

Model Penguatan *E-Dakwah* di Era Disruptif melalui Standar Literasi Media Islam Daring

Rila Setyaningsih*

Universitas Darussalam Gontor
Email: rilasetya@unida.gontor.ac.id

Abstract

The emergence of the disruptive era brings many changes in various aspects of life, including dakwah activities. Innovation methods and media of dakwah are important to do as an effort to strengthen the existence of dakwah in the development of the 4.0 industrial revolution era, that characterized by a cyber physic system and the Internet of Things. The existence and development of online media is a challenge as well as an opportunity for dakwah activities in the disruptive era. Strengthening *e-dakwah* or dakwah with the help of information and communication technology is important to adjust to the demands and needs of the times. The purpose of this study is to offer a model of strengthening *e-dakwah* in the disruptive era. This study uses descriptive qualitative methods. Data collection is done through documentation and literature studies. The results of the study were in the form of a model of strengthening e-dakwah in the disruptive era through the implementation of seven online Islamic media literacy standards. The seven standards were composed of the principles of online news production, the ethics of news distribution, the guarantee of accuracy and anti-hoax commitment, the spirit of *amar ma'ruf nahi munkar*, the principles of wisdom in dakwah, principles in digital interaction, and the principle of press freedom. The contribution of this research is a model of strengthening *e-dakwah* in the disruptive era through the implementation of seven online Islamic media literacy standards.

Keywords: E-dakwah, Disruptive Era, Online Islamic Media, Literacy Standards.

* Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor, Kampus Pusat UNIDA Gontor, Jl. Raya Siman Km. 06, Demangan, Siman, Ponorogo, 63471, Jawa Timur. Telp. (+62352) 483762.

Abstrak

Munculnya era disruptif membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam kegiatan dakwah. Inovasi metode dan media dakwah penting dilakukan sebagai upaya untuk memperkuat eksistensi dakwah di tengah perkembangan era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan *cyber physic system* dan *Internet of Things*. Keberadaan dan perkembangan media daring menjadi tantangan sekaligus peluang kegiatan dakwah di era disruptif. Penguatan *e-dakwah* atau dakwah dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi internet penting dilakukan untuk menyesuaikan diri terhadap tuntutan dan kebutuhan zaman. Tujuan tulisan ini untuk menawarkan sebuah model penguatan *e-dakwah* di era disruptif. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur. Hasil tulisan berupa model penguatan *e-dakwah* di era disruptif melalui implementasi tujuh standar literasi Media Islam Daring. Tujuh standar tersebut meliputi prinsip produksi berita online, etika distribusi berita, jaminan akurasi dan komitmen antihoaks, spirit amar makruf nahi munkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital, dan prinsip kemerdekaan pers. Kontribusi tulisan ini adalah model penguatan *e-dakwah* di era disruptif melalui implementasi tujuh standar literasi Media Islam Daring.

Kata Kunci: E-dakwah, Era Disruptif, Media Islam Daring, Standar Literasi.

Pendahuluan

Era disruptif pada dasarnya merupakan perubahan konsep dalam dunia teknologi yang dikenal dengan revolusi industri 4.0.¹ Berkembangnya *cyber physic system* dan IOT (*Internet of Things*) merupakan ciri dari revolusi industri 4.0. Hadirnya revolusi industri 4.0 menuntut manusia untuk cakap dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan informasi yang dikemas melalui media digital. Revolusi industri 4.0 juga menuntut manusia untuk melakukan penyesuaian diri dalam penggunaan teknologi. Kemampuan adaptasi dan adopsi terhadap teknologi dan inovasi baru merupakan keniscayaan dalam menghadapi era disruptif.

¹ Binov Handitya, "Peran Pendidikan dalam Membangun Moral Bangsa di Era Disrupsi," dalam *Seminar Nasional Jurusan Politik dan Kewarganegaraan*, ISBN: 978-602-71524-2-7, 2018, 41–52.

Era disruptif membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk juga dalam aktivitas dakwah Islam. Dalam kegiatan dakwah dibutuhkan media atau wasilah sebagai alat untuk menyampaikan materi dakwah. Munculnya revolusi industri 4.0 menjadi tantangan sekaligus peluang bagi dai dalam kegiatan dakwah. Dai dituntut mampu memanfaatkan media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada para *mad'uw* (objek dakwah)-nya, termasuk dakwah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi berupa internet.

Berdasarkan penggunaan teknologi, metode dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu dakwah konvensional, teledakwah, dan *e-dakwah*.² Dakwah konvensional atau dakwah *bi al-lisân* merupakan dakwah yang dilakukan dengan pertemuan secara langsung atau *face to face* antara dai dan *mad'uw*. Perkembangan selanjutnya berupa teledakwah, yaitu dakwah melalui teknologi komunikasi dan media massa seperti radio, televisi, dan media cetak. Setelahnya muncul *e-dakwah*, yaitu dakwah dengan bantuan internet. *New media* atau internet memberikan peluang besar bagi kegiatan dakwah dalam mendapatkan pasar (*mad'uw*). Hal ini karena internet memudahkan setiap orang untuk memperoleh informasi secara cepat dan *real time*.

