

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. PERSPEKTIF AL-QUR'AN

Kholid Suhaemi¹, Iwan Kosasih^{2*}

¹²UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Corresponding*: warnasain62@gmail.com

Abstrak

Sebagai akibat dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menghantarkan pada sebuah masa yang dinamakan era revolusi industry 4.0. Hal ini sejalan dengan bermunculan berbagai hasil inovasi tentang media komunikasi dakwah yang mampu secara intens dan bertahan dalam mendobrak batas-batas geografis, politis maupun sosialis. Tujuan penelitian adalah mengungkap bagaimana komunikasi dakwah di masa revolusi industry 4.0. perspektif Al-Qur'an, baik metode, materi, sarana maupun tujuan dakwah. Hasil dari pembahasan mengungkapkan bahwa Kemajuan komunikasi dakwah sebagai akibat dari adanya keterkaitan globalisasi dan komunikasi dakwah yang lahir pada era industry 4.0 akan terus mengalami kemajuan dan perkembangan. Seorang muslim yang bertindak dalam komunitas modern diharapkan mampu mengikuti dan memanfaatkan perkembangan segala bidang tersebut tersebut dalam hal melakukan komunikasi dakwah, namun demikian sebagaimana telah dijelaskan bahwa komunikasi dakwah dalam hal materi, metode, sarana maupun tujuan harus tetap dalam corridor Al-Qur'an dan Al-Hadits yang merupakan sumber utama dalam Islam.

Kata kunci: Dakwah. Komunifikasi. Era revolusi industry 4.0. Al-Qur'an.

As a result of advances in science and technology, we have led to a period called the era of Industrial Revolution 4.0. This is in line with the emergence of various innovations regarding preaching communication media that are capable of intensely and persistently breaking down geographical, political, and socialist boundaries. The research aims to reveal how da'wah communication works during the Industrial Revolution 4.0. Al-Qur'an perspective, both methods, materials, means, and objectives of da'wah. The results of the discussion reveal that the progress of da'wah communication as a result of the link between globalization and da'wah communication which was born in the industrial era 4.0 will continue to experience progress and development. A Muslim who acts in a modern community is expected to be able to follow and utilize developments in all these fields in terms of carrying out da'wah communications, however, as has been explained, da'wah communication in terms of materials, methods, means and objectives must remain within the corridor of the Qur'an and Al-Hadith which is the main source in Islam.

Keywords: Da'wah. Communication. The era of industrial revolution 4.0. Al-Qur'an.

A. Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, terjadi lonjakan inovasi dalam media komunikasi dakwah yang mampu berhasil menembus batas geografis, sosial, dan politik dengan intensitas tinggi. Fenomena ini mencerminkan beberapa ciri dan karakteristik era revolusi industri 4.0. Momentum ini juga menjadi peluang bagi para dai sebagai komunikator untuk meningkatkan mutu dan kualitas komunikasi dakwah mereka.

Dakwah dapat diartikan sebagai kegiatan mengajak melalui bentuk lisan atau tulisan, sikap, dan tingkah laku secara sadar dan terencana, dengan tujuan mempengaruhi individu atau kelompok tertentu agar memahami, menyadari, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama tanpa unsur paksaan dari pihak manapun.¹ Komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau kelompok kepada individu atau kelompok lain, yang bersumber dari Al-Qur'an atau Al-Hadits, menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain agar lebih sesuai dengan ajaran Islam, baik melalui interaksi langsung maupun melalui media massa tertentu.²

Revolusi industri dapat dipahami sebagai masa internet dan teknologi. Revolusi industri 4.0. adalah masa dimana adanya penggabungan antara teknologi otomatis dengan adanya teknologi cyber. Secara ringkas, revolusi industri 4.0 menanamkan teknologi tingkat tinggi yang mampu menghubungkan antara lini dan antar bidang dalam kehidupan manusia.³ Bahkan disinyalir dalam beberapa bidang akibat dari revolusi industri ini fungsi dan pekerjaan manusia mampu digantikan oleh robot-robot yang diciptakan dengan kecerdasan-kecerdasan buatan. Revolusi industri juga dapat dipahami sebagai masa internet dan teknologi, bahkan saat ini tersedianya

¹ Selly L., Relevansi Dakwah dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Era Industri 4.0. *Journal of Community Development and Disaster Management*. Vol. 4. No. 1. 2022. 49-58.

² Wahyu Illahi, *Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 26.

