

PLURALISME MEDIA: EFEKTIVITAS PRAKTIK DAN TANTANGAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KONTEMPORER DI ERA DIGITAL

Siti Nurfadillah H T Aman
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
E-mail: sitinurfadillahaman@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang yang muncul di era pluralisme media serta strategi dakwah yang efektif di era pluralisme media pada masyarakat kontemporer. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Library Research atau Riset Kepustakaan, yang melibatkan analisis literatur yang relevan dengan fokus penelitian yang ditetapkan. Data primer dan sekunder diperoleh melalui penelitian pada jurnal-jurnal relevan yang menunjang hasil penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan menganalisis media serta nilai-nilai dakwah yang terkandung di dalamnya. Hasil Penelitian menunjukkan dengan tersedianya berbagai media, para pelaku dakwah tentu mendapatkan tantangan dan peluang. Tantangan praktik dakwah dalam ranah pluralisme media di era digital adalah adanya perbedaan pandangan dan keyakinan antara masyarakat yang diakui dan dihormati dalam Islam. Terdapat juga peluang praktik dakwah yang dapat dimanfaatkan. Salah satu peluang tersebut adalah melalui media online. Strategi dakwah yang efektif memerlukan pendekatan yang cermat dan terencana untuk mencapai tujuan dakwah.

Kata kunci: Pluralisme Media, Peluang dan Tantangan, Strategi Dakwah, Era Digital.

Abstract

This research aims to analyze the challenges and opportunities that arise in the era of media pluralism, as well as effective da'wah strategies in the era of media pluralism within contemporary society. This research uses the Library Research method, which involves the analysis of literature relevant to the established research focus. Primary and secondary data were obtained through research on relevant journals that support the research findings. The data collection method was carried out by gathering information and analyzing the media as well as the values of da'wah contained within it. The research results show that with the availability of various media, da'wah practitioners certainly face challenges and opportunities. The challenge of preaching practices in the realm of media pluralism in the digital era is the existence of differing views and beliefs among the community that are recognized and respected in Islam. There are also opportunities for da'wah practices that can be utilized. One of those opportunities is through online media. An effective da'wah strategy requires a careful and well-planned approach to achieve the goals of da'wah.

Keywords: *Media Pluralism, Opportunities and Challenges, Da'wah Strategies, Digital Era*

PENDAHULUAN

Agama dan media merupakan dua hal yang saling berkaitan erat dalam masyarakat kontemporer. Di era digital media memiliki peran penting dalam penyebaran informasi dan edukasi dalam hal apapun termasuk tentang agama, sehingga media dapat mempengaruhi praktik dakwah. Dengan adanya media dalam lingkup masyarakat di era digital telah membawa perubahan dalam pola pemikiran yang semakin maju. Media menjadi unsur yang tak terpisahkan dari proses komunikasi dalam konteks dakwah. Komunikasi memiliki peran dalam menggarap topik-topik dakwah di tengah masyarakat kontemporer. Fakta ini juga erat kaitannya dengan perkembangan media yang mempertimbangkan berbagai perkembangan dalam ranah dakwah.¹ Dalam konteks ke-Indonesiaan, dakwah dapat dianggap sebagai instrumen yang sangat penting dalam usaha merekonstruksi budaya masyarakat beragama.²

Marshall McLuhan, seorang ahli media, telah memprediksi perkembangan media internet saat ini sejak awal 1960-an. McLuhan membayangkan bahwa internet akan digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk perdagangan, kampanye politik, dan kehidupan informasi dan praktik keagamaan yang beragam. Namun, ada juga penolakan terhadap penggunaan internet untuk tujuan keagamaan, karena dianggap dapat mengancam norma-norma sosial dan otoritas pemimpin agama.³ Di masyarakat modern saat ini, media telah menjadi kebutuhan yang penting. Masyarakat menggunakan media untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan bahkan untuk belajar. Media telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, sehingga kebutuhan sehari-hari, gaya hidup, dan tingkah laku masyarakat pun telah disesuaikan dengan apa yang terjadi di media.⁴

¹ Sosio-Kultur Dan, "(Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Jurnalistik)" 1 (2013): 229.

² Samsudin Samsudin, "Dakwah Di Tengah Pluralitas Masyarakat," *Communicative: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 2, no. 1 (28 Juni 2021): 43.

³ "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah," *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (1 Maret 2018): 128, <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.

⁴ Dwi Wahyuni, "AGAMA SEBAGAI MEDIA DAN MEDIA SEBAGAI AGAMA," *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, dan Fenomena Agama* 18, no. 2 (30 Desember 2017): 89, <https://doi.org/10.19109/jia.v18i2.2368>.