Dakwah merupakan dorongan atau anjuran bagi manusia untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Di era revolusi industri 4.0, kegiatan dakwah Islam dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kebutuhan zaman. Penyesuaian diri terhadap aktivitas dakwah penting dilakukan untuk menghindari keterkejutan terhadap munculnya fenomena disrupsi sehingga dakwah Islam tetap relevan dan efektif. Salah satunya adalah dengan menggunakan *e-dakwah*. Adanya inovasi model dan media dakwah menjadi alternatif dalam mengemas materi dan pesan dakwah secara lebih kreatif dan inovatif, sehingga penyampaian pesan dakwah menjadi semakin menarik.

Muncul dan berkembangnya *e-dakwah* perlu dan penting untuk dijaga eksistensinya. Hal ini karena *cyberspace* atau dunia daring di internet menimbulkan sebuah realitas virtual yang kemudian membentuk komunitas virtual. Kenyataannya tidak semua komunitas virtual bertujuan untuk hal yang positif. Ada juga dari mereka yang

² Salam Yoga S, "Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif, dan Prospeknya," *Jurnal Al-Bayan* 22, No. 31 (2015): 56-70.

memang bertujuan untuk kejahatan yang dikenal dengan *cybercrime*. Eksistensi komunitas virtual yang positif harus lebih dikuatkan untuk menyaingi bahkan mengalahkan keberadaan *cybercrime*.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam bentuk media daring sebagai sarana dakwah telah berkembang dan tidak dapat terbendung. Oleh karena itu, para aktivis dakwah harus mampu mencermati perkembangan *e-dakwah* untuk melahirkan dai virtual yang mampu menyebarkan Islam sesuai perkembangan dan kebutuhan zaman. Hal ini karena Islam adalah ajaran yang selalu sesuai dengan kondisi zaman dan tempat.³ Di sisi lain, perkembangan *e-dakwah* juga harus diiringi dengan kemampuan literasi media daring dari para dai. Literasi media penting dilakukan sebagai upaya untuk menguatkan *e-dakwah* di era disruptif sehingga aktivitas dakwah tetap sesuai dengan koridor dan syariat Islam. Prinsip-prinsip dalam penyampaian materi dakwah secara daring harus menjadi perhatian bagi para dai virtual (dai media daring). Hal ini agar *e-dakwah* dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu mengubah *mad'uw* menjadi lebih baik secara kognitif, afektif, maupun perilakunya.

Penelitian tentang *e-dakwah* pernah dilakukan dengan fokus tentang *e-dakwah* dalam pesantren virtual. Hasilnya, bahwa *e-dakwah* melalui pesantren virtual merupakan hal yang sangat inovatif sehingga banyak pengguna yang mengunjungi atau menjadi anggota pesantren virtual. Selain itu, pesantren virtual menjadi agen layanan informasi keagamaan yang terbuka bagi semua masyarakat.⁴

Penelitian lain dilakukan dengan tema *e-dakwah* sebagai alternatif media dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-dakwah* memiliki beberapa manfaat, misalnya dakwah memiliki jangkauan yang lebih luas dan panjang, *e-dakwah* juga mampu menghadirkan wajah Islam yang benar, dan mengembangkan citra Islam.⁵ Lebih jauh, penelitian tentang dakwah melalui *new media* juga pernah dilakukan dengan topik media baru dan efek terhadap dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maraknya maklumat-maklumat Islam di media baru memberikan kesan terhadap dakwah terutama dalam aspek penerimaan pemahaman Islam yang berkaitan dengan akidah, ibadah,

³ Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online sebagai Sarana Dakwah," *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam* 1, No. 1 (2016): 1–8.

⁴ Rifa'i Akhmad, "E-Dakwah dalam Pesantren Virtual," *Millah* IX, No. 1 (2009): 35–50.

⁵ Agus Mulyanto, "E-Dakwah sebagai Alternatif Media Dakwah," *Kaunia* 2, No. 1 (2006): 1–17.

dan akhlak di kalangan pengguna internet.⁶ Sejalan dengan ketiga penelitian tersebut, penelitian ini berusaha untuk menggali lebih jauh tentang penguatan *e-dakwah* di era disruptif.

Artikel tentang penguatan *e-dakwah* di era disruptif ini penting ditulis sebagai salah satu upaya untuk mendukung kebijakan Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia tentang Tujuh Standar Literasi Media Islam Daring. Tulisan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji upaya penguatan *e-dakwah* yang dilakukan oleh Media Islam Daring di era disruptif. Data dalam tulisan ini diperoleh melalui dokumentasi dan *literature review*. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan kegiatan dakwah di media daring. *Literature review* dilakukan dengan menelaah dan mengkaji literatur yang berkaitan dengan kegiatan *e-dakwah* di era revolusi industri 4.0.

