

Strategi Dakwah dan Peran Jurnalis Islam pada Era Digital

Muhammad Yusuf¹, Muhammad Anshar²

¹PPs UIN Alauddin Makassar, e-mail: myusuf.lantas@gmail.com

²PPs UIN Alauddin Makassar, e-mail: anshar.akil@uin-alauddin.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
27-10-2024

Direvisi:
05-01-2025

Diterima:
06-01-2025

ABSTRACT

This article is entitled "The Dakwah Strategy and Role of Muslim Journalists in the Digital Era", with the main points of analysis being first; what is the strategy for da'wah in the digital era and second: what is the role of Muslim journalists in developing da'wah. From these problems the author collected relevant data with the approach method used was a qualitative approach by describing the problem as a research priority. The research results show that journalism can be defined as the activities of journalists in searching, collecting and processing data so as to produce interesting news. These journalism activities are then continued by disseminating them to the public through print, electronic and digital media. journalism as the art of reporting, writing and disseminating information as well as a profession. Because the profession requires expertise and work according to one's expertise so that the person gets rewarded. The development of communication and information technology via the Internet has an impact on changes in the distribution of information. Distribution of information is getting faster and the public is also receiving it quickly. Therefore, the role of Muslim journalists in developing da'wah apart from functioning as a tool of information, education and entertainment, is also as a spiritual guide or developing the mission "amar ma'ruf nahi munkar".

Keywords : Journalism, Da'wah Media, Digital Era

ABSTRAK

Tulisan ini berjudul "Strategi Dakwah dan Peran Jurnalis Islam pada Era Digital", dengan pokok analisisnya adalah pertama; bagaimana strategi dakwah di era digital dan kedua: bagaimana peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah. Dari permasalahan tersebut penulis mengumpulkan data yang relevan dengan metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan masalah sebagai prioritas penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jurnalisisme dapat didefinisikan sebagai kegiatan jurnalis dalam mencari, mengumpulkan dan mengolah data sehingga menghasilkan berita yang menarik. Kegiatan jurnalisisme tersebut kemudian dilanjutkan dengan menyebarkanluaskannya kepada masyarakat melalui media cetak, elektronik dan digital. Jurnalisisme sebagai seni meliput, menulis dan menyebarkanluaskan informasi sekaligus sebagai profesi. Karena di dalam profesi dibutuhkan keahlian dan kerja sesuai dengan keahliannya sehingga orang itu mendapat imbalan. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi melalui Internet berdampak pada perubahan pendistribusian informasi. Distribusi informasi semakin cepat dan khalayak juga menerimanya secara cepat. Karena itu, peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah selain berfungsi sebagai alat informasi, pendidikan dan hiburan, juga sebagai pembimbing rohani atau pengembangan misi "amar ma'ruf nahi munkar".

Kata Kunci : Jurnalistik, Media Dakwah, Era Digital

Corresponding Author : Muhammad Yusuf, e-mail: myusuf.lantas@gmail.com

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dewasa ini, dunia jurnalistik pun tidak mau ketinggalan sehingga berkembang terus mengikuti perkembangan dan peradaban manusia. Dahulu, secara historistik jurnalistik dilakukan secara sederhana melalui sarana dan prasarana seadanya dan bahkan berita-berita yang disampaikan jurnalis ke masyarakat luas dari mulut ke mulut sehingga ruang lingkungannya pun sangat terbatas hanya pada jumlah individu yang berdomisili di wilayah itu saja. Hal ini disebabkan karena begitu sulitnya menyebarkan suatu berita lintas wilayah yang juga belum tentu dijumpai kelompok individu yang butuh akan informasi.

Jurnalisisme adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh jurnalis dalam meliput, mengolah dan menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada audiens. Kehadiran media massa saat ini menjadi alat komunikasi yang banyak dipakai manusia untuk berkomunikasi (Ahmadi, 2020). Walaupun hal tersebut terkadang tidak selalu membawa dampak positif dalam kehidupan manusia, bahkan sebagian kaum akademisi dan para pakar justru khawatir akan dampak negatif yang mungkin dibawa oleh arus kemajuan teknologi informasi. Sementara di sisi lain, media dapat menjadi sarana efektif untuk melakukan perbaikan atau pemaslahatan manusia ke arah yang lebih baik, termasuk menjadikan media sebagai sarana efektif dalam melakukan aktivitas dakwah (Efendi et al., 2024). Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang diikuti dengan perkembangan media massa, dijadikan sebagai sarana pengembangan nilai-nilai ajaran Islam melalui kegiatan dakwah.

