



Dakwah dalam Masyarakat Dunia Maya (Cyber Community): Peluang dan Tantangannya

Oleh: Juni Wati Sri Riski¹

Abstract

To-day, internet is wide world communication medium used by people. It is for personal, group and mass use. Users don't have to pay much for its easy, prompt, and unplugged access. Additionally, it is an undeniable tool for connecting people (cyber community). Finally, Dakwah takes internet to send messages in varied ways. Therefore, Da'i should be able to use it well for their message targets.

Kata Kunci: Dakwah, Internet, Cyber Community, Peluang, Tantangan.

¹ Juni Wati Sri Riski adalah Dosen Jurusan Dakwah alumni S-2 Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pendahuluan

Dewasa ini bidang komunikasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang ditandai dengan munculnya berbagai alat dan media komunikasi berteknologi tinggi yang diproduksi secara massal, sehingga dapat difungsikan sebagai media massa. Salah satu media massa yang paling populer saat ini adalah internet.

Dalam perkembangan awalnya, internet merupakan jaringan komputer dunia yang mengembangkan ARPANET, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan-keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an.² Manfaat sistem komunikasi yang berjaringan ini dengan cepat ditangkap oleh para peneliti dan pendidik secara umum sehingga penggunaan internet semakin meluas diberbagai kalangan. Saat ini, melalui komputer di rumah, modem, warnet, dan *hotspot*, serta melalui layanan-layanan lainnya, internet telah hadir untuk publik.

Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur internet paling populer adalah e-mail, sebuah fitur yang dipakai oleh para pengguna internet untuk bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat e-mail, dan world wide web (www), sebuah sistem situs computer yang sangat luas, yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program browser dan dengan cara menyambungkan komputer pada internet.³ Kemudahan ini memungkinkan setiap orang untuk mengakses informasi secara mudah dan praktis.

Selain itu, internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi "satu-untuk banyak". Sedangkan internet memberikan model-model tambahan: "banyak-untuk satu" (e-mail ke satu alamat sentral, banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu website) dan "banyak-untuk banyak" (e-mail, milis, kelompok-kelompok baru, misalnya: facebooker, follower twitter, blogger, dsb). Internet menawarkan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasi dan lebih demokratis dibandingkan komunikasi yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya.⁴ Sebab, dengan kondisi seperti ini khalayak lebih memiliki kesempatan dan ruang (*space*) untuk memberikan opininya terhadap pesan komunikasi yang disampaikan oleh media massa. Oleh karena itu, melalui proses interaktif antar banyak individu ini dalam satu ruang tertentu, pada tahap selanjutnya akan muncul ruang publik⁵ (*public sphere*) dalam *cyberspace*, sehingga kemudian muncul pula masyarakat dunia maya (*cyber community*).

Pada awalnya masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia nyata saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah *hiperrealitas* manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia terhadap

² Warner J. severin dan James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa* (terjemahan), Edisi kelima, Cetakan ke-1, (Prenada Media, Jakarta: 2005), hlm. 443.

³ *Ibid.*, hlm. 444.

⁴ *Ibid.*, halaman 445.

⁵ Pembahasan tentang konsep ruang publik dapat dilihat dalam tulisan Alex Sobur, Ruang Public sebagai Medan pertempuran Hegemonik dalam Jurnal ISKI Bandung-Issue, Volume 2, No 1, Juni 2008. Tidak semua cyber space dapat dikategorikan sebagai ruang publik. Cyber space dapat dikategorikan sebagai ruang public apabila penggunaannya tidak bersifat pribadi (hanya bisa diakses bagi mereka yang memiliki *password*)

kekuasaan materi dan alam semesta. Namun ketika teknologi manusia mampu mengungkapkan misteri pengetahuan itu, maka manusia mampu menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam *hiperrealitas* itu. Masyarakat maya sebagai hasil fantasi manusia juga menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan didalam segenap aspek kehidupan maya, seperti membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, membangun wewenang, bahkan membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial dan sebagainya.⁶