³ A. Widodo & Fathurrahman, Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *Khabar. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 1 No.1. 2019. 50-64.

kompetensi bagi seorang uslim yang tidak mampu dan kurang biasa dalam menghafal ayat-ayat Al-qur'an menggunakan bahasa Arab langsung maka bisa dilakukan dengan berbagai alat canggih sebagai hasil dari perkembangan teknologi.

Terjadinya kemajuan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan saat ini berdampak pula pada berkembangnya berbagai alat teknologi canggih. Sehingga dengan demikian akan mengandung banyak manfaat, namun juga tidak sedikit mudharat yang ditimbulkan. Melalui berbagai media sosial, pesan dan materi dakwah dapat dengan langsung diterima dan dinikmati oleh masyarakat secara cepat dan efektif. Penyampaian dakwah melalui media sayangnya tanpa mengenal batas usia, tempat dan keadaan. Hal ini karena era ini mengharuskan masyarakat berdialetika dengan media sosial.⁴ Pemanfaatan media komunikasi dalam berdakwah pada saat ini haruslah diimbangi dengan kemampuan berdakwah secara personal da'i baik kemampuan dalam mengolah bahasa komunikasi, merancang strategi, dan pemilihan materi dakwah yang disyiarkan harus bersumberkan dari nash-nash hadits dan Al-Qur'an sebagai sumber utama hidup muslim. Sehingga dengan demikian teori dan materi dakwah dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien dan sesuai dengan tuntunan Allah dan rasul-Nya.

Retorika dakwah saat ini menurut Syamsudin dapat diamanati fenomena dan fakta nyata yang berada di sekitar lingkungan terdekat, sehingga dijadikan sebagai bahan dan materi dakwah yang disampaikan melalui media sosial, metode penyampaian secara unik dan menarik, sehingga bisa menjadi sebuah trending topik.⁵ Untuk mengatasi berbagai dampak negative yang ditimbulkan, ummat Islam harus berusaha menjaga dirinya dengan penguasaan ilmu pengetahuan agar selalu istiqomah dengan ajaran islam bersumber dari Al-qur'anul karim dan al-hadits atau as-sunnah. Dengan demikian, seorang dai harus mampu menginovasi cara-cara menyampaikan pesan komunikasi dalam

⁴ A. Widodo & Fathurrahman, *Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0*. Khabar..... h 64.

⁵ Syamsudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kharisma Utama, 2016), 87

dakwah secara secara berkesinambungan baik pada orang perorang maupun pada kelompok-kelompok tertentu, selektif menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dakwah, materi-materi dakwah harus selalu berpedoman pada al-qur'an maupun pada hadits nabi.

Hal ini sebagaimana difirmankan dalam “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS Al-Imran [3]: 104). Senada dengan ayat ini, nabi besar Muhammad perbah bersabda “Sampaikanlah dariku, walupoun hanya satu ayat (Allah)” (HR. Tirmidzi). Sehingga komunikasi dakwah yang dilakukan akan berhasil dengan mengikuti perkembangan media komunikasi, namun juga tetap berpedoman pada Al-Qur'anul karim dan haditsunnabi. Untuk itulah tulisan ini akan membahas tentang “Efektivitas Komunikasi Dakwah Pada Era Revolusi Industri 4.0. Perspektif Al-Qur'an”.

B. Metode

Penelitian ini merupakan jemis penelitian kepustakaan (*library reasearch*). Hal ini karena sumber-sumber data diambil dari berbagai referensi literatus dan ditelaah atau dikaji berdasarkan berbagai data literatus. Diawali dengan analisis berbagai konsep yang didapat dari berbagai sumber dan referensi yang berhubungan dengan permasalahan dan gagasan-gagasan dalam penelitian yang dilakukan. Kemudian setelah dianalisi dengan baik akan diambil kesimpulan sementara, kemudian direduksi dengan cara mengkaji temuan dengan perbandingan dengan temuan-temuan sebelumnya dan dilakukan pengkorelasiannya gagasan dengan berbagai konsep yang dibangun sebelum dilakuakn penerikan kesimpulan.

C. Result/ Hasil Temuan

1. Urgensi Komunikasi dalam Dakwah

Secara bahasa komunikasi dan dakwah merupakan kata terpisah dan mempunyai makna yang berbeda. Komunikasi diambil dari bahasa Inggris “*communication*”, kemudian juga diambil dari bahasa Latin “*communis*” artinya sama dengan makna kata “*commonico, communication* atau *communicare*” yang artinya “membuat sama”.⁶ Namun demikian istilah “*communis*” paling sering dan diyakini sebagai awal dan asal mula kata “komunikasi”. Hal ini karena dalam berkomunikasi suatu pikiran, makna dan pesan haruslah sama. Kemudian dalam makna sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, gagasan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), baik disampaikan melalui lisan maupun tulisan.