Artikel dengan judul *Efektivitas Media Dakwah Feed Instagram Sebagai Konsep Dakwah Bagi Generasi Milenial Nusaibah Hikmah*. Menjelaskan bahwa media sosial merupakan aspek penting dalam berdakwah, kajian tentang penggunaan media sosial, khususnya *Instagram*, dalam konteks efektifitas dakwah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas lagi.⁵ Penelitian di atas sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh Rizal dkk, yang mengatakan bahwa media sosial dinilai sebagai media yang efektif dan berpengaruh dalam berdakwah. Hal ini karena media sosial dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam, serta mudah digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah.⁶ Menurut Masdul, media komunikasi yang beragam juga dapat memuat pesan-pesan dakwah menjadi lebih kreatif dan bermacam-macam. Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, hingga saat ini, belum ada penelitian yang membahas tentang efektifitas praktik dakwah pada masyarakat kontemporer dengan mengaitkan media dan agama.

Studi ini bertujuan untuk mengisi celah dari penelitian-penelitian sebelumnya yang belum membahas aspek media dan agama dalam efektifitas praktik dakwah pada masyarakat kontemporer dan perlu dieksplorasi untuk memahami sejauh mana media digital berperan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. Penelitian ini akan memaparkan bahwa media dan agama yang berfokus pada efektifitas praktik dakwah di tengah pluralisme media pada masyarakat kontemporer. Penelitian ini menjawab tiga pertanyaan utama; *pertama*, menjelaskan bagaimana konsep efektifitas praktik dakwah. *Kedua*, menganalisis model-model dakwah yang efektif pada masyarakat kontemporer. *Ketiga*, menemukan strategi dakwah yang efektif dalam era pluralisme media. Penelitian ini penting dilakukan karena era pluralisme media

⁵ “Efektivitas Media Dakwah Feed Instagram Sebagai Konsep Dakwah Bagi Generasi Milenial | Nusaibah | Hikmah,” diakses 31 Agustus 2023, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/view/5056/4703>; Tiste Putri Arini dan Ratih Hasanah Sudradjat, “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH: Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan_attaki,” *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 6, no. 2 (31 Mei 2023): 239–49, <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>.

⁶ Muh Rizal Masdul, Fatmah, dan Abdul Halik, “Efektivitas Dakwah Melalui Media Komunikasi Pada Masyarakat Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan:,” *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman* 18, no. 1 (17 Januari 2023): 47–51, <https://doi.org/10.56338/iqra.v18i1.3223>.

telah menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi praktik dakwah. Tantangan tersebut antara lain adalah banyaknya informasi dan konten yang beragam, serta persaingan yang ketat dari berbagai pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang yang muncul di era pluralisme media. Dalam era pluralisme media, masyarakat memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi dan media, termasuk media digital. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat di antara berbagai pihak, termasuk para praktisi dakwah. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu; *pertama*, bagaimana tantangan dan peluang praktik dakwah dalam ranah pluralisme media? *kedua*, bagaimana strategi dakwah efektif era pluralisme media? Dengan prinsip pluralisme, media memastikan otonomi dalam penyiaran dakwah secara independen serta memberikan kebebasan dalam berbagai aspek untuk mendukung penyiaran dakwah melalui beragam media dan kalangan yang dapat dijangkau. Namun dalam praktiknya, pluralisme media dalam dakwah juga menghadapi sejumlah tantangan, salah satunya adalah minimnya konten dakwah yang berkualitas.

LANDASAN TEORI

A. Pluralisme Media

Definisi pluralisme media telah mengalami perkembangan dan interpretasi yang beragam. Pluralisme media dapat diartikan sebagai representasi keragaman geografis, budaya, dan kelompok minoritas dalam media. Hal ini juga dapat diartikan sebagai fitur media publik yang menyediakan informasi plural demi kepentingan publik. Dalam konteks pemilu, pluralisme media penting untuk memastikan bahwa semua kandidat dan partai politik memiliki akses media yang setara dan adil.⁷ Pluralisme media menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari dalam masyarakat modern. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dari berbagai sumber.⁸

⁷ Elda Brogi, "The Media Pluralism Monitor: Conceptualizing Media Pluralism for the Online Environment," *El Profesional de La Información*, 4 November 2020, 2, <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.29>.