Jurnalisisme atau yang biasa disebut dengan kewartawanan menjadi salah satu bentuk atau model dakwah yang dapat dilakukan oleh para muballigh dalam rangka menyajikan materi dakwahnya kepada khalayak (masyarakat Islam) baik dari aspek materi dakwah maupun dari aspek praktiknya. Hal ini menggambarkan bahwa para jurnalis terutama jurnalis Islam dapat mengusung konsep berita yang memiliki misi "*amar ma'ruf nahi munkar*". Oleh karena itu, jurnalis Islam seyogianya mewujudkan berita atau informasi dalam wujud tulisan yang mengandung nilai-nilai ajakan kebenaran dan nilai-nilai perlawanan terhadap ketidakadilan ataupun ke-*munkar*-an dengan berpatokan pada salah satu sabda Rasulullah saw., yang diriwayatkan oleh Muslim berkaitan dengan pencegahan kemungkaran sebagai berikut:

"عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَعِمَ يَقُولُ: مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُعَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَلْيَسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ. (رواه مسلم)."

Artinya:

Dari Abu Sa'id al-Khudri RA., ia berkata: Aku mendengar Rasulullah saw., bersabda: "*Barangsiapa diantara kamu melihat kemungkaran, hendaklah ia mencegah kemungkaran itu dengan tangannya. Apabila tidak mampu, maka hendaklah mencegahnya dengan lisan, dan jika tidak mampu juga, hendaklah ia mencegahnya dengan hatinya, walaupun itu adalah selemah-lemahnya iman.*" (HR. Muslim)". (Nomor Hadis 186) (al-Naisaburi, 2000).

Dengan mempedomani hadis di atas, maka jurnalis khususnya bagi yang muslim harus menyeimbangkan atau mempertimbangkan bahwa jurnalistik secara profesionalitas tentu akan bekerja dengan meyakini bahwa apa yang mereka share (bagikan) kepada masyarakat terutama bagi pengguna media social mengandung nilai-nilai kebenaran islami karena apa yang dishare itu akan dimintai pertanggungjawabkan baik kepada masyarakat maupun kepada Allah SWT. Selain itu, jurnalis muslim memandang bahwa pekerjaan mereka sebagai salah satu bentuk ibadah.

Dakwah Islam dalam perkembangannya mengalami dinamika yang beragam, baik yang ditentukan oleh subyek dakwah (*da'i*) maupun realitas obyek (*mad'u*). Gerakan dakwah saat

ini dan yang akan datang dihadapkan pada kondisi social yang berkembang sehingga secara otomatis menuntut pola pengembangan gerakan dakwah yang sistematis, baik secara teoritis maupun secara aplikatif.¹ Jurnalistik islami atau jurnalistik dakwah adalah proses meliput, mengolah dan menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari al-Qur'an dan sunnah (Suhandang, 2007). Jurnalistik islami memiliki peluang strategis membangun opini masyarakat yang berorientasi pada pemberitaan tentang ajaran al-Qur'an dan sunnah sebagai sumber stimulus memperbaiki aqidah, syariah dan akhlak (Kasman, 2004). Ini menjadi peluang bagi jurnalis Islam dalam mengembangkan dakwah masa depan.

Islam sebagai *way of life* juga menjadi prinsip dari jurnalis Islam untuk menerapkan dan meneladani sifat dan perilaku baginda Rasulullah saw., yang dapat dipraktikkan dalam jurnalisme seperti sifat jujur, sehingga sifat ghibah dapat dihindarkan yang secara praktis juga otomatis berita yang dishare jauh dari *hoax* atau berita bohong. Untuk lebih mengarahkan pembahasan tulisan ini, maka masalah pokok yang akan dibahas adalah bagaimana strategi dakwah di era digital dan bagaimana peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah.

Era digital telah membawa transformasi besar dalam praktik jurnalistik, tetapi juga memunculkan sejumlah tantangan akademik yang signifikan. Perubahan ini melibatkan pergeseran dari media tradisional ke platform digital, yang sering kali disertai dengan tekanan untuk memenuhi tuntutan kecepatan dan volume konten tanpa mengorbankan akurasi serta integritas jurnalistik. Selain itu, munculnya algoritma media sosial sebagai mediator utama distribusi informasi telah menciptakan persaingan ketat di antara organisasi media untuk mendapatkan perhatian audiens. Tantangan ini diperburuk oleh proliferasi disinformasi, yang mengancam kepercayaan masyarakat terhadap media. Dalam konteks ini, kajian akademik diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi jurnalistik dapat dikembangkan guna mempertahankan prinsip-prinsip etika, sekaligus memanfaatkan teknologi digital untuk menyampaikan informasi yang kredibel dan relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh jurnalis muslim dan media dakwah dalam menghadapi tantangan serta peluang di era digital, serta mengidentifikasi peran jurnalistik dalam menjaga akurasi, integritas, dan relevansi informasi di tengah disrupsi teknologi. Pertanyaan penelitian utama yang diajukan adalah: bagaimana strategi dakwah di era digital; dan bagaimana peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah. Penelitian ini signifikan karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang adaptasi dunia jurnalistik terhadap era digital, menawarkan rekomendasi strategis bagi jurnalis dan institusi media, serta berkontribusi pada literatur akademik terkait transformasi media dan teknologi komunikasi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan masalah sebagai prioritas penelitian. Sugiyono menyebutkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Abubakar, 2021; Sugiyono, 2015).