Para ahli berbeda pendapat menyampaikan makna komunikasi secara terminologis. Syaifurrahim misalnya menyampaikan pendapat bahwa komunikasi merupakan proses menyampaikan pesan pada orang lain agar isi pesan dapat dipahami dan dimengerti. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan penerima pesan (komunikan) dalam mencerna dan menjalankan perintah komunikasi yang dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya sebagai akibat dari dakwah yang dilakukan komunikator. Dengan komunikasi maka diperoleh kemudahan dalam memahami pesan dan dakwah dan mengerjakannya sesuai dengan informasi dan arahan awal yang diterima. Hal ini senada dengan pendapat bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian ide dan gagasan termasuk perasaan (komunikator) kepada orang lain (komunikan).⁷ Adapun dalam hal ini yang dimaksud adalah pikiran dalam bentuk gagasan, informasi maupun opini-opini baru dalam pikiran. Namun demikian komunikasi akan berhasil jika isi pikiran dan gagasan tersebut disampaikan dengan direncanakan dan disadari, namun sebaliknya pesan komunikasi akan gagal tersampaikan jika dilaksanakan tanpa control diri.

⁶ Rini F & Rafinita A. Urgensi Komunikasi Dakwah. *Jurnal Dawuh*. Vol. 1. No.1. Thn. 2020. 1-8.

⁷ Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 37.

Adapun kata “Dakwah” secara etimologis berasal dari bahasa Arab dengan pokok kata “*da’a-ya’u-dakwatan*” yang mempunyai kesamaan arti “*al-nida*” artinya memanggil ataupun menyeru.⁸ Dengan demikian dakwah dapat dikatakan sebagai perbuatan dalam hal mengajak, memanggil, menyeru, memohon, yang dilakukan oleh siapaun dan dilakukan tanpa memandang ras, suku, maupun warna kulit. Ataupun dapat dikatakan bahwa dakwah adalah kegiatan yang dididain dan dipolakan dalam ajaran Islam yang bertujuan untuk mengamalkan nilai-nilai syari’at, sehingga terciptanya masyarakat yang madani sesuai dengan syariat dan ajaran islam. Transformasi yang dimaksud kedalam seluruh aspek kehidupan manusia dengan tetpa memperhatikan potensi dan kecendrungan manusia sebagai insan yang berbudaya dan bertransformasi. Oleh karenanya, kegiatan dakwah dalam ajaran Islam menduduki tempat yang urgent karena kegiatan-kegiatan dakwah sejak zaman dulunya mempunyai peran dalam membentuk persepsi ummat dalam mengamalkan nilai-nilai dalam kehidupan.⁹ Dakwah harus dilakukan secara berkesinambungan, dilakukan semua orang sebagai seorang muslim, dijalankan secara konsisten kemudian bertujuan untuk melakukan perubahan pada setiap individu manusia baik yang mencakup perasaan, tingkah laku, pikiran sehingga mampu membawa keajaran Islam yang kaffah.

Secara istilah para fuqoha bermacam-macam mendefinisikan makna dakwah secara termilogis. Dalam buku “Komunikasi Dakwah,” Wahyu memberikan definisi komunikasi dakwah sebagai proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya. Sumber informasi berasal dari Al-Qur’an dan hadis, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain agar lebih

⁸ Sukayat, *Quantum Dakwah Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2019), 89.

⁹ Amin, S. M. *Ilmu dakwah*. (Bandung: Amzah, 2021),h. 113

sesuai dengan ajaran Islam. Komunikasi dakwah dapat dilakukan secara langsung melalui lisan atau tidak langsung melalui media.¹⁰

Sementara itu, menurut Nasaruddin, dakwah didefinisikan sebagai setiap usaha atau aktivitas, baik melalui lisan, tulisan, atau media lainnya, yang bersifat menyeru, mengajak, dan memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT. Upaya dakwah ini dilakukan sesuai dengan garis-garis akidah, syari'at, dan akhlak Islamiyyah.¹¹ Kegiatan-kegiatan dakwa saat ini sering kali dipahami sebagai upaya dalam memberikan alternatif solusi terhadap berbagai permasalahan hidup, baik dalam kaitannya permasalahan ubudiyah, muamaya, maupun ijtimaiyah.¹²