Pertumbuhan masyarakat maya saat ini hampir tidak bisa dikontrol lagi. Munculnya berbagai komunitas maya dengan beraneka macam aktifitasnya mengindikasikan tingginya intensitas penggunaan internet di berbagai kalangan masyarakat dan dalam berbagai bidang kehidupan dewasa ini, termasuk dalam bidang kehidupan beragama, misalnya aktivitas dakwah. Dalam bidang dakwah, kehadiran internet ini tentu saja merupakan sebuah peluang besar sekaligus menjadi tantangan bagi aktivis dakwah dalam melaksanakan dan mengembangkan aktivitas dakwah. Melalui tulisan ini, penulis tertarik untuk mendiskusikan kedua hal tersebut.

Pembahasan

1. Pengertian Dakwah dan Dakwah melalui Internet

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari akar kata *da'a* yang berarti memanggil, mengundang atau menyeru dan bersinonim dengan kata *nada*. Dengan demikian secara etimologis, dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut⁷. Sedangkan secara terminologis, dakwah berarti sebuah proses dan upaya untuk menggunakan akal pikiran serta menggunakan cara yang efektif serta sarana yang mendukung dalam rangka menyelamatkan manusia dari rasa jauh dan lupa terhadap Sang Pencipta, agar manusia tersebut menjadi lebih dekat dan senantiasa ingat kepada-Nya.

Menurut Toha Yahya Umar, Dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat⁸. Artinya, dakwah merupakan kegiatan persuasif yang bertujuan untuk membentuk manusia yang takwa. Dengan asumsi demikian, maka dakwah melalui internet adalah sebuah upaya sistematis dan dengan cara yang elegan untuk mengajak individu pengguna internet atau anggota masyarakat maya (*cyber community*) untuk melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi seluruh larangan-Nya atau mengajak pengguna internet untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan tuntutan syariat Islam, sehingga tercapai keridhaan Allah SWT.

2. Memanfaatkan Berbagai Fasilitas Internet sebagai Instrumen Dakwah

⁶ Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cetakan ke-2, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hlm.160.

⁷ Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hlm. 31.

⁸ Toha Yahya Umar. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1971), hlm. 1.

Internet sebagai salah satu media komunikasi menyediakan berbagai fasilitas seperti: *E-Mail, Blog, Mailing List, Website, dan Wiki Pedia*.

E-Mail adalah singkatan dari Electronic Mail, yang berarti surat elektronik⁹. Pada dasarnya konsep email sama dengan konsep surat konvensional dalam dunia nyata, yaitu berupa rangkaian pesan secara tertulis yang ditujukan kepada orang lain baik individu maupun kelompok masyarakat di luar diri si penulis surat. Dalam dunia maya, nama e-mail (*user name*) berfungsi sebagai identitas pemiliknya sehingga dengan memiliki alamat e-mail maka pemilik e-mail dapat diidentifikasi sebagai anggota masyarakat di dunia maya.

Dalam bidang dakwah, e-mail berfungsi sebagai instrumen penyampaian pesan-pesan dakwah antar pribadi yang bisa dikirimkan lebih lanjut (*forward*) kepada individu yang lain yang juga dianggap sebagai objek sasaran pesan dakwah tersebut.

Blog adalah kependekan dari Web Blog¹⁰. Pada awal kemunculannya, blog hanya digunakan untuk menulis catatan harian ataupun jurnal pribadi secara online di internet, sehingga awalnya fungsi blog adalah sebagai "*diary online*", namun seiring dengan perkembangan internet itu sendiri belakangan ini blog mulai mengalami pergeseran fungsi, yang awalnya hanya sebagai media komunikasi intrapribadi pemilik blog sendiri, menjadi media komunikasi kelompok maupun komunikasi massa dengan segmentasi pesan (informasi) yang bersifat non pribadi.

Dengan meluasnya fungsi blog, maka blog juga dapat digunakan sebagai salah satu instrumen dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah untuk berbagai individu dan kelompok masyarakat di dunia maya.