¹Pada kenyataannya sampai saat ini masih sering terjadi dalam masyarakat bentuk aktivitas dakwah yang monoton, yakni proses dakwah dengan segala loyalitasnya masih cenderung berandai-andai pada masa lalu yang kurang relevan dengan kondisi saat ini. Selengkapnya lihat Ahmad Anas (Anas, 2006).

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka dengan deskriptif analitis, di mana adalah metode komparatif dari deskriptif dan analitis. Deskriptif adalah penyajian laporan penelitian yang berisi kutipan data. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moleong, 2012) Selanjutnya, Moleong mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan metode alamiah (Zed, 2008).

Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan. Karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan memaknai beberapa fenomena yang ada atau yang terjadi dalam kenyataan sebagai ciri khas penelitian kualitatif, dalam hal ini bagaimana memahami strategi dakwah di era digital dan bagaimana peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Jurnalistik Dakwah

Jurnalistik sering disandingkan atau bahkan disamakan dengan pers. Istilah jurnalistik sangat erat kaitannya dengan istilah pers dan komunikasi massa. Jurnalistik berasal dari kata *journal* atau *du jour* (bahasa Prancis) juga jurnal yang berarti catatan atau berita harian (Ardhana, 2017). Jurnalistik bisa dibatasi secara singkat sebagai kegiatan penyiapan, penulisan, penyuntingan dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu. Berdasarkan penyebarannya, jurnalistik terjadang juga disebut sebagai *journalism* (jurnalisme), namun jika dari aspek “media” yang digunakan, maka jurnalistik dapat dibedakan menjadi jurnalistik cetak (*print journalism*) dan jurnalistik elektronik (*electronic journalism*), yang beberapa tahun belakangan ini muncul lagi jurnalistik online (*online journalism*) (Lestari, 2007).

Jurnalistik dapat diartikan sebagai seluk beluk mengenai kegiatan penyampaian pesan atau gagasan kepada khalayak atau massa melalui media komunikasi yang terorganisasi seperti surat kabar/majalah (media cetak), radio, televisi, internet (media elektronik), dan film (*news-reel*) (Barus, 2010). Husain Junus dan Aripin Banasuru dalam mengutip Hodgins mengatakan bahwa jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ke sana dengan benar, seksama, dan cepat dalam rangka membela kebenaran, keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan. Pengertian ini lebih menekankan pada sifat kebenaran informasi yang disampaikan (Junus & Banasuru, 2002).

Adinegoro dalam bukunya “*Publisistik dan Jurnalistik*”, mengibaratkan bahwa jurnalistik sebagai sebuah kecerdasan atau kepandaian yang pokoknya memberi pengabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluar-luasnya (Adinogroho, 2010). Astrid menyebutkan bahwa jurnalistik sebagai sebuah kegiatan pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari (Susanto, 2007). Onong Uchjana Effendi, dalam bukunya “*Dimensi-Dimensi Komunikasi*”, menuturkan bahwa secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai mengelola berita mulai dan mendapatkan bahan sampai kepada menyebar luaskan kepada masyarakat (Effendi, 2005).

Setelah menganalisa dan mendalami beberapa definisi yang dikemukakan di atas, maka dipahami bahwa jurnalistik secara teknis adalah sebuah aktivitas atau kegiatan mencari, mengumpulkan, mengelola, menyajikan dan menyebarluaskan serta menshare temuan-temuan berdasarkan fakta-fakta berupa berita, peristiwa, atau kejadian ke seluruh masyarakat luas

melalui tulisan cetak maupun *online* sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang dishare berdasarkan fakta dan temuan.