⁸ Dimitris Trimithiotis, "Why is the category of 'pluralism' insufficient to describe the media sphere?," text, <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main> (Nom de votre

Pluralisme media adalah kekayaan yang memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi dari berbagai sudut pandang.⁹ Pluralisme media merupakan hal yang penting untuk mewujudkan masyarakat yang demokratis, di mana masyarakat memiliki akses terhadap informasi yang beragam dan akurat. Maka dapat di artikan pluralisme media adalah sebuah konsep yang mengacu pada keberagaman kepemilikan, isi, dan akses media di suatu masyarakat. Pluralisme media penting untuk menciptakan masyarakat yang demokratis dan adil, karena memungkinkan berbagai kelompok masyarakat untuk menyampaikan suaranya dan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan.

Pluralisme media juga mencakup keberagaman jenis media yang ada. Media yang menganut pluralisme akan memberikan ruang bagi berbagai jenis media, seperti media cetak, media elektronik, dan media online, untuk berkontribusi dalam representasi informasi dan pendapat.¹⁰ Media yang pluralistik mencerminkan berbagai pandangan, sudut pandang, dan representasi budaya masyarakat, serta menawarkan berbagai bentuk interaksi dan penggunaan. Struktur ini tidak hanya melibatkan keberadaan banyak organisasi atau pemilik media, tetapi juga berbagai jenis kepemilikan (swasta, publik, sosial) dan pendanaan media (iklan, penjualan, hibah, dll.). Oleh karena itu, fungsi media di masyarakat juga beragam.¹¹ Dengan begitu, Pluralisme media penting untuk menciptakan masyarakat yang demokratis dan toleran karena media yang pluralistik memberikan ruang bagi berbagai pandangan, sudut pandang, dan representasi budaya masyarakat.

Pluralisme media merujuk pada struktur media yang menampilkan karakteristik berikut: (1) Terdiri dari sejumlah outlet media yang bersaing secara independen satu sama lain, tanpa dominasi pemilik pusat atau pengaruh lainnya. (2) Kepemilikan media diversifikasi dalam hal pandangan politik, pandangan budaya, dan kepentingan regional yang berbeda, meskipun ada tumpang tindih. (3) Mampu mengkomunikasikan informasi dan pendapat kepada seluruh lapisan masyarakat.

éditeur), 1, diakses 5 September 2023, <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=295>.

⁹ “Pengertian Pluralisme: Macam, Dampak dan Contoh,” *Deepublish Store* (blog), diakses 3 September 2023, <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-pluralisme-dan-contoh/>.

¹⁰ Hendra Kurnia Pulungan, “Pluralisme Dan Media,” t.t., 18.

¹¹ Beata Klimkiewicz dan Magdalena Wilk, “Pluralizm mediów a media wspólnotowe w Unii Europejskiej i Polsce,” *Zeszyty Prasoznawcze* 2018, no. Tom 61, Numer 4 (236) (12 Desember 2018): 716, <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.18.041.10399>.

(4) Mampu menyampaikan berbagai jenis informasi dan sudut pandang. (5) Dirancang untuk menggali informasi dari berbagai sumber.

B. Efektivitas Praktik Dakwah

Dakwah yang menyentuh aspek psikologis dan sosiologis masyarakat akan lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat.¹² Pesan dakwah adalah ekspresi dari tujuan dakwah, yang disampaikan melalui media tertentu. Pesan dakwah akan efektif jika sesuai dengan kebutuhan mad'u.¹³ Praktik dakwah yang paling efektif sejak dulu adalah dakwah bil hikmah yaitu merupakan metode yang efektif dengan menggunakan pendekatan yang lembut dan bijaksana. Pendekatan ini lebih mudah diterima dan dipahami oleh target (audiens), sehingga mampu membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran islam. Dakwah bil hikmah telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan pengalaman ajaran islam dari tahun ke tahun.

Dakwah ini juga terbukti dapat diterima oleh berbagai kalangan, sehingga dapat menjangkau target yang lebih luas, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Nove Kurniati Sari dan Dian Arif Noor Pratama¹⁴ dakwah bil hikmah adalah pendekatan dakwah yang mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan audiens, serta menggunakan cara yang tepat untuk menyampaikan pesan. Ada beberapa langkah untuk meningkatkan efektivitas praktik dakwah pada pluralistas media yaitu *pertama* kenali khalayak *kedua* menggunakan media yang tepat *ketiga* menyajikan pesan yang menarik

C. Model-model Praktik Dakwah

Dakwah di era kontemporer mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan sosial. Hal ini menuntut para dai untuk berinovasi dalam metode dakwahnya agar tetap relevan dengan masyarakat. Berdasarkan pengalaman pribadi dan umum, berikut adalah tipologi praktik dakwah di era kontemporer baik dari segi media maupun agama:

¹² SITI NURFADILLAH HT AMAN, "ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM BUKU "MAAF TUHAN, AKU HAMPIR MENYERAH"" (t.t.), 4.

¹³ AMAN, 16.