Mailing list atau lazim disebut milis¹¹, yaitu berupa sebuah kelompok masyarakat maya yang merupakan kumpulan dari beberapa individu maya (pemilik e-mail). Sebagaimana halnya sebuah kelompok dalam dunia nyata, anggota milis memiliki identitas kolektif. Dengan demikian informasi/pesan dalam milis bersifat antar pribadi dan kolektif. Artinya, pesan dalam milis bisa saja ditujukan kepada salah satu atau beberapa orang anggota dari milis namun dapat diakses oleh semua anggota milis atau bisa juga ditujukan untuk seluruh anggota milis (anggota komunitas maya).

Dalam bidang dakwah, milis dapat digunakan sebagai instrumen dalam berdakwah secara kolektif (kelompok).

Website, yaitu berupa layanan alamat situs yang berfungsi sebagai ruang publik (*cyberspace*) tempat berdiskusi bagi anggota masyarakat di dunia maya, dengan beraneka ragam topik pembicaraan sebagai isi pesan (*content*) yang dapat diakses secara terbuka oleh siapa saja yang hadir di dalam situs. Alamat situs ini selalu diawali dengan simbol www (singkatan dari world wide web)¹².

Sebagai sebuah ruang publik, tentu saja website dapat digunakan sebagai salah satu instrumen untuk menyampaikan dan mendiskusikan pesan-pesan dakwah secara massal. Artinya, pesan dakwah yang disampaikan dapat ditujukan untuk berbagai kalangan/berbagai lapisan masyarakat di dunia maya.

⁹ http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet. Diakses pada 10 Mei 2012 pukul 21.45.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

Wikipedia, yaitu sejenis perpustakaan *online* berupa ensiklopedi (kumpulan pengertian dan penjelasan) tentang berbagai istilah¹³, yang bersifat terbuka. Maksud terbuka di sini adalah bahwa, perpustakaan *online* ini dapat diakses oleh siapa pun tanpa harus mendaftar (sign in) sebagai anggota (*member*), dan isi (*content*) pesannya juga dapat diubah setiap saat oleh siapa pun.

Dengan demikian, *wikipedia* juga dapat digunakan sebagai salah satu instrumen dalam berdakwah agar pesan-pesan dakwah dapat tersebar secara luas kepada semua anggota masyarakat maya tanpa ada aturan yang mengikat.

3. Peluang Dakwah dalam Masyarakat di Dunia Maya.

Kehadiran internet dengan berbagai fasilitas layanan dan kemudahan serta efisiensi yang ditawarkannya tentu menyebabkan berbagai perubahan pola hidup dan perilaku masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Demikian pula dalam aktivitas dakwah. Internet menjadi sebuah terobosan baru dalam berdakwah.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Muhammad Sa'id Ramadhan al-Buthi, "Ternyata jaringan internet yang hampir menelan seluruh penjuru dunia adalah merupakan lahan luas yang disitu bertebaran podium-podium yang menyuarakan kepentingan Islam dengan memperkenalkan, mengajak (dakwah), membela dan memecahkan berbagai problema"¹⁴. Artinya, internet memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada penggunanya untuk berdakwah dan memfasilitasi kegiatan diskusi seputar dakwah bagi penggunanya untuk membahas berbagai materi dakwah baik untuk kebutuhan informasi yang bersifat personal, kolektif, maupun massal.

Dengan aneka macam sifat informasi yang dapat diakses dan di share melalui internet, merupakan peluang untuk munculnya *cyberspace* (*ruang publik di dunia maya*), maka peluang untuk berdakwah di dalam masyarakat maya akan semakin besar, karena:

1. Internet mampu menembus batas ruang dan waktu.

Kemampuan internet untuk menyajikan pesan secara *online*, memungkinkan pesan dakwah untuk sampai kepada khalayak sarannya secara cepat dan tanpa harus memperhitungkan jarak komunikasi. Batas-batas antarpribadi dan batas-batas budaya dalam masyarakat di dunia nyata dapat dilampaui sehingga pesan menjadi *uptodate* dan dari aspek ekonomi lebih hemat biaya (misalnya: tidak memerlukan transport dan sewa ruangan).