Secara etimologi kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab, yaitu دعوة yang berarti panggilan, seruan, ajakan, undangan, permintaan dan doa (Munawwir, 1988; Yunus, 1978). sebagai *isim masdar* dari kata يدعو – دعا. Dalam buku *Ilmu Dakwah* oleh Toha Yahya Omar, dijelaskan beliau bahwa dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan, bagaimana menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat, pekerjaan yang tertentu (Omar, 1992). Aktivitas dakwah akan berjalan efektif dan efisien manakala suatu proses dakwah dapat diterima oleh komunikan (*mad'u*) secara baik. Terutama yang terkait dengan ilmu pengetahuan, sikap maupun perbuatan *mad'u* yang mengarah atau mendekati tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah. Oleh karena itu, Abdul Munir Mulkhan menuturkan bahwa:

*“Dalam kegiatan dakwah, efektifitas tercermin pada sejauh mana objek dakwah (pada peringkat individu) mengalami perubahan, dalam hal makin benar dan lengkapnya akidah, ibadah dan akhlak serta mu'amalah. Sementara pada tingkat masyarakat, efektifitas tercermin pada iklim sosial yang makin memancarkan syiar Islam dan makin mendekatnya norma sosial pada nilai-nilai Islam aturan hidup menurut Islam”.*²

Kutipan di atas menggambarkan bahwa suksesnya aktivitas atau kegiatan dakwah tidak akan pernah terlepas dari unsur-unsur dakwah itu sendiri, paling tidak meliputi subyek, obyek, materi, metode dan media dakwah. Unsur yang terakhir sebagai sarana yang digunakan dalam penyampaian dakwah dapat berupa lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

Harrold Lasswell and Charles Wright termasuk salah satu pakar dibidang informasi dan telekomunikasi yang serius mempertimbangkan tentang fungsi media massa dalam masyarakat di era modern ini. Dalam hasil analisisnya, Lasswell mencatat tiga fungsi media massa, pengamatan lingkungan, korelasi bagian-bagian dalam masyarakat untuk merespon lingkungan, dan penyampaian warisan masyarakat dari generasi ke generasi selanjutnya. Kemudian, Wright menanamkan fungsi yang keempat yakni sebagai hiburan (Severin & Tankard Jr, 2011).

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan, seruan, panggilan ataupun arahan baik dalam bentuk lisan ataupun tulisan yang dilaksanakan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu kesadaran internal dan sikap serta penghayatan dalam pengamalan ajaran agama dengan penuh pengertian tanpa paksaan. Oleh karena itu, dakwah masa kini dapat dipahami sebagai suatu panggilan, seruan ataupun ajakan baik secara lisan maupun tulisan yang mendorong pendengarnya ataupun pembacanya untuk menghayati dan menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

B. Media Dakwah di Era Gital

²Setidaknya ada dua hal yang amat menentukan efektifitas suatu proses dakwah (komunikasi), yaitu: (a) apakah pesan yang disampaikan komunikator sampai (didengar, dilihat, dirasakan dan dipahami) oleh komunikan (*mad'u*). (b) kalau sampai apakah pesan tersebut diterima (disetujui dan dijadikan dasar tindakan/perbuatan), sehingga menimbulkan perbuatan dan perubahan pada diri komunikan. Hal ini dijelaskan Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah; Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir* (Mulkhan, 2006).

Dakwah sebagai suatu tugas mulia yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan umat Islam, yang dengan munculnya teknologi informasi dan internet, maka dunia dakwah pun mau tidak mau harus turut serta dengan perubahan tersebut. Hal ini menjadi penting karena dunia dakwah pun ikut mengalami transformasi yang signifikan. Era digital membawa berbagai perubahan baik dalam cara berkomunikasi, berinteraksi, dan menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Media social, platform daring, dan berbagai alat teknologi lainnya telah memberikan kekuatan baru pada dakwah, memungkinkan pesan-pesan kebaikan tersebar luas dan cepat.

Sementara itu, era digital adalah Dimana periode teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, memainkan peran sentral dalam berbagai aspek kehidupan. Badrah Uyuni dalam mengutip Haris (2016) menuturkan bahwa era digital adalah masa Dimana terjadi proses pergeseran dari ekonomi berbasis industry ke ekonomi berbasis informasi dengan menggunakan computer atau perangkat teknologi lainnya sebagai media atau komunikasi. Lebih lanjut Badiyah Uyuni mengemukakan bahwa era digital juga disebut sebagai era informasi dan komunikasi karena banyak penelitian dilakukan mengenai pengumpulan, pengolahan dan transfer informasi di era digital (Uyuni, 2023).

Pelaksanaan dan pengembangan dakwah akan menjadi mudah dilakukan muballigh jika dalam menjalankan dan menyampaikan dakwah kepada *mad'u* disertai dengan media sebagai *washilah* untuk lebih mempercepat dan memperluas jangkauan sasaran dakwah itu sendiri. Seperti diketahui bahwa jurnalistik dakwah materinya haruslah berisi suatu ajakan, arahan, atau seruan terkait urgensinya meraih keberhasilan, capaian kemajuan, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, yang secara keseluruhannya bersumber dari ajaran Islam.