Setelah melakukan dokumentasi dan studi literatur, peneliti mengonstruksi pesan-pesan yang diperoleh dan memetakan bentuk penguatan *e-dakwah* di era disruptif. Teknik analisis data dilakukan berdasarkan teori Miles dan Huberman, yang terdiri dari tahapan reduksi data, displai data, dan konklusi data menurut interpretasi peneliti. Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi metode, ketelitian, dan perpanjangan pengamatan.

Konsep Dakwah

Kegiatan dakwah tidak hanya terbatas pada ceramah yang dilakukan penceramah kepada para jamaah di suatu majelis. Lebih dari itu, dakwah merupakan aktivitas untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Seruan ini perlu dan penting untuk disampaikan secara konsisten dan berkesinambungan. Umat Islam merupakan umat terbaik yang memiliki kewajiban untuk berdakwah (QS. Ali Imran [3]: 110).

Dakwah Islam adalah mengomunikasikan ajaran Islam, yang berarti mengajak dan memanggil umat manusia agar menganut ajaran Islam, memberi informasi mengenai amar makruf dan nahi mungkar, agar dapat tercapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat, serta terlaksananya ketentuan Allah.⁷ Dalam literatur lain disebutkan bahwa

⁶ Abd Hadi Borham, "Media Baharu dan Impak terhadap Dakwah," *Jurnal Sains Humanika* 10, No. 3–4 (2018): 51–60.

⁷ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013: 12).

dakwah pada hakikatnya melalui 3 fase yang terdiri dari penyampaian, pembentukan, dan pembinaan. Mengutip Muhammad Abu al-Futuh dalam *al-Madkhal ilâ 'Ilm al-Da'wah*, Icol Dianto menyebut bahwa dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia, akan tetapi juga mempraktikkannya (*thathbîq*) dalam realitas kehidupan.⁸

Konsep dakwah juga memiliki beberapa pengertian, di antaranya dakwah berarti *tablîgh*, *amar ma'rûf nahy munkar*, *tadzkirah*, serta *tabsyîr* dan *tandzîr*.⁹ *Tablîgh* berarti menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain dan lebih untuk pengenalan dasar tentang Islam. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Ma'idah [5] ayat 67:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ أَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang di turunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.”

Pemaknaan dakwah selanjutnya adalah *amar ma'rûf nahy munkar*, yang berarti bahwa berdakwah adalah menyeru kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Allah SWT berfirman dalam QS. Ali Imran [3]: 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Amar ma'rûf yang berarti memerintahkan kepada kebaikan tidak bisa dipisahkan dengan *nahy munkar* yang berarti mencegah dari kemungkaran atau perbuatan terlarang. *Ma'rûf* yang dimaksud

⁸ Icol Dianto, “Peranan Dakwah Dalam Proses Pengembangan Masyarakat Islam,” *Jurnal Hikmah* V, No. 1 (2018): 90–108.

⁹ Nasiri dkk, *Kapita Selektâ Dakwah*, ed. Muhammad Huda, Nuril dan Zamzani, Cetakan I, (Surabaya: Kopertais 4 Press, 2016), 6-9.

tentunya merupakan hal-hal yang sesuai dengan al-Qur'an, sedangkan *munkar* berarti yang bertentangan dengan al-Qur'an.

Makna dakwah yang ketiga adalah *tadzkirah* (peringatan). Dakwah bertujuan untuk memberi peringatan kepada sesama manusia agar menjaga diri, keluarga, dan juga umat manusia dari azab Allah. Allah SWT berfirman dalam QS. al-Ghasiyah [88] ayat 21, yang artinya: "Maka berilah peringatan, karena sesungguhnya kamu hanyalah orang yang memberi peringatan". Ayat ini memberikan penjelasan bahwa sejatinya setiap manusia adalah pemberi peringatan bagi orang-orang yang belum mendapat hidayah atau petunjuk dari Allah.

Dalam kaitannya dengan non-Muslim, dakwah dalam pengertian memberi peringatan tidak boleh dengan cara memaksa untuk memeluk Islam. Islam sangat menjunjung tinggi prinsip kebebasan dalam beragama. Tidak ada kewajiban dalam Islam untuk memaksa umat agama lain agar beriman kepada Allah. Umat Islam hanya diwajibkan untuk berdakwah sesuai yang digambarkan QS. 16: 125, yaitu dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan debat dengan cara yang baik. Perihal *mad'uw* menerima atau tidak dakwah itu adalah urusan Allah SWT. Hal tersebut juga dipraktikkan oleh Umar bin al-Khattab tatkala mengajak wanita Nasrani tua untuk memeluk Islam. Umar berkata: "masuklah ke dalam agama Islam, maka engkau akan selamat". Menanggapi ajakan itu, wanita tua tersebut enggan. Kemudian Umar membaca ayat: *Lâ ikrâha fî al-dîn*.¹⁰