¹⁴ Nove Kurniati Sari dan Dian Arif Noor Pratama, "Implementasi Dakwah Bil-Hikmah Oleh Kyai Di Pesantren Hurrasul Aqidah Tarakan," *Borneo Journal of Islamic Education* 3, no. 1 (3 Mei 2023): 1–17, <https://doi.org/10.21093/bjie.v3i1.6230>.

1. Berdasarkan media

a. Dakwah digital

Dakwah digital adalah dakwah yang menggunakan media digital sebagai sarannya. Media digital yang sering digunakan untuk dakwah antara lain internet, media sosial, video, dan podcast. Dakwah digital memiliki kelebihan dalam hal jangkauan yang luas dan biaya yang relatif murah. Dakwah digital menjadi salah satu bentuk dakwah modern yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dakwah digital memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan dakwah konvensional antara lain: cakupan yang lebih luas tanpa dibatasi jarak dan waktu; efisien waktu dan biaya; dan kemudahan dalam mengakses informasi dakwah oleh masyarakat. Dakwah digital juga memiliki beberapa tantangan, antara lain: pesatnya perkembangan teknologi; bahaya hoaks dan ujaran kebencian; ketersediaan sumber daya manusia. Meskipun memiliki tantangan, dakwah digital memiliki potensi yang besar untuk menyebarkan nilai-nilai islam kepada masyarakat luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara bijak dan bertanggung jawab, dakwah digital dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman dan pengalaman ajaran islam.

b. Dakwah tradisional

Dakwah tradisional adalah dakwah yang menggunakan media konvensional sebagai sarannya. Media konvensional yang sering digunakan untuk dakwah antara lain ceramah, pengajian, dan dakwah langsung. Dakwah tradisional memiliki kelebihan dalam hal interaksi yang lebih personal dan dapat menjangkau masyarakat yang tidak memiliki akses ke media digital. Dakwah klasik (tradisional) adalah bentuk dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, dan nasihat. Metode ceramah ini sering dilakukan oleh para juru dakwah di majelis taklim, khutbah Jumat di masjid, atau pengajian.¹⁵ Sedangkan menurut Lestari dan Mariska, Dakwah tradisional adalah gaya dakwah yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kebudayaan dan kesenian untuk menyebarluaskan ajaran Islam. Gaya dakwah ini telah digunakan sejak zaman walisongo, di mana para wali menggunakan strategi persuasif dan pendekatan

¹⁵ Maimun Yusuf, "DAKWAH DALAM PERSPEKTIF KLASIK DAN KONTEMPORER," *At-Taujih: Bimbingan Dan Konseling Islam* 5, no. 2 (24 Desember 2022): 61, <https://doi.org/10.22373/taujih.v5i2.16110>.

budaya untuk menanamkan ajaran Islam kepada masyarakat pada saat itu. Mereka menggunakan seni dan budaya seperti wayang, gamelan, tembang, grebeg, dan sekaten sebagai media untuk berdakwah. Selain itu, dalam dakwah tradisional juga terdapat penggunaan kostum yang unik, dengan menggabungkan unsur Islami dalam pakaian adat yang dikenakan.¹⁶

2. Berdasarkan Agama

a. Dakwah Islam

Dakwah Islam adalah dakwah yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam. Dakwah Islam dapat dilakukan oleh siapa saja, baik oleh dai profesional maupun oleh masyarakat umum. Dakwah Islam bertujuan untuk mengarahkan perubahan menuju kualitas moral yang lebih baik. Lembaga keagamaan harus bersinergi untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap perubahan yang menyimpang dari nilai-nilai universal.¹⁷ Menurut Puteh, Strategi dakwah Islam yang diimplementasikan tidak bertujuan untuk menghalangi perubahan, karena perubahan merupakan proses yang tidak dapat dihentikan dengan kekuatan apapun.¹⁸ Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah Islam adalah suatu proses yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan mengarahkan perubahan menuju kualitas moral yang lebih baik. Dakwah Islam dapat dilakukan oleh siapa saja, baik oleh dai profesional maupun oleh masyarakat umum.

b. Dakwah lintas agama

Dakwah lintas agama adalah dakwah yang bertujuan untuk membangun toleransi dan perdamaian antarumat beragama. Dakwah lintas agama dapat dilakukan oleh tokoh agama dari berbagai agama. Dakwah lintas agama adalah upaya dakwah yang dilakukan oleh umat Islam kepada pihak non-Muslim dengan tujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dan membangun pemahaman yang saling menghormati antaragama. Dakwah lintas agama ini penting untuk memperluas jangkauan dakwah dan mempromosikan dialog antaragama yang

¹⁶ Siti Kris Fitriana Wahyu Lestari dan Lisa Zulia Mariska, "TRANSFORMASI GAYA DAKWAH TRADISIONAL KE ERA DIGITALISASI," *Journal Of Dakwah Management* 2, no. 01 (28 Maret 2023): 227.