Jika disadari betapa dahsyatnya kemajuan dibidang teknologi informasi dewasa ini, tidak ada lagi alasan bagi muballigh untuk tidak memanfaatkan peluang media pers yang strategis dalam rangka pengembangan syiar Islam dalam arti bahwa sudah saatnyalah muballigh memastikan sikap dan Langkah menjadikan media pers sebagai sarana dakwah di era digital ini. Media dakwah di era digital sekarang ini antara lain selain media cetak seperti majalah, koran, dan buku juga media elektronik baik berupa aplikasi *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, *Youtube* dan sebagainya yang kesemuanya itu dapat dijadikan sebagai sarana dakwah. Dengan menggunakan media tersebut, maka materi dakwah akan semakin luas jangkauannya dibanding dengan dakwah konvensional.

Media dakwah digital di Indonesia berkembang pesat seiring dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Ragam media ini meliputi platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, yang digunakan oleh individu maupun organisasi dakwah untuk menyampaikan pesan keislaman. Selain itu, situs web, blog, dan podcast dakwah juga menjadi bagian penting dari ekosistem media dakwah digital, menawarkan konten yang lebih mendalam seperti kajian, tafsir, atau pembahasan isu-isu kontemporer dalam perspektif Islam. Dinamika ini menunjukkan bagaimana media dakwah digital di Indonesia tidak hanya menjadi sarana penyebaran agama, tetapi juga alat untuk membangun komunitas virtual yang aktif berdiskusi dan berbagi pengetahuan keislaman.

Namun, dinamika media dakwah digital tidak terlepas dari tantangan, seperti penyebaran informasi keagamaan yang tidak diverifikasi, munculnya konten dakwah yang bersifat provokatif, hingga risiko polarisasi masyarakat. Kompetisi di antara pendakwah digital juga kian ketat, mendorong sebagian pihak untuk mengutamakan popularitas di atas akurasi atau kedalaman materi. Meski demikian, media dakwah digital juga berperan dalam mengarusutamakan Islam yang damai dan inklusif, melalui konten-konten yang edukatif dan menginspirasi. Pendekatan kreatif, seperti penggunaan infografis, video animasi, dan gaya

bahasa yang relevan dengan generasi muda, telah berhasil menarik minat audiens baru. Oleh karena itu, media dakwah digital di Indonesia tidak hanya mencerminkan keberagaman cara berdakwah, tetapi juga menggambarkan dinamika transformasi dakwah dalam konteks modern.

C. Peran dan Strategi Jurnalis Islam pada Era Digital

Media sosial yang kerap disebut dengan media *online* mendukung interaksi sosial dengan teknologi web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, *Podcast*, dan lain-lain. Platform media ini menfokuskan pada eksistensi pengguna dengan memfasilitasi mereka untuk beraktivitas maupun berkolaborasi, sebagaimana dikemukakan Rulli Nasrullah bahwa media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015).

Penggunaan *gadget* dan jejaring media sosial yang tinggi di kalangan pemuda membuka peluang yang besar bagi para da'i dalam berdakwah dan mengembangkan konten-konten dakwah yang sesuai masa kini. Di era modern dakwah diartikan sebagai bentuk dakwah yang pelaksanaan, materi, strategi dan metodenya sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern singkatnya dahulu dakwah dilakukan secara konvensional sekarang juga dapat dilakukan secara digital.

Karena itu, peran jurnalis Islam di era digital ini adalah *pertama*; sebagai garda terdepan dalam menyuarakan kebenaran dan menyampaikan informasi yang objektif kepada masyarakat. *Kedua*; sebagai penjaga api kebenaran yang membawa Cahaya dalam kegelapan informasi yang kabur dan manipulatif. *Ketiga*; sebagai agen perubahan social yang kuat (Ika, 2024), yang menginspirasi, menyuarakan aspirasi masyarakat yang terpinggirkan dan mengungkap ketidakadilan yang tersembunyi, sehingga merangsang kesadaran dan tindakan di kalangan masyarakat.

Dalam menjalankan tugasnya dengan baik, efektif dan efisien maka seorang jurnalis tentu membutuhkan suatu teknik, cara ataupun strategi dalam rangka menyusun dan menshare berita-berita terkait pesan-pesan kebenaran agama. Dalam proses implementasi strategi terdapat beberapa tahapan yang harus ditempuh, yakni (a) tahap perencanaan strategi, (b) tahap pelaksanaan strategi, dan (c) tahap evaluasi strategi (David, 2002).