Dakwah dalam arti *tabsyîr* berarti memberikan uraian keagamaan kepada orang lain yang isinya berupa berita gembira, seperti tentang janji Allah berupa pahala dan surga bagi orang yang selalu beriman dan beramal saleh. Sedangkan *tandzîr* adalah menyampaikan uraian keagamaan kepada orang lain yang isinya peringatan dan ancaman bagi orang yang melanggar syariat Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Saba' [34]: 28, yang artinya: "Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahu". *Tabsyîr* diberikan dengan tujuan untuk membesarkan hati dan memberikan semangat kepada manusia untuk selalu berbuat kebaikan. Sedangkan *tandzîr* diberikan dengan

¹⁰ Lihat Harda Armayanto, "Etika al-Qur'an terhadap Non-Muslim", *Tsaqafah*, Vol. 9 (2), November, 2013: 289-306. DOI: <http://dx.doi.org/10.21111/tsaqafah.v9i2.54>; Jalaluddin al-Suyuthi, *Al-Dur al-Mantsûr fî al-Tafsîr bi al-Ma'tsûr*, (Kairo: Markaz li al-Buḥûts wa al-Dirâsah al-'Arabiyah wa al-Islâmiyah, 2003), Jil. 3, 199.

harapan orang yang menerimanya tidak melakukan perbuatan dosa dan menghentikannya.

Dari berbagai pengertian dakwah dapat dipahami bahwa pada hakikatnya dakwah merupakan upaya menyeru, mengajak, mengundang, dan mendoakan orang lain agar memahami, meyakini, dan mengamalkan Islam, yang dilakukan dengan menggerakkan semua sumber daya sehingga terwujud kesejahteraan dan kebahagiaan di segala aspek kehidupan manusia, dunia dan akhirat. Dalam tujuan lebih lanjut, dakwah diproyeksikan sebagai cara menjadikan Islam sebagai sebuah peradaban yang membentuk tatanan kehidupan yang baik. Islam telah membawa konsep dan misi peradaban yang inheren dalam dirinya.¹¹ Oleh karena itu, dakwah juga merupakan upaya untuk membangun peradaban Islam.

E-Dakwah dan Literasi Media Daring

Kegiatan dakwah harus selalu memiliki inovasi dalam pengembangannya termasuk media yang harus digunakan, salah satunya penggunaan sarana dunia maya (*cybermedia*).¹² Hal ini sebagai upaya untuk menjawab tantangan dan tuntutan era disruptif, yaitu untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan. Kegiatan dakwah harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kebutuhan zaman. Dengan adanya inovasi dalam pelaksanaannya, diharapkan dakwah dapat diterima oleh berbagai kalangan karena sudah menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman yaitu penggunaan *cybermedia*. Di samping itu, dengan sarana dunia maya maka jangkauan dakwah juga dapat lebih luas.

E-dakwah merupakan kegiatan dakwah dengan bantuan teknologi informasi.¹³ Hal ini berarti kegiatan dakwah dilakukan secara daring, misalnya dakwah dalam bentuk tulisan yang dikenal dengan jurnalisme daring atau *cyber journalism*. Dakwah melalui media daring merupakan cara baru dalam dakwah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi berupa internet sehingga jangkauan

¹¹ Qosim Nursheha Dzulhadi, "Islam sebagai Agama dan Peradaban," *Tsaqafah* 11, No. 1 (2015): 151-168.

¹² Akhmad Rifa'i, "E-Dakwah dalam Pesantren Virtual," *Millah* IX, No. 1 (2009): 35-50.

¹³ Andy Dermawan, "Manajemen Dakwah Kontemporer di Kawasan Perkampungan (Studi pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul, DIY)," *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, No. 1 (2016): 1-17.

dakwah dapat lebih luas. Di era revolusi industri 4.0 yang dikenal dengan era disruptif ini *e-dakwah* merupakan upaya inovatif dalam dakwah agar tidak ketinggalan zaman.

E-dakwah yang merupakan salah satu bentuk jurnalisme daring memiliki kelebihan dan keunggulan jika dibandingkan dengan jurnalisme cetak.¹⁴ Di antara kelebihannya antara lain: pertama, *audience control*, di mana khalayak atau pembaca memiliki otoritas dalam memilih berita dan juga melakukan interpretasi konten berita. Kedua, *nonlienarity*, adalah bahwa berita yang satu dengan yang lainnya tidak terikat atau dengan kata lain berita berdiri sendiri. Ketiga, *storage and retrieval*, merupakan kemampuan berita untuk dapat diakses kembali karena sudah tersimpan secara daring. Konten yang pernah diunggah tidak akan hilang meskipun dalam waktu yang cukup lama, kecuali memang sudah dihapus oleh pemilik konten. Keempat, *unlimited space*, adalah ketidakterbatasan jumlah dan ruang layanan berita. Kelima, *immediacy*, berarti cepat dan langsung. Keenam, *multimedia capability*, yaitu pemberitaan dapat menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya. Ketujuh, *interactivity*, yaitu memungkinkan adanya partisipasi aktif dari pembaca.