2. Segmentasi Khalayak tidak terbatas.

Jumlah pengguna layanan internet semakin bertambah dari waktu ke waktu. Berdasarkan beberapa hasil survey dari berbagai media dan lembaga, diperoleh informasi bahwa setiap tahun jumlah pengguna internet semakin bertambah¹⁵. Hal ini tentu saja membawa perubahan yang signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota komunitas dakwah. Artinya, peningkatan jumlah pengguna internet memungkinkan peluang bertambahnya jumlah sasaran dakwah (*mad'u*) di kalangan masyarakat dunia maya.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ <http://mafazaif.wordpress.com/2012/05/10/pemanfaatan-ti-untuk-kemajuan-dakwah/>

¹⁵ *Ibid.*

3. Internet meminimalisir hambatan-hambatan komunikasi.
Sewaktu-waktu aktivitas dakwah dapat terganggu oleh adanya hambatan dalam diri komunikator dakwah. Namun, hambatan tersebut dapat diatasi manakala dakwah dilaksanakan dalam masyarakat dunia maya. Artinya, dengan tidak adanya tatap muka secara langsung dengan *mad'udi* dunia maya dapat mengurangi kendala psikologis, misalnya: rasa takut, malu, kurang percaya diri dan hambatan sosiopsikologis misalnya: tekanan sosial dalam diri komunikator yang bersumber dari lingkungan masyarakat sekitarnya. Selain itu, dengan tidak adanya tatap muka memberikan jaminan bahwa komunikator dakwah cenderung lebih terjaga privasinya sehingga dapat lebih berkonsentrasi dalam mempersiapkan materi dakwahnya maupun mempersiapkan alternatif-alternatif pemikiran dan *counter* pendapat dalam beberapa persoalan dakwah tertentu yang berkembang di tengah-tengah masyarakat maya.
4. Terdapat variasi metode dakwah.
Internet menawarkan berbagai fasilitas, sehingga *da'i* dapat menggunakan berbagai alternatif metode dakwah yang sesuai untuk menarik minat *mad'u*. *Mad'u* dapat menentukan pilihan terhadap pesan dakwah sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Dengan hadirnya berbagai situs di internet, memberikan berbagai alternatif pilihan informasi (pesan) dakwah sesuai dengan kebutuhan dan harapan *mad'u*¹⁶. Hal ini tentu dapat menghindari dominasi dan hegemoni pesan oleh kalangan tertentu sebagaimana yang dijelaskan dalam teori *Agendasetting*¹⁷.
5. Internet mampu menghadirkan efek audio visual, sehingga pesan-pesan dakwah tertentu dapat ditonjolkan.
Kemampuan internet dalam menghadirkan efek audio visual serta dengan teknik multimedia serba canggih menjadi salah satu daya tarik pesan bagi masyarakat di dunia maya. Oleh karena itu, dakwah di dunia maya akan lebih mampu mendeskripsikan pesan-pesan dakwah yang bersifat spesifik dan sulit dijelaskan jika hanya dengan menggunakan kata-kata verbal (bahasa lisan), misalnya dengan bantuan penjelasan secara deskriptif berbentuk narasi, gambar bergerak (video), alunan musik, efek suara, dan sebagainya,

4. Tantangan Dakwah dalam Masyarakat di Dunia Maya

Sebagai sebuah media yang mengedepankan efisiensi waktu dan optimalisasi biaya pengiriman pesan, internet membuat pertemuan antara partisipan komunikasi (*da'i* dan *mad'u*) secara tatap muka dalam proses pertukaran pesan dakwah dalam masyarakat di dunia maya menjadi tidak penting. Hal ini dapat mempengaruhi makna pesan (kesan) dalam dakwah. Tentu saja ini menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku dakwah.

¹⁶ Hal ini sesuai dengan asumsi teori Uses and Gratification yang memandang khalayak media aktif dalam menentukan pilihannya terhadap isi media. Lihat Werner J. Severin dan James W. Tankard. Op.Cit., hlm. 261.