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka ada empat aktivitas yang harus diterapkan seorang da'i dalam berdakwah yaitu: Melakukan komunikasi nilai dan prinsip islam, baik lisan maupun tulisan, menjadi teladan dalam bertindak, mengingatkan orang lain dalam melaksanakan nilai-nilai kebenaran, dan berpartisipasi dalam harta maupun jiwa dalam menegakkan berbagai prinsip hidup. Sementara unsur-unsur dakwah meliputi da'i (pelaku), maddah (materi), Thariqoh (metode) wasilaah (sarana) serta ghayah (tujuan yang hendak dicapai), sehingga dakwah dilakukan dengan terencana sadar dan mempunyai tujuan yang jelas. Sementara konstruksi dakwah sendiri dipengaruhi oleh kualitas intraksi antara ideologi dan kreatifitas pendukung dakwah dalam menampakkan ideologi yang dimaksud sesuai dengan struktur dan pola kultur yang sedang berkembang.¹³

Berdasarkan pengertian Komunikasi dan pengertian dakwah. Maka pemahaman komunikasi dakwah adalah penyampaian pesan yang direncanakan oleh komunikator (*da'i*) kepada *mad'u* (komunikan) dengan

¹⁰ Wahyu Illahi, *Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 26

¹¹ Nasaruddin, *Teori dan Praktik Dakwah Iskamiah*, (Jakarta: Firma Data, 2015), 21.

¹² A. Rafiq, Urgensi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Era 4.0. *Indonesian Journal of Islamic Communication*. Vol. 1. No. 1. 2020. 1-21.

¹³ M. Aziz "Nitizen Journalism dan Tantangan Dakwah di Media Baru", *Jurnal Islamic Communication*. Vol. 1, No. 1, Tahun 2019. 121-140.

tujuan yang telah ditetapkan oleh komunikator. Hal ini sependapat dengan Wahyu yang menyatakan bahwa komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.¹⁴ Sehingga dengan demikian komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan dan informasi dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan mengimani, memahami, mengamalkan, menyebarluaskan dan akhirnya mempunyai keyakinan dalam membela ajaran islam.

Komunikasi dakwah adalah sebuah komunikasi yang melibatkan berbagai pesan dan aktor dalam berdakwah. Pesan-pesan dakwah yang dimaksud dapat berupa nilai ajaran Islam dan pengimplementasiannya dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai pesan dalam dakwah dapat disampaikan melalui media-media dakwah sehingga *mad'u* (komunikan/objek dakwah) mampu memahami dan menerjemahkan simbol-simbol pesan *da'i* (komunikator) dan mampu pula memberikan respon atau timbal balik, baik respon dengan lisan maupun dengan perubahan perbuatan.

2. Era Revolusi Industri 4.0.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan revolusi industri adalah perubahan radikal dalam usaha mencapai produksi dengan menggunakan mesin-mesin, baik untuk tenaga penggerak maupun untuk tenaga pemroses.¹⁵ Pada konteks revolusi industri dapat diterjemahkan proses yang terjadi sebenarnya adalah perubahan sosial dan kebudayaan yang berlangsung secara cepat dan menyangkut dasar kebutuhan pokok dengan keinginan masyarakat.

¹⁴ Wahyu Illahi, Komunikasi dalam Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 27.

¹⁵ KBBI. Online. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/revolusi%20industri>.

Konsep tentang revolusi industry merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Klaus Schwab yang merupakan ekonom asal Jerman dan penggagas World Economic Forum (WEF) yang menyatakan bahwa revolusi industry 4.0. secara fundamental dapat mengubah cara hidup, bekerja dan cara berhubungan antara satu dengan lainnya. Masa revolusi industri berlangsung secara bertahap dan saat ini memasuki era industri 4.0. perubahan era dari satu tahap ke tahap berikutnya mempunyai ciri dan karakteristik masing-masing, pada setiap fase memberikan perbedaan artikuatif dalam aspek kegunaannya. Pada fase pertama (1.0) ditandai dengan penemuan mesin dan meneitik beratkan pada mekanisme produksi. Pada fase ke dua (2.0) berciri khas produksi massal dan mempunyai integrasi pada quaility control. Fase ke tiga (3.0) berciri khas keseragaman massal dan bertumpu pada integritas komputerisasi. Sementara fase ke-empat (4.0) adalah fase yang menghadirkan digitalisasi dan secara otomatis akan memadukan jaringan interner dan manufaktur yang ada dan tersedia.