Adanya inovasi model dakwah melalui media daring penting dan perlu untuk dibarengi dengan kemampuan literasi media daring. Hal ini karena literasi media merupakan kemampuan atau kecakapan yang dapat digunakan untuk menangkal efek negatif yang ditimbulkan oleh media daring pada khususnya. Literasi digital atau literasi media daring adalah ketertarikan, sikap, dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital dan internet untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat.¹⁵ Aktivitas *e-dakwah* harus dilandasi dengan kemampuan literasi media daring sehingga misi untuk berkomunikasi dengan *mad'uw* dapat tersampaikan dengan baik.

Melihat urgensi literasi media daring, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia menyusun standar literasi Media Islam Daring, yang terdiri dari tujuh standar, yaitu: prinsip produksi berita daring, etika distribusi berita,

¹⁴ Nasiri dkk, *Kapita Selekta Dakwah*, 178.

¹⁵ Juliana Kurniawati dan Siti Baroroh, "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu," *Jurnal Komunikator* 8, No. 2 (2016): 51–66.

jaminan akurasi dan komitmen antihoaks, spirit amar makruf nahi mungkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital, dan prinsip kemerdekaan pers.¹⁶ Standar tersebut disusun sebagai upaya untuk melakukan kontrol terhadap kualitas pemberitaan yang dilakukan oleh para Media Islam Daring. Hal ini juga sebagai upaya untuk meningkatkan kredibilitas Media Islam Daring serta melihat konsistensinya dalam melakukan dakwah amar makruf nahi mungkar di pusaran era disruptif.

Model Penguatan *E-Dakwah*

Untuk menemukan model *e-dakwah* yang dilakukan oleh Media Islam Daring, tulisan ini memulai dengan mengkaji tujuh standar literasi Media Islam Daring yang terdiri dari prinsip produksi berita daring, etika distribusi berita, jaminan akurasi dan komitmen antihoaks, spirit amar makruf nahi mungkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital, dan prinsip kemerdekaan pers.

Literasi media daring atau media digital merupakan kemampuan pengguna media digital untuk bersikap kritis dalam menggunakan setiap informasi yang mereka akses. Lebih jauh, literasi media digital atau media daring adalah kemauan untuk tidak hanya bersandar pada satu sumber informasi dengan satu perspektif.¹⁷ Pengguna media dalam konteks ini adalah para juru dakwah yang melakukan kegiatan dakwah melalui media daring. Para dai dalam *e-dakwah* disebut pengguna karena mereka memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi internet sebagai sarana menyebarkan pesan-pesan dakwahnya. Dalam memperkuat eksistensi *e-dakwah*, para juru dakwah harus mampu mengimplimentasikan tujuh standar literasi Media Islam Daring.

Standar pertama adalah prinsip produksi berita daring, yaitu pedoman yang ditetapkan dalam proses produksi berita melalui media daring. Prinsip produksi berita daring memiliki beberapa indikator, yaitu verifikasi (*tabayyun*), memeriksa kredibilitas narasumber dan memperbanyak komparasi sumber informasi, mematuhi kode etik jurnalistik, serta mencantumkan sumber berita. Verifikasi atau *tabayyun*

¹⁶ RI Kementrian Agama, "Pertemuan Awak Media Islam Sepakati 7 Standar Literasi Media Islam Online," 2017, <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/berita/pertemuan-awak-media-islam-sepakati-7-standar-literasi-media-islam-online>.

¹⁷ Puji Rianto, "Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media," *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, No. 2 (2016): 90–96.

merupakan langkah penting yang harus dipatuhi oleh media daring dalam produksi materi dakwah. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT QS. al-Nisa [4]: 94, yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu pergi (berperang) di jalan Allah, maka lakukanlah *tabayyun* (telitilah) dan janganlah kamu mengatakan kepada orang yang mengucapkan “salam” kepadamu: “Kamu bukan seorang Mukmin” (lalu kamu membunuhnya), dengan maksud mencari harta benda kehidupan di dunia, karena di sisi Allah ada harta yang banyak. Begitu jugalah keadaan kamu dahulu, lalu Allah menganugerahkan nikmat-Nya atas kamu, maka telitilah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Ketika mendapatkan informasi hendaklah mencari kejelasan hakikat dari suatu informasi dengan teliti, seksama dan hati-hati (tidak tergesa-gesa). Informasi yang disampaikan sebagai materi dakwah harus jelas kebenarannya dan bukan berita bohong atau hoaks. Jika materi dakwah yang disampaikan bersumber dari pernyataan orang lain, maka juga harus diperiksa kredibilitas narasumbernya, apakah merupakan orang yang dapat dipercaya atau tidak. Suatu kepribadian akan dapat dipercaya atau memiliki kredibilitas apabila ia secara konstan dan konsisten selalu menjaga ucapannya selaras dengan perilaku kesehariannya.