Adapun strategi yang dimaksud antara lain dikemukakan Haidir Fitra Siagian, yakni (1) observasi, yakni jurnalis yang langsung datang ke lokasi kejadian, lalu mengamati dan mengumpulkan data kejadian tersebut. Kemampuan atau bakat untuk melakukan pengamatan observasi memungkinkan wartawan melihat perbedaan, menemukan nuansa, dan mencium pertentangan antara berita yang biasa saja dengan berita yang baik, dan (2) wawancara, yakni jurnalis menggali informasi dari narasumber untuk mendapatkan data secara fakta. Hal ini penting karena merupakan salah satu teknik jurnalis untuk mendapatkan sebuah data secara riil dari narasumber (Siagian, 2013).

Di zaman sekarang ini aktivitas dakwah sedang mengalami trend kemajuan yang membanggakan karena dipengaruhi oleh perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi. Jika dulu muballigh berdakwah hanya dari satu majelis ke majelis lain atau dari satu panggung acara ke panggung acara lainnya, seperti peringatan Maulid Nabi Muhammad saw., muballigh berpindah-pindah tempat dari majelis satu mejelis yang lain. Saat ini, aktivitas dakwah dengan media digital, baik di handphone, radio, televisi dan sebagainya. Media digital sudah banyak mempengaruhi masyarakat zaman sekarang, terutama dari segi penyampaian dakwah. Dakwah melalui media digital akan mudah diakses orang lain karena bersifat umum, dan dapat dikunjungi kapanpun dan dimanapun.

Aktivitas dakwah di era digital sekarang ini menjadi tantangan dan tuntutan bagi muballigh akan kemampuannya menggunakan media sebagai wadah penyambung antara muballigh dan jama'ahnya (*da'i* dan *mad'u*) yaitu menggunakan Radio, TV, live streaming, media *online*, ataupun media cetak yang dapat mewedahi atau menjembatani tersampainya ajakan dan seruan dakwah seorang muballigh pada *mad'unya*. Oleh karena itu, berdakwah tidak hanya pada mimbar masjid akan tetapi bisa di rumah dengan memanfaatkan media sosial sebagai anak panah dalam mencapai sasaran dakwah untuk umat muslim dalam upaya mengharap ridho Allah swt. Namun demikian, penggunaan media berupa Radio, TV, live streaming atau media online lain tetap saja membutuhkan strategi dakwah.

Adapun strategi dakwah yang dimaksud di era digitalisasi selarang ini antara lain :

1. Memanfaatkan social media untuk menjangkau pendengar target.
Menggunakan platform social media seperti Instagram, YouTube, Twitter, dan lainnya untuk menghubungi dan berinteraksi dengan audiens yang menjadi target dakwah.
2. Membuat konten dakwah yang berkualitas di era digital
Upaya untuk meningkatkan standar dan kualitas konten dakwah yang disajikan melalui platform digital. Hal ini mencakup penyampaian pesan yang lebih efektif, produksi konten visual yang menarik, dan konten yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan audiens. Tujuannya adalah agar konten dakwah memiliki dampak yang lebih positif dan berdaya ungkit.
3. Membangun teknologi virtual dan augmented reality
Menciptakan atau memanfaatkan teknologi seperti virtual reality (VR) dan augmented reality (AR) untuk menghadirkan pengalaman dakwah yang lebih imersif dan interaktif. Contohnya, membuat simulasi lingkungan atau kejadian tertentu yang dapat dirasakan oleh pengguna, atau menggunakan augmented reality (AR) untuk menampilkan informasi tambahan selama sesi dakwah.
4. Mengukur efektivitas dakwah di era digital
Merupakan langkah untuk menilai sejauh mana upaya dakwah yang dilakukan di dunia digital mencapai tujuan yang diinginkan. Ini melibatkan penggunaan analitik dan metrik kinerja untuk mengukur pertumbuhan jumlah pendengar, tingkat interaksi, jumlah pembagian (*share*), dan faktor lain yang dapat memberikan indikasi seberapa efektif kampanye dakwah tersebut.

Oleh karena itu, betapa pentingnya muballigh atau pendakwah untuk memilih platform media sosial yang tepat. Membuat konten yang menarik, menjaga interaksi dan keterlibatan pendengar, mempromosikan dakwah melalui influencer muslim, dan mengukur kinerja kampanye dakwah.