¹⁷ Teori agenda setting berasumsi bahwa media lah yang berperan dalam mengatur agenda informasi /pesan publik, sehingga informasi yang dengan sengaja diagendakan media akan menjadi informasi utama di tengah-tengah masyarakat. Lihat Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Eighth Edition, (Australia. Canada. Singapore. Spain. United Kingdom. United States: Wadsworth. 2005), hlm. 415.

Berikut ini adalah beberapa tantangan dalam aktivitas dakwah di tengah-tengah masyarakat dunia maya:

a. Sosok da'i menjadi tidak penting.

Idealnya, da'i sebagai seorang komunikator harus memiliki tiga aspek penting dalam dirinya menyangkut pathos, ethos dan logos. Namun, dalam masyarakat maya, dimensi logos menjadi dominan, pesan menjadi lebih penting dibandingkan sumber pesan itu sendiri, sehingga kredibilitas da'i serta kemampuannya untuk menumbuhkan imbauan emosional terhadap mad'u menjadi kurang diperhitungkan.

b. Hilangnya keteladanan.

Berkaitan dengan tidak pentingnya kehadiran sosok da'i di tengah-tengah mad'u, maka keteladanan terhadap perilaku da'i menjadi hilang. Perilaku yang dimaksud disini adalah menyangkut identitas diri dan penampilan fisik da'i (*physical personal apperance*), berupa atribut/symbol (artefak) komunikasi yang melekat dalam penampilan sehari-hari da'i serta tindak tutur da'i sebagai bagian dari pesan dakwah itu sendiri. Sebab, bagaimana pun juga seorang da'i harus menjadi panutan dalam berbagai aspek sehingga kehadiran da'i dapat memberikan efek positif dalam diri mad'u, baik secara kognitif, afektif, maupun behavioral.

c. Munculnya sikap individualistis.

Karena sifat internet yang *never turn-off* (tidak pernah dimatikan) dan *unlimited access* (dapat diakses tanpa batas), Internet memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun. Ketidak serempakan dalam menerima pesan dakwah ini dapat menumbuhkan sifat individualistis dan menyebabkan *alienasi* (keterasingan) individual. Karena dalam kondisi yang demikian, anggota masyarakat maya akan cenderung untuk menggunakan informasi/pesan sesuai dengan kebutuhannya dan berhak untuk mengabaikan pesan yang tidak penting baginya, meskipun sebenarnya kehadirannya dalam forum diskusi dibutuhkan. Oleh karena itu, kemampuan da'i sebagai pelaku dakwah di dunia maya dalam menumbuhkan partisipasi individu terhadap pesan-pesan dakwah perlu ditingkatkan dan dieksplorasi.

Penutup

Demikianlah uraian tentang peluang dan tantangan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui internet bagi masyarakat dunia maya. Peluang dan tantangan ini merupakan dua hal yang selalu beriringan dan menjadi satu paket yang perlu mendapat perhatian serius dari para aktivis dakwah. Keduanya merupakan pilihan bagi da'i. Artinya, keberhasilan dakwah tergantung kepada kemampuan da'i dalam memanfaatkan peluang seoptimal mungkin serta kemampuan da'i dalam mengatasi segala tantangan dakwah secara maksimal.

Daftar Bacaan

Alex Sobur. *Ruang public sebagai Medan pertempuran Hegemonik* dalam Jurnal ISKI Bandung-Issue, Volume 2, No 1, Juni 2008.

Ali Azis, Moh. *Ilmu Dakwah, Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2009.

Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Cetakan ke-2, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Dennis Mc Quail. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1994.

http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet.

<http://mafazaif.wordpress.com/2012/05/10/pemanfaatan-ti-untuk-kemajuan-dakwah/>

Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Eighth Edition, Australia. Canada. Singapore. Spain. United Kingdom. United States: Wadsworth, 2005.

Toha Yahya Umar. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Wijaya, 1971.

Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.

Warner J. severin dan James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa* (terjemahan), Edisi kelima, Cetakan ke-1, Jakarta: Prenada Media, 2005.