Dalam menyusun materi *e-dakwah*, seorang dai juga perlu membandingkan sumber informasi agar menjadi berimbang, sehingga validitas informasi yang disampaikan kepada objek dakwah menjadi valid dan dapat dipercaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa *crosscheck* sangat penting bagi penyedia berita dengan melacak sumber-sumber berita yang kredibel sebelum memberitakannya.¹⁸

Indikator lain dalam prinsip produksi berita daring adalah mematuhi kode etik jurnalistik. Terdapat enam prinsip kode etik jurnalistik yaitu kebenaran (*truthfulness*), kejelasan (*clarity*), pembelaan atas hak publik, tanggung jawab, standar pengumpulan dan penyiaran informasi, dan respek pada integritas sumber.¹⁹ Dalam menyusun pesan *e-dakwah*, seorang dai harus mematuhi kode etik jurnalistik media daring sehingga pesan dakwah yang disampaikan akurat dan

¹⁸ Iftitah Jafar, “Konsep Berita dalam al-Qur’an (Implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial)”, *Jurnal Jurnalisa* 3, No. 1 (2017): 1–15.

¹⁹ Iswandi Syahputra, *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik dalam Industri Televisi*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), 42-43.

tidak menyesatkan *mad'uw*. Untuk meningkatkan kepercayaan *mad'uw*, dai Media Islam Daring juga harus mencantumkan sumber informasi yang jelas, misalnya dalam bentuk tautan pranala yang bisa ditelusuri lebih lanjut.

Standar kedua dalam literasi Media Islam Daring adalah etika distribusi berita, yaitu memastikan bahwa informasi atau pesan dakwah yang disampaikan membawa manfaat dan tidak memicu fitnah. Indikatornya meliputi pemilihan dan pemilahan informasi, prinsip preventif, dan pemeliharaan ukhuwah. Memilih dan memilah informasi dalam konteks *e-dakwah* berarti memastikan akurasi pesan dakwah yang disampaikan, tidak semua informasi yang diterima langsung disebarkan. Prinsip preventif maksudnya adalah tidak menyampaikan pesan dakwah yang memicu perdebatan. Hal ini juga sebagai upaya untuk memelihara ukhuwah dengan tidak menyampaikan pesan dakwah yang provokatif, merendahkan, atau bahkan menghina orang ataupun kelompok lain. Etika tersebut juga sejalan dengan kode etik jurnalistik dalam al-Qur'an yang terdiri dari prinsip-prinsip *fairness*, *accuracy*, bebas bertanggung jawab, dan kritik konstruktif.²⁰

Standar ketiga adalah jaminan akurasi dan komitmen antihoaks. Media Islam Daring dituntut untuk mampu menjadi *role model* dalam menjamin kejujuran dan kebenaran informasi di era menjamurnya hoaks dan *hate speech*. *E-dakwah* dengan tujuan utamanya untuk amar makruf nahi mungkar harus mampu memberikan nasihat yang baik kepada para *mad'uw*nya. Jaminan akurasi dan komitmen antihoaks menjadi kekuatan bagi Media Islam Daring dalam melaksanakan *e-dakwah*, untuk menyaingi bahkan mengalahkan *cybercrime*.

Standar literasi yang keempat adalah spirit amar makruf nahi mungkar. Hal ini tentu sudah dimiliki oleh Media Islam Daring dalam kegiatan *e-dakwah*. Karena pada dasarnya tujuan dakwah Islam adalah untuk hal itu sebagaimana firman Allah QS. Ali Imran [3]: 104, yang artinya tersebut di atas.

Standar kelima adalah asas hikmah dalam dakwah, yaitu bersikap bijak dan penuh keteladanan. Media baru yang memiliki ciri interaktif dan spontan sangat rawan dalam menimbulkan gesekan dan perbedaan pendapat. Oleh karena itu, asas hikmah dalam menyeru kebajikan penting untuk dilakukan. Di samping itu, mengedepankan *positif thinking* dan iktikad baik di tengah menguatnya Islamophobia

²⁰ Heri Romli Pasrah, "Kode Etik Jurnalistik dan Kebebasan Pers dalam Perspektif Islam", *Jurnal Dakwah IX*, No. 2 (2008): 117–36.

juga menjadi hal penting. Jika materi dakwah melalui media daring menimbulkan perdebatan dan polemik, maka harus pula ditanggapi dengan cara yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan QS. al-Nahl [16]: 125, yang artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.”

