh agama tertentu, kelompok tertentu, pada waktu tertentu saat ini dapat belajar bahkan dari teman-teman media sosialnya kapan saja. Sehingga, da'wah lebih bersifat dinamis dan horizontal melalui kelompok yang lebih dekat bahkan orang-orang yang tidak dikenal sekaligus. Perubahan sosial ini tentunya membawa berbagai konsekuensi sosiologis.

Dalam masyarakat berjejaring, setiap orang dimudahkan untuk saling berbagi termasuk pengetahuan agama. Sehingga, unsur "menyampaikan/membagikan" dalam masyarakat berjejaring menjadi komponen penting yang kadang mendahului pemahaman dan maksud dari pesan dakwah. Ini adalah sebuah tantangan sekaligus peluang berupa apa yang disebut Nisa dengan istilah "saling mendidik".³³ Artinya, media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi dan berinteraksi, tetapi lebih dari sekedar itu dapat dimanfaatkan sebagai "transfer values" yang dalam hal ini adalah nilai-nilai agama.

Mereka tidak lagi hanya berperan sebagai objek dalam menginternalisasi nilai-nilai agama. Melalui masyarakat berjejaring, mereka dapat mengeksternalisasikan nilai-nilai tersebut melalui akun media sosial masing-masing. Masifnya informasi dan referensi dalam masyarakat berjejaring ini secara tidak langsung menuntut para mad'u untuk selektif dan berfikir kritis dalam menerima pesan dakwah. Hasil penelitian Thaib menemukan bahwa materi dakwah di media sosial disusupi oleh unsur-unsur lain di luar dakwah seperti ideologi politik dan agama yang kemudian digunakan untuk menyerang berbagai pihak³⁴. Temuan tersebut juga dikonfirmasi oleh Ismail et.al³⁵, yang

³¹ Rubawati, Efa. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. Jurnal studi komunikasi Vol. 2, 126-142, 2018

³² Nisa, Eva F. *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*. Journal Asiascape: Digital Asia Vol.5 68-99, 2018

³³ Ibid. Hal-68

³⁴ Thaib, Erwin Jusuf. *Problems of Da'wah in Social Media in Gorontalo City Communities*. Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies Vol.13 (1) 37-53, 2019

menemukan bahwa ideologi liberalisme dan ekstremisme ditularkan melalui jejaring sosial teknologi termasuk Facebook, WhatsApp dan Twitter. Teknologi media sosial ini tidak hanya memudahkan komunikasi, tetapi memiliki implikasi sosial yang cukup membahayakan.

Oleh karena itu, dakwah dalam masyarakat jejaring harus dilihat baik dari aspek efisiensi maupun substansi. Siapapun dapat menjadi ahli ketika tampil di media sosial. Para mad'u dengan mudah belajar agama. Tetapi dalam bermedia sosial, individu memiliki kecenderungan untuk menampilkan sisi terbaiknya. Sehingga bukan tidak mungkin mad'u dapat meneruskan pesan dakwah ke orang lain meskipun pesan dakwah tersebut belum terinternalisasi dengan baik olehnya. Informasi yang mengalir bersamaan dengan interaksi yang terjadi tanpa kendala ruang fisik, mendorong terciptanya budaya virtualitas nyata dimana para aktor menciptakan budaya dan makna dari hasil interpretasinya sendiri. Praktik agama dalam masyarakat berjejaring sering mengakibatkan "*banal religion*" atau jamaah tampak memiliki ikatan emosional atau koneksi dengan tuhan hanya ketika tampil di dunia digital, namun fakta sebenarnya mereka bergerak menjauh dari keduanya baik hubungannya dengan orang lain di dunia nyata maupun hubungan mereka dengan Tuhannya.

Tantangan dakwah dalam masyarakat jejaring semakin menguat seiring dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk menghindari pertemuan fisik yang mana kegiatan dakwah terus diupayakan dan dimaksimalkan secara virtual. Semakin masifnya masyarakat yang terhubung secara visual mengindikasikan bahwa dakwah dalam masyarakat jejaring menjadi tantangan yang multidimensional tidak hanya berupa tantangan struktural menyangkut kehadiran negara dalam mengatur regulasi dakwah kedepan. Dakwah dalam masyarakat jejaring juga dihadapkan pada tantangan kultural berupa membangun budaya berfikir kritis & *digital literacy* pada realitas baru yakni komunitas virtual.