¹⁷ Awaludin Pimay dan Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (30 Juni 2021): 53.

¹⁸ Pimay dan Savitri, 54.

harmonis.¹⁹ Pengembangan dakwah lintas agama merupakan salah satu alternatif untuk mengembangkan suasana masyarakat yang tercerahkan. Alternatif ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu komunitas dapat memelihara dan mengembangkan identitasnya jika tercipta kondisi yang terorganisir. Kondisi yang terorganisir ini kemudian memudahkan persatuan, kerja sama, dan pergerakan ke arah yang lebih produktif, baik antar sesama agama maupun dengan pemeluk agama lainnya.²⁰

Salah satu contoh dakwah di era kontemporer adalah dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Jafar al-Hadar melalui media sosial Youtube. Habib Husein aktif menyebarkan dakwah Islam dengan gaya dan ciri khasnya sendiri, dengan memilih jamaah digitalnya yang berupa anak muda dan membuat konten yang sesuai dengan gaya dan kebutuhan mereka.²¹ Pada dasarnya, praktik dakwah di era kontemporer haruslah adaptif terhadap perubahan sosial dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Dakwah juga harus dilakukan dengan cara yang santun dan bijaksana agar dapat diterima oleh masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada tantangan dan peluang praktik dakwah dalam ranah pluralisme media pada masyarakat di era digital, penelitian ini menggunakan metode penelitian Library Research atau Riset Kepustakaan, yang melibatkan analisis literatur yang relevan dengan fokus penelitian yang ditetapkan.²² dimana fokus pada penelitian ini ialah artikel dan jurnal yang membahas tentang peluang dan tantangan yang muncul di era pluralisme media dalam berdakwah, jurnal dan artikel yang peneliti ambil dari tahun 2022 sampai 2024 Penelitian ini mengadopsi

¹⁹ “PERAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI DALAM REVITALISASI MANAJEMEN MASJID DI WILAYAH BANYUWANGI | JURNAL MANAJEMEN DAKWAH,” 5, diakses 4 Oktober 2023, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/41-04>.

²⁰ Zalikha Zalikha, “MEMBANGUN PREDIKSI TERCERAHKAN TENTANG MASA DEPAN DAKWAH LINTAS AGAMA,” *Al Irsyad : Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 6, no. 1 (1 April 2015): 125, <https://doi.org/10.15548/jbki.v6i1.1062>.

²¹ Akhmad Roja Badrus Zaman, “KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH HABIB HUSEIN JAFAR AL-HADAR DI YOUTUBE: EKSPRESI KESALEHAN DAN WACANA BARU DALAM KONTESTASI KEAGAMAAN DI ERA KONTEMPORER,” *Sustainable Development*, t.t., 355.

²² Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 160.

pendekatan penelitian kualitatif dan melaksanakan jenis penelitian deskriptif analitis yang melibatkan analisis data tertulis untuk menguraikan informasi yang terhimpun dari subjek penelitian.²³ Data primer dan sekunder diperoleh melalui penelitian pada jurnal-jurnal yang relevan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan menganalisis media serta nilai-nilai dakwah yang terkandung di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tantangan Praktik Dakwah Dalam Ranah Pluralisme Media

Tantangan praktik dakwah dalam ranah pluralisme media adalah adanya perbedaan pandangan dan keyakinan antara masyarakat yang diakui dan dihormati dalam Islam. Islam mengakui pluralitas sebagai suatu keniscayaan dalam kehidupan manusia, dan perbedaan tersebut seharusnya dianggap sebagai rahmat.²⁴ Namun, dalam konteks pluralisme media, dakwah harus menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat yang memiliki beragam pandangan dan keyakinan. Dakwah juga perlu menghadapi tantangan dalam menggunakan media sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keagamaan. Di era pluralisme media, dakwah harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan media dengan bijaksana.²⁵ Tantangan dakwah Islam di era pluralisme media sangatlah signifikan. Beberapa tantangan tersebut antara lain:

1. Akses yang tidak merata: Pemanfaatan media digital masih belum merata di Indonesia. Hal ini menjadi tantangan bagi dakwah, karena dakwah yang dilakukan melalui media digital hanya akan menjangkau mereka yang memiliki akses ke media tersebut.
2. Maraknya konten-konten keagamaan yang provokatif di media digital menjadi tantangan bagi dakwah yang mengedepankan toleransi dan pluralisme. Konten-konten tersebut dapat menimbulkan perpecahan dan intoleransi di masyarakat.