Dalam konteks ini, dai harus mampu menggiring *mad'uwnya* untuk berbuat kebaikan dan menghindari kemungkaran dengan memilih cara terbaik. Juru dakwah harus jujur, kreatif, dan menarik, sehingga mampu memikat orang lain untuk mengikuti pesan dakwahnya. Gerakan dakwah di era disruptif tidak hanya menyuguhkan konten, tetapi metode dan media modern dengan menggunakan IT, sehingga menjangkau sasaran dakwah yang luas.²¹

Standar literasi yang keenam adalah prinsip dalam interaksi digital. Interaksi komunitas virtual yang dibentuk melalui *cyberspace* harus dijalankan dengan mengutamakan prinsip *ta'âwun* (saling menolong) dan saling menghormati. *Ta'âwun* dalam konteks saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Pesan *e-dakwah* harus mampu menggugah *mad'uw* untuk berbuat kebaikan. Pengaruh *cyberspace* terhadap kehidupan sosial setidaknya-tidaknya tampak pada tiga tingkat, yaitu tingkat individu, antarindividu, dan komunitas.²² Dalam konteks tulisan ini interaksi yang dimaksud adalah interaksi antarindividu, yaitu kelompok virtual yang berkembang di dalam *cyberspace* dalam bentuk *e-dakwah*, interaksi yang terjadi adalah antara dai media daring dengan para *mad'uwnya*.

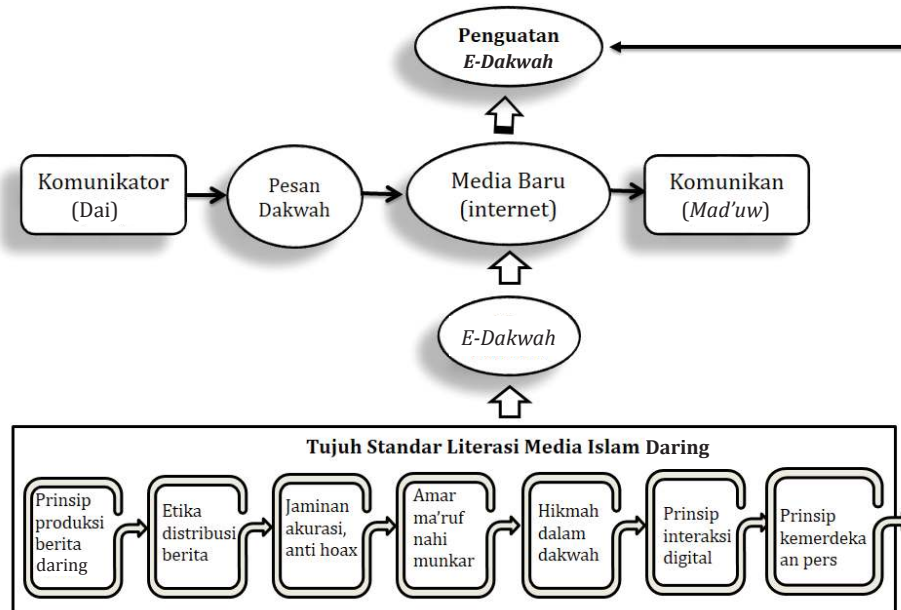
Standar terakhir adalah prinsip kemerdekaan pers. Indikator dari kebebasan pers adalah tanggung jawab dan halal. Hal ini mengandung pengertian bahwa juru dakwah media daring memiliki kebebasan dalam menyampaikan informasi dan pesan dakwah tetapi harus tetap bertanggung jawab. Di samping itu, situs *e-dakwah* harus dikelola dengan cara yang halal dan tayib dengan tujuan utama amar makruf nahi mungkar, bukan untuk memperoleh keuntungan secara materi berupa uang sebagai motif utamanya.

Berdasarkan keterangan di atas, penulis menemukan sebuah model penguatan *e-dakwah* di era disruptif sesuai standar literasi Media

²¹ waryono Abdul Ghafur, “Dakwah Bil-Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi Berdakwah di Masyarakat Baru,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 34, No. 2 (2014): 236–58.

²² Yasraf Amir Piliang, “Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial,” *Jurnal Sositologi* 27, No. 11 (2012): 143–56.

Islam Daring sebagaimana yang disajikan dalam gambar 1:



Gambar 1. Model penguatan *e-dakwah* sesuai standar literasi Media Islam Daring

Model penguatan *e-dakwah* yang diilustrasikan dalam gambar 1 memberikan informasi bahwa kegiatan dakwah dilakukan oleh dai sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan dakwah melalui media kepada *mad'uwnya* (komunikas). Tujuh standar literasi Media Islam Daring merupakan standar yang dapat diimplementasikan untuk memperkuat aktivitas *e-dakwah*, yaitu dakwah dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi berupa *new media* atau internet.