KESIMPULAN

Perubahan sosial ke masyarakat jejaring mampu merubah paradigma lama tentang dakwah menjadi lebih dinamis, fleksibel, dan non-hirarkis. Perubahan ini semakin

³⁵ Ismail, et.al. *Methods of Da'wah and Social Networks in Dealing with Liberalism and Extremism*. *Islamiyyat* 40(2) 131 – 139, 2018

didorong oleh adanya pandemi Covid-19 yang mana para Mad'u semakin dibanjiri dengan referensi-referensi dakwah virtual sementara para Da'i terus berupaya untuk memaksimalkan strategi dakwah virtualnya. Kondisi ini membawa implikasi sosiologis tersendiri. Di satu sisi, masyarakat jejaring menawarkan alternatif dalam membentuk solidaritas virtual yang inklusif dengan jangkauan Mad'u yang lebih luas dan beragam. Bahkan Mad'u tidak hanya mendapat pesan tentang kepatuhannya terhadap agama, tetapi juga kepatuhan terhadap aturan negara dan kemanusiaan apabila para Da'i memanfaatkan jejaring tersebut untuk menyebarkan islam yang washatiah. Di sisi lain, kecepatan informasi tersebut membawa tantangan tersendiri terutama bagi Mad'u. Mad'u harus lebih selektif dan kritis dalam mencari referensi dakwah di media sosial mengingat pesan dakwa dalam masyarakat jejaring tidak hanya berisi tentang pesan agama, tetapi juga politik dan ideologi. Sehingga, kedepan akan menjadi tantantangan terutama bagi pemerintah dan para D'ai untuk menciptakan sistem bagaimana nilai-nilai agama yang terinternalisasi kepada para Mad'u tidak hanya memuat aspek agama, tetapi terintegrasi dengan nilai-nilai kebangsaan dan kemanusiaan agar tidak terjerumus pada ekstrimisme beragama.

REFERENSI

- Ameliyaningsih, Tri et.al. *Patuh kepada Tuhan atau Pemerintah? Culture Shock Masyarakat Muslim Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19*. JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama UIN SU Medan, Vol.3, No.2: 134, 2020
- Bajan, Adam. *Paradigms of the Religious Network Society*. Journal Stream: Interdisciplinary Journal of Communication 7(1), 7-15, 2015
- Briandana et, al. *Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia*. International Journal of Economics and Business Administration Vol.8, Special Issue 1, 2020
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Burhanuddin. *Menejemen Dakwah di Media Sosial Era Milenial Studi Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur*. Tesis: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019
- Castells, M. *The rise of the network society*. Malden, Mass: Blackwell, 1996
- Castells, M. *Materials for an exploratory theory of the network society*. 1(51), 5–24, 2000
- Crowley, E. D. *Participatory cultures and implications for theological education*. Theological Librarianship, 6(1), 60–69, 2013
- “Digital 2020, A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and ecommerce”, Hoosuit.com, Last modified 20 June 2021 <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020>

- Hjarvard, S. *The mediatization of society and culture*. New York: Routledge, 2013
- Ismail, et.al. *Methods of Da'wah and Social Networks in Dealing with Liberalism and Extremism*. *Islamiyyat* 40(2) 131 – 139, 2018
- Levy, Pierre. *Cyberculture, Elektronik Mediations*. Minn: London University of Minnesota Press, 2001
- Lubis dan Yasmine. *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia*. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol (4) No.2, 2020
- Marwantika, A. (2019). Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 14(01), 1-14. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100>
- Marwantika, Asna Istya. *Persuasive and Humanist Da'wa Message on the Gus Mus' @s.kakung Instagram Account during the COVID-19 Pandemic*. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol.15, 2021.
- Mursak, dan Sani. *Management of the Da'wah of the Muhammadiyah Regional Leaders of Sinjai Regency during the Covid-19 Pandemic*, *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, Vol: 8, 2021
- Nisa, Eva F. *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*. *Journal Asiascape: Digital Asia* Vol.5 68-99, 2018
- Nuha, Ahcmad Arifudin. *Post Dakwah di Era Cyber Culture*. *DAKWATUNA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol.6, No.2, 2020
- Putra, Syah Arman. *Peran Sosial Media Sebagai Media Dakwah Di Zaman Pandemic Virus Corona Atau Covid 19 Di Indonesia*. *Penangkarang: Jurnal penelitian agama dan masyarakat*, Vol.4 No.1, 2020
- Piliang, Yasraf Amir. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari, 2010
- Rubawati, Efa. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. *Jurnal studi komunikasi* Vol. 2, 126-142, 2018
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja grafindo persada, 2011
- Setyowati dan Cahya. *Peran Dakwah Daring untuk Menjaga Solidaritas Sosial di Masa Pandemi Covid 19*, *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* Editorial, Vol. 4 No. 2, 2020
- Sule, M. Maga. *Social media utilization in Covid-19 epoch: Virtual da'wah-ramadan lectures in Northern Nigeria*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2020
- Thaib, Erwin Jusuf. *Problems of Da'wah in Social Media in Gorontalo City Communities*. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* Vol.13 (1) 37-53, 2019
- Uno, H. B. *Model Pembelajaran Menciptakan Proses Belajar Mengajar Yang Kreatif dan Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006