Jurnalisme sebagai sebuah pekerjaan atau profesi yang memiliki sejumlah aturan, yang biasa menjadi pola atau patron bagi seorang jurnalis untuk bekerja. Sebagai sebuah pedoman kerja tentu lebih terarah pada tata aturan yang menjadi dasar bertindak, sehingga bila terjadi perilaku yang kontradiksi dengan tata aturan tersebut maka perilaku dianggap menyimpang. Sejumlah aturan yang dimaksud biasa disebut dengan kode etik. Peran seorang jurnalis muslim dalam berkontribusi menyebarkan dakwah akan lebih terhormat jikalau tulisan-tulisannya, berita-berita yang di share itu tidak menyimpang dari tata aturan terutama dari aspek tata Bahasa yang santun, sopan, beradab sehingga lebih elegan dalam menyeru dan mengajak khalayak untuk lebih beriman dan bertakwa kepada Allah swt. Sutirman Eka Ardhana, menyebutkan bahwa:

“Bila jurnalistik memiliki arti sebagai suatu kegiatan menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai melalui saluran media, maka Jurnalistik Dakwah dapatlah diartikan sebagai suatu kegiatan menyampaikan pesan berupa dakwah kepada khalayak ramai melalui saluran media. Tekanannya tentu pada media pers, baik surat kabar, majalah maupun tabloid. Karena melalui media pers, pesan dakwah itu tentu saja disampaikan melalui karya tulis” (Ardhana, 2017).

Dari kutipan di atas dipahami bahwa jurnalistik muslim bisa dimaknai sebagai jurnalistik dakwah karena kegiatan atau aktivitas berdakwah yang dilakukannya melalui karya tulis di media pers (media cetak). Karya tulis melalui media cetak itulah yang berbentuk berita, *feature*, laporan, tajuk rencana, artikel, dan karya jurnalistik lainnya lebih mengarah pada makna yang mengandung seruan ataupun ajakan kepada berbagai kebijakan dan mencegah kemunkaran.

Strategi dakwah di era digital memanfaatkan teknologi dan platform online untuk menyampaikan pesan keislaman secara efektif dan luas. Para pendakwah dan organisasi dakwah menggunakan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk memproduksi konten kreatif, seperti video singkat, infografis, dan podcast yang menarik perhatian generasi muda. Selain itu, pendekatan personal melalui aplikasi pesan seperti WhatsApp dan Telegram sering digunakan untuk membangun interaksi yang lebih dekat dengan jamaah. Strategi ini juga melibatkan kolaborasi dengan influencer muslim untuk meningkatkan jangkauan dakwah. Pendakwah semakin mengedepankan inklusivitas, toleransi, dan isu-isu sosial kontemporer, seperti ekologi dan keadilan sosial, untuk memastikan relevansi pesan dakwah dalam kehidupan modern.

Peran jurnalis Islam di era digital menjadi semakin penting dalam memverifikasi informasi keagamaan yang beredar di internet, terutama untuk melawan hoaks atau narasi yang dapat memecah belah umat. Jurnalis Islam berfungsi sebagai penjaga nilai-nilai keislaman yang moderat dengan menghasilkan berita dan analisis yang mendalam, kredibel, dan sesuai dengan prinsip etika jurnalistik. Mereka juga berperan dalam membangun narasi positif tentang Islam melalui platform media digital. Selain itu, jurnalis Islam menghadapi tantangan untuk bersaing dengan konten-konten yang lebih ringan dan sensasional, sehingga mereka dituntut untuk mengemas informasi dengan cara yang menarik namun tetap substansial. Dengan demikian, jurnalis Islam tidak hanya bertindak sebagai penyampai berita, tetapi juga sebagai pendidik yang membangun literasi media dan keagamaan di masyarakat.

Oleh karena itu, peran jurnalis muslim dalam pengembangan dakwah selain berfungsi sebagai alat informasi, pendidikan dan hiburan, juga sebagai pembimbing rohani atau pengembangan misi "*amar ma'ruf nahi munkar*". Lebih jauh penulis akan memaparkan bagaimana peran jurnalis dakwah di tengah masyarakat sebagai obyek media.

Terdapat empat peran jurnalis dakwah yang harus diperankan dan dikembangkan oleh para penulis muslim, yakni:

1. Sebagai pendidik (*mu'addib*)

Jurnalis muslim adalah pendidik, ia menjalankan fungsi edukasi dalam Islam. Karena ia sebagai pendidik, maka tentu saja harus lebih memahami ajaran Islam sebelum mentransformasikan ilmunya kepada masyarakat. Sebagai pendidik ia menjalankan fungsi yang mulia karena mendidik adalah pekerjaan yang membutuhkan kecermatan, kecerdasan, strategi, serta kesabaran.

2. Sebagai pelurus (*musaddid*)

Peranan sebagai musaddid sangatlah penting karena banyak informasi yang kita baca ternyata salah. Informasi ini dihembuskan oleh para orientalis yang sengaja merusak

citra Islam atau orang-orang bodoh yang mengutip pendapat yang salah kemudian dipublikasikan.