²³ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

²⁴ Andy Dermawan, "Konsep dakwah perdamaian di era kontemporer," *HUMANIKA* 18, no. 2 (December 31, 2019): 101, <https://doi.org/10.21831/hum.v18i2.29237>.

²⁵ Dermawan, 94.

3. Perbedaan pemahaman keagamaan: Indonesia merupakan negara yang majemuk, dengan berbagai macam aliran dan kepercayaan. Perbedaan pemahaman keagamaan menjadi tantangan bagi dakwah yang mengedepankan pemahaman keagamaan yang inklusif.

B. Peluang Praktik Dakwah Dalam Ranah Pluralisme Media

Dalam ranah pluralisme media, terdapat peluang praktik dakwah yang dapat dimanfaatkan. Salah satu peluang tersebut adalah melalui media online. Dakwah melalui media online dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, sehingga dapat memperluas jangkauan dakwah.²⁶ Dalam konteks pluralitas media, praktik dakwah harus dipahami sebagai sebuah upaya untuk membangun peradaban yang sejahtera dan berkeadaban. Dakwah tidak hanya bertujuan untuk mengubah keyakinan seseorang, tetapi juga untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemajuan umat manusia. pluralisme media membuka peluang yang sangat besar bagi dakwah Islam untuk berkembang dan menjadi kekuatan pendorong bagi kemajuan peradaban dunia.²⁷ Dakwah juga harus berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan, yang mengakui bahwa semua manusia memiliki hak yang sama. Pluralisme media membuka peluang bagi umat Islam untuk mengembangkan praktik dakwah yang lebih luas dan efektif. Peluang-peluang tersebut antara lain:

1. Menjangkau khalayak yang luas: Media digital memiliki potensi untuk menjangkau khalayak yang luas, baik di dalam maupun luar negeri. Hal ini menjadi peluang bagi dakwah untuk menyebarkan ajaran Islam ke seluruh dunia.
2. Membangun dialog dan pemahaman: Media digital dapat menjadi sarana untuk membangun dialog dan pemahaman antarumat beragama. Hal ini menjadi peluang bagi dakwah untuk mempromosikan toleransi dan pluralisme.

²⁶ Muhamad Hizbullah, "Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0," *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (8 Agustus 2022): 72, <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.71-92>.

²⁷ Aris Saefulloh, "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (23 Januari 2014): 152, <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.

3. Meningkatkan kualitas dakwah: Media digital dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dakwah, dengan memanfaatkan berbagai macam fitur dan teknologi yang tersedia.

Untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang tersebut, dakwah dalam ranah pluralisme media perlu dilakukan dengan cara-cara yang kreatif dan inovatif. Dakwah harus dilakukan dengan cara yang santun dan mengedepankan toleransi, agar dapat diterima oleh berbagai kalangan.

C. Strategi Dakwah Efektif Era Pluralisme Media

Strategi dakwah yang efektif dalam era pluralisme media harus mampu menjangkau audiens secara luas dan beragam, sambari tetap menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif dan menarik. Penting juga untuk mendasarkan strategi ini pada nilai-nilai Islam yang mencerminkan rahmatan lil alamin dan mempromosikan toleransi serta kerukunan antarumat beragama. Salah satu strategi yang efektif yaitu memanfaatkan media massa dengan bijak. Media massa memiliki cakupan yang luas, dan dakwah melalui media ini bisa mencapai beragam lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, para dai dapat menggunakan berbagai media massa seperti media sosial, televisi, dan film untuk menyebarkan pesan dakwah. Selain itu, penggunaan bahasa yang mudah dipahami menjadi kunci. Dalam masyarakat pluralis, audiens memiliki beragam latar belakang pendidikan dan budaya. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan bahasa yang dapat dipahami oleh semua lapisan masyarakat tanpa penggunaan bahasa yang terlalu teknis atau formal.

Tetap menghindari ujaran kebencian atau diskriminasi terhadap kelompok agama lain juga merupakan strategi yang penting. Dalam era pluralisme media, informasi yang salah dan provokatif dapat menyebar dengan cepat. Oleh karena itu, para dai harus selalu berpegang pada nilai-nilai Islam yang mengedepankan rahmat dan menjauhi ujaran kebencian. Promosi toleransi dan kerukunan antarumat beragama adalah prinsip yang harus dipegang teguh dalam praktik dakwah. Dalam konteks media, dakwah harus menjadi sarana untuk membangun pemahaman yang lebih baik dan menghargai perbedaan antarumat beragama. Sebagai contoh praktik dakwah yang efektif dalam era pluralisme media, dai dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah yang relevan dan menciptakan program televisi atau film yang mengisahkan nilai-nilai Islam secara menarik dan

berkesan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, para dai dapat mencapai efektivitas yang lebih baik dalam praktik dakwah mereka dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang agama serta mempromosikan kerukunan antarumat beragama dalam masyarakat yang beragam. Dalam era pluralisme media, strategi dakwah yang efektif memerlukan pendekatan yang cermat dan terencana untuk mencapai tujuan dakwah. Berikut ini adalah beberapa strategi yang dapat dianggap efektif:

1. **Penguasaan Media:** Pemahaman yang mendalam tentang berbagai jenis media yang ada, termasuk media sosial, televisi, radio, dan cetak, sangat penting. Mempelajari cara media berfungsi dan bagaimana pesan dakwah dapat disampaikan melalui media-media ini adalah kunci untuk mencapai audiens yang lebih luas.
2. **Pesan yang Relevan:** Penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan relevan dengan konteks sosial, budaya, dan lingkungan audiens target. Pesan yang relevan lebih mungkin diterima dan dipahami oleh audiens.
3. **Keterlibatan Aktif:** Interaksi dan keterlibatan aktif dengan audiens adalah strategi penting. Melibatkan audiens dalam diskusi, pertanyaan, dan dialog dapat memperkuat pemahaman dan penerimaan pesan dakwah.
4. **Kredibilitas dan Etika:** Menjaga kredibilitas dalam dakwah sangat penting. Menyampaikan informasi yang benar, menjunjung tinggi etika dalam berkomunikasi, dan memberikan contoh perilaku yang baik adalah faktor penting dalam mendukung efektivitas dakwah.
5. **Kerja Sama Antar Kelompok:** Berkerjasama dengan kelompok atau individu lain yang memiliki tujuan serupa dapat memperluas jangkauan dan dampak dakwah. Kerja sama dengan organisasi atau individu non-agama yang mendukung nilai-nilai yang sama juga bisa efektif.
6. **Pemanfaatan Teknologi:** Menggunakan teknologi modern, seperti pembuatan video, podcast, situs web, dan platform media sosial, dapat membantu menyebarkan pesan dakwah secara lebih efektif kepada khalayak yang lebih luas.

7. Evaluasi dan Penyesuaian: Terus mengukur dampak dari strategi dakwah yang digunakan dan bersedia untuk menyesuaikan strategi berdasarkan hasil evaluasi. Ini memungkinkan perbaikan berkelanjutan dan peningkatan efektivitas dakwah.

Dalam situasi pluralisme media, penting untuk memahami bahwa setiap media memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda. Oleh karena itu, strategi dakwah harus disesuaikan dengan media dan audiens yang dituju untuk mencapai hasil yang optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran yang telah disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa era pluralisme media, dakwah Islam menghadapi tantangan signifikan terkait perbedaan pandangan keagamaan, maraknya konten provokatif, dan akses yang tidak merata terhadap media digital. Namun, pluralisme media juga menawarkan peluang besar untuk menjangkau audiens lebih luas, membangun dialog antarumat beragama, dan meningkatkan kualitas dakwah. Untuk menghadapi tantangan ini dan memanfaatkan peluang tersebut, strategi dakwah yang efektif harus berbasis pada nilai-nilai Islam yang mengedepankan toleransi, kerukunan, dan pemahaman antarumat beragama. Penguasaan berbagai media, penyampaian pesan yang relevan, keterlibatan aktif dengan audiens, serta menjaga kredibilitas dan etika dalam berkomunikasi adalah kunci keberhasilan dakwah di era ini.

Dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, kerja sama antar kelompok, dan evaluasi berkelanjutan, dakwah dapat terus berkembang dan menjadi sarana untuk mempromosikan kesejahteraan serta kemajuan umat manusia dalam masyarakat yang plural dalam era masyarakat kontemporer yang sangat terhubung melalui media, bijaksana dalam memanfaatkan pluralisme media memegang peranan sentral dalam meningkatkan efektivitas praktik dakwah. Dengan tersedianya berbagai media, para pelaku dakwah dapat mencapai berbagai jenis audiens dan berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif, sehingga pesan-pesan dakwah memiliki dampak yang lebih luas dan memengaruhi sejumlah besar individu. Pemahaman yang mendalam tentang media, penggunaan bahasa yang sesuai, upaya