Penutup

Tulisan ini menemukan sebuah model penguatan *e-dakwah* di era disruptif melalui implementasi standar literasi Media Islam Daring. Penguatan *e-dakwah* melibatkan tujuh standar literasi Media Islam Daring yang terdiri dari prinsip produksi berita daring, etika distribusi berita, jaminan akurasi dan komitmen antihoaks, spirit amar makruf nahi mungkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital, dan prinsip kemerdekaan pers. Kontribusi artikel ini adalah model penguatan *e-dakwah* di era disruptif melalui implementasi standar literasi Media Islam Daring. Tulisan tentang efektivitas model penguatan *e-dakwah* di era disruptif melalui standar

literasi Media Islam Daring perlu dilakukan untuk mengukur apakah model penguatan yang ditawarkan dapat diimplementasikan dengan baik. Rekomendasi selanjutnya juga ditujukan bagi para juru dakwah media daring untuk melaksanakan standar literasi Media Islam Daring dalam kegiatan *e-dakwah* dan terus melakukan inovasi media dakwah untuk memperkuat eksistensinya di era disruptif.[]

Daftar Pustaka

- Akhmad, Rifa'i. "E-Dakwah dalam Pesantren Virtual." *Millah* IX, No. 1 (2009): 35–50.
- Armayanto, Harda. "Etika al-Qur'an terhadap Non-Muslim", *Tsaqafah* 9, No. 2 (2013): 289-306. DOI: <http://dx.doi.org/10.21111/tsaqafah.v9i2.54>.
- Borham, Abd Hadi. "Media Baharu dan Impak terhadap Dakwah." *Jurnal Sains Humanika* 10, No. 3–4 (2018): 51–60.
- Dermawan, Andy. "Manajemen Dakwah Kontemporer di Kawasan Perkampungan (Studi pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul, DIY)", *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, No. 1 (2016): 1–17.
- Dianto, Icol. "Peranan Dakwah dalam Proses Pengembangan Masyarakat Islam", *Jurnal Hikmah* V, No. 1 (2018): 90–108.
- Dzulhadi, Qosim Nursheha. "Islam sebagai Agama dan Peradaban." *Tsaqafah* 11, No. 1 (2015): 151–68.
- Ghafur, Waryono Abdul. "Dakwah Bil-Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi Berdakwah di Masyarakat Baru." *Jurnal Ilmu Dakwah* 34, No. 2 (2014): 236–58.
- Handitya, Binov. "Peran Pendidikan dalam Membangun Moral Bangsa di Era Disrupsi", dalam *Seminar Nasional Jurusan Politik Dan Kewarganegaraan*, ISBN: 978-602-71524-2-7, 41–52, 2018.
- Jafar, Iftitah. "Konsep Berita dalam al-Qur'an (Implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial)", *Jurnal Jurnalisa* 3, No. 1 (2017): 1–15.
- Kementrian Agama, RI. "Pertemuan Awak Media Islam Sepakati 7 Standar Literasi Media Islam Online," 2017. <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/berita/pertemuan-awak-media-islam-sepakati-7-standar-literasi-media-islam-online>.

- Kurniawati, Juliana., Siti Baroroh. "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu", *Jurnal Komunikator* 8, No. 2 (2016): 51–66.
- Mulyanto, Agus. "E-Dakwah Sebagai Alternatif Media Dakwah", *Kaunia* 2, No. 1 (2006): 1–17.
- Nasiri dkk. *Kapita Selekta Dakwah*. Edited by Muhammad Huda, Nuril dan Zamzani. Cetakan I. (Surabaya: Kopertais 4 Press, 2016)
- Pasrah, Heri Romli. "Kode Etik Jurnalistik dan Kebebasan Pers dalam Perspektif Islam", *Jurnal Dakwah* IX, No. 2 (2008): 117–36.
- Piliang, Yasraf Amir. "Mayarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi Dan Perubahan Sosial", *Jurnal Sositologi* 27, No. 11 (2012): 143–56.
- Rianto, Puji. "Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media", *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, No. 2 (2016): 90–96.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013)
- Al-Suyuthi, Jalaluddin. *Al-Dur al-Mantsûr fî al-Tafsîr bi al-Ma'tsûr*, (Kairo: Markaz li al-Buḥûts wa al-Dirâsah al-'Arabiyah wa al-Islâmiyah, 2003)
- Syahputra, Iswandi. *Jurnalistik Infotainment: Kanc̄ah Baru Jurnalistik dalam Industri Televisi*. (Yogyakarta: Pilar Media, 2006)
- Usman, Fadly. "Efektivitas Penggunaan Media Online sebagai Sarana Dakwah." *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 1, No. 1 (2016): 1–8.
- Yoga S, Salam. "Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif, dan Prospeknya." *Jurnal Al -Bayan* 22, No. 31 (2015): 56–70.