3. Sebagai pembaharu (*mujaddid*)

Penyebaran isme-isme baru yang menyesatkan harus disikapi secara serius oleh sang mujaddid. Musuh-musuh Islam senantiasa menyebarkan isu-isu menyesatkan, katakanlah, liberalisme, sekularisme, sinkritisme dan lain-lain yang menjauhkan umat dari agama. Mujaddid yang peduli harus menggerakkan jari-jemarinya untuk mendakwahkan Islam dengan ajaran yang benar dan murni sebagaimana yang dibawa Rasulullah Saw.

4. Sebagai pemersatu (*muwahhid*)

Dalam menjalankan fungsinya sebagai muwahhid, jurnalis dakwah dapat menjadi jembatan yang akan mempersatukan umat Islam. Jumalis dakwah harus mampu menerapkan kode etik jurnalistik yang berupa impartiality (tidak memihak pada golongan tertentu) dan mampu menyajikan dua sisi pandang setiap informasi. Jurnalis dakwah harus mampu membuang jauh-jauh sikap sektarian.

PENUTUP

Media dakwah digital di Indonesia tidak hanya mencerminkan keberagaman cara berdakwah, tetapi juga menggambarkan dinamika transformasi dakwah dalam konteks modern. Adapun strategi dakwah di era digital antara lain (1) memanfaatkan social media untuk menjangkau pendengar target, (2) membuat konten dakwah yang berkualitas di era digital, (3) membangun teknologi virtual dan augmented reality, dan (4) mengukur efektifitas dakwah di era digital. Ada empat peran jurnalis muslim dalam mengembangkan dakwah melalui tulisan, yakni (1) sebagai pendidik (*mu'addib*), (2) sebagai pelurus (*musaddid*), (3) sebagai pembaharu (*Mujaddid*), (4) sebagai pemersatu (*muwahhid*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN* (1st ed.). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adinogroho, A. (2010). *Publisistik dan Jurnalistik*. Gunung Agung.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), Article 1.
- al-Naisaburi, I. A. al-H. M. bin M. bin K. al-Qusyairi. (2000). *Shahih Muslim* (Vol. 1). Jam'iyah al-Maktab al-Islamiyah.
- Anas, A. (2006). *Paradigma Dakwah Kontemporer; Aplikasi, Teoritis dan Praktis, Dakwah sebagai Solusi Problematika Kekinian*. Pustaka Rizki Putra.
- Ardhana, S. E. (2017). *Jurnalistik Dakwah*. Pustaka Pelajar.
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga.
- David, F. R. (2002). *Manajemen Strategi Konsep*. Prenhal Lindo.
- Efendi, E., Suseno, H., & Hanum, N. (2024). Dakwah Kontemporer: Pengertian, Sejarah, Metode dan Media untuk Pengembangan Dakwah Kontemporer. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.482>
- Effendi, O. U. (2005). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Alumnus.
- Ika, L. N. (2024, April 13). *Peran Jurnalistik di Era Digital: Memimpin Perubahan Sosial Melalui Kebenaran dan Opini Publik*. KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/leila66336/661a70fdde948f3ca25eb152/peran-jurnalistik-di-era-digital-memimpin-perubahan-sosial-melalui-kebenaran-dan-opini-publik>
- Junus, H., & Banasuru, A. (2002). *Seputar Jurnalistik*. CV Aneka.
- Kasman, K. (2004). *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Qalam dalam al-Qur'an*. Teraju.
- Lestari, K. D. (2007, February 28). *Dasar-Dasar Jurnalistik | PELITAKU*. https://pelitaku.sabda.org/dasar_dasar_jurnalistik
- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulkhan, A. M. (2006). *Ideologisasi Gerakan Dakwah; Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir* (1st ed.). Sipsess.
- Munawwir, A. W. (1988). *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia*. Pondok Pesantren "al-Munawwir."
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Omar, T. Y. (1992). *Ilmu Dakwah* (5th ed.). Widjaya Jakarta.
- Severin, W. J., & Tankard Jr, J. W. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Siagian, H. F. (2013). *Jurnalistik Media Cetak dalam Perspektif Islam*. Alauddin University Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (7th ed.). Alfabeta.
- Suhandang, S. (2007). *Managemen Pers Dakwah dari Perencanaan hingga Pengawasan*. Marja.
- Susanto, A. S. (2007). *Komunikasi Massa*. Bina Cipta.
- Uyuni, B. (2023). *Media Dakwah Era Digital*. Assofa.
- Yunus, M. (1978). *Kamus Arab Indonesia*. Yayasan Penterjemah dan Penafsiran al-Qur'an.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.