untuk menghindari ujaran kebencian, dan mempromosikan toleransi antarumat beragama adalah strategi yang mendukung pencapaian tujuan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- AMAN, SITI NURFADILLAH HT. “ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM BUKU “MAAF TUHAN, AKU HAMPIR MENYERAH,”” n.d.
- Arini, Tiste Putri, and Ratih Hasanah Sudradjat. “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH: Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan_attaki.” *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 6, no. 2 (May 31, 2023): 239–49. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>.
- Brogi, Elda. “The Media Pluralism Monitor: Conceptualizing Media Pluralism for the Online Environment.” *El Profesional de La Información*, November 4, 2020, e290529. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.29>.
- Dan, Sosio-Kultur. “(Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Jurnalistik)” 1 (2013).
- Deepublish Store. “Pengertian Pluralisme: Macam, Dampak dan Contoh.” Accessed September 3, 2023. <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-pluralisme-dan-contoh/>.
- Dermawan, Andy. “Konsep dakwah perdamaian di era kontemporer.” *HUMANIKA* 18, no. 2 (December 31, 2019): 92–102. <https://doi.org/10.21831/hum.v18i2.29237>.
- “Efektivitas Media Dakwah Feed Instagram Sebagai Konsep Dakwah Bagi Generasi Milenial | Nusaibah | Hikmah.” Accessed August 31, 2023. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/view/5056/4703>.
- Klimkiewicz, Beata, and Magdalena Wilk. “Pluralizm mediów a media wspólnotowe w Unii Europejskiej i Polsce.” *Zeszyty Prasoznawcze* 2018, no. Tom 61, Numer 4 (236) (December 12, 2018): 715–29. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.18.041.10399>.
- Lestari, Siti Kris Fitriana Wahyu, and Lisa Zulia Mariska. “TRANSFORMASI GAYA DAKWAH TRADISIONAL KE ERA DIGITALISASI.” *Journal Of Dakwah Management* 2, no. 01 (March 28, 2023): 226–38.
- Masdul, Muh Rizal, Fatmah, and Abdul Halik. “Efektivitas Dakwah Melalui Media Komunikasi Pada Masyarakat Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan:” *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman* 18, no. 1 (January 17, 2023): 47–51. <https://doi.org/10.56338/iqra.v18i1.3223>.
- “Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah.” *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (March 1, 2018). <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Muhamad Hizbullah. “Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0.” *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (August 8, 2022): 71–92. <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.71-92>.
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- “PERAN KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BANYUWANGI DALAM REVITALISASI MANAJEMEN MASJID DI WILAYAH BANYUWANGI | JURNAL MANAJEMEN DAKWAH.” Accessed October 4, 2023. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/41-04>.
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. “Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (June 30, 2021): 43–55.
- Pulungan, Hendra Kurnia. “Pluralisme Dan Media,” n.d.
- Saeffulloh, Aris. “Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah.” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (January 23, 2014): 138. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.
- Samsudin, Samsudin. “Dakwah Di Tengah Pluralitas Masyarakat.” *Communicative : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 2, no. 1 (June 28, 2021): 38–51.
- Sari, Nove Kurniati, and Dian Arif Noor Pratama. “Implementasi Dakwah Bil-Hikmah Oleh Kyai Di Pesantren Hurrasul Aqidah Tarakan.” *Borneo Journal of Islamic Education* 3, no. 1 (May 3, 2023): 1–17. <https://doi.org/10.21093/bjie.v3i1.6230>.
- Trimithiotis, Dimitris. “Why is the category of ‘pluralism’ insufficient to describe the media sphere?” Text. <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main>. Nom de votre éditeur. Accessed September 5, 2023. <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=295>.
- Wahyuni, Dwi. “AGAMA SEBAGAI MEDIA DAN MEDIA SEBAGAI AGAMA.” *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, dan Fenomena Agama* 18, no. 2 (December 30, 2017). <https://doi.org/10.19109/jia.v18i2.2368>.
- Yusuf, Maimun. “DAKWAH DALAM PERSPEKTIF KLASIK DAN KONTEMPORER.” *At-Taujih : Bimbingan Dan Konseling Islam* 5, no. 2 (December 24, 2022): 56–67. <https://doi.org/10.22373/taujih.v5i2.16110>.
- Zalikha, Zalikha. “MEMBANGUN PREDIKSI TERCERAHKAN TENTANG MASA DEPAN DAKWAH LINTAS AGAMA.” *Al Irsyad : Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 6, no. 1 (April 1, 2015): 123–39. <https://doi.org/10.15548/jbki.v6i1.1062>.

Zaman, Akhmad Roja Badrus. “KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH HABIB HUSEIN JAFAR AL-HADAR DI YOUTUBE: EKSPRESI KESALEHAN DAN WACANA BARU DALAM KONTESTASI KEAGAMAAN DI ERA KONTEMPORER.” *Sustainable Development*, n.d..