3. Efektifitas Komunikasi Dakwah era Revolusi Industri 4.0.

Perkembangan yang cepat dan padat dalam fase era revolusi industri 4.0. akan berdampak pada banyak bearmunculan berbagai kreatifitas dan inovasi dalam berbagai alat komunikasi, hanphone, televisi dan jaringan internet. Beragamaimacam kecanggihan alat-alat elektronik dan munculnya jaringan internet merupakan ciri khas dari era revolusi industri ini. Bahkan era ini dapat disebut sebagai era yang berkarakteristik perubahan proses produksi yang berlangsung cepat, tepat dan akurat.

Dakwah yang sedang terjadi pada era revolusi industry 4.0. mengikuti fenomena yang terjadi pada semua sector pada era ini. Masyarakat mau tidak mau harus peka terhadap sebuah teknologi. Meskipun tidak sedikit pada khalayak ramai yang masih buta dan belum melek digitalisasi.¹⁶ Dengan

¹⁶ Syamsuddin, A. B., & Agus, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2016, 7.

demikian perkembangan ini adalah momentum bagi para komunikator dan komunikandan agar mampu meningkatkan kualitas dan mutu komunikasi dakwah yang dilaksanakan. Pemanfaatan teknologi berupa alat-alat canggih masa sekarang diimbangi dengan kemampuan melakukan komunikasi dakwah yang efisien dan tertata dengan baik sebagai upaya menyampaikan pesan dakwah kepada komunikandan. Mengingat arus teknologi yang berkembang sangat cepat di era ini. Komunikasi dakwah dalam pelaksanaannya secara efektif dan efisien akan mampu menjadi filter dan sebagai pusat selektif informasi dalam berbagai informasi tentang Islam. Hal ini karena kehadiran era industri 4.0. tidak hanya akan mengubah tatanan nilai budaya dan norma yang berlaku di masyarakat, namun juga akan mampu mendorong munculnya berbagai gagasan baru dalam spritualitas keagamaan dan nilai-nilai dalam sosial budaya masyarakat saat ini.

Dakwah menjadi tonggak kemajuan peradaban Islam, kemajuan peradaban Islam itu juga ditandai dengan berkembang pesatnya komunikasi dakwah dan segala unsur pendukungnya. Faktanya kemajuan dalam komunikasi dakwah belum mampu menunjukkan keberhasilan dakwah yang cepat dan efektif, komunikasi dakwah masih jalan di tempat dan masih menggunakan cara-cara atau metode-metode lama, sehingga dakwah kurang bisa diterima dimasyarakat. Padahal komunikasi dakwah yang modern saat ini seharusnya mampu menjawab berbagai tantangan dakwah dimasa silam. Perkembangan teknologi informasi global di era revolusi industri 4.0, membuka banyak peluang dalam mengembangkan komunikasi dakwah, baik yang dilancarkan oleh individu maupun yang dilancarkan secara kolektif dalam bentukberbagai komunitas. Jika hal demikian dapat terealisasi maka seorang da'I dapat meangaktualisasikan dirinya ditengah-tengah kehidupan global dan modern

Kemajuan komunikasi dakwah sebagai akibat dari adanya keterkaitan globalisasi dan komunikasi dakwah yang lahir pada era industry 4.0 akan terus

mengalami kemajuan dan perkembangan. Seorang muslim yang hidup di alam modern harus dapat memanfaatkan hasil kemajuan teknologi secara up to date apalagi yang bertugas sebagai da'I dalam melakukan komunikasi dakwah yang dilakukan, namun demikian sebagaimana telah dijelaskan bahwa komunikasi dakwah dalam hal materi, metode, sarana maupun tujuan harus tetap sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Adapun aspek atau unsur-unsur dakwah yang dapat aplikasikan dalam memasuki era Industri 4.0. adalah sebagai berikut:

a. Materi Dakwah

Dalam kegiatan berdakwah, maka seorang da'I bertugas menyampaikan pesan-pesan atau materi dakwahnya. Adapun pesan atau materi dakwah dapat meliputi dua unsur pesan. Pertama, pesan Akidah yang terliput dalam enam rukun Iman yaitu; beriman kepada Allah, beriman kepada malaikat Allah, beriman kepada kitab-kitab Allah, beriman kepada rasul-rasul Allah, beriman kepada hari akhir dan beriman kepada qadha dan qadhar-Nya Allah. Kedua materi syari'ah yang meliputi: hal ihwal ibadah, tharah, salat, zakat, menunaikan haji dan bermu'amalah. Adapun bermu'amalah sendiri dapat meliputi; hukum perdata meliputi niaga, munkahat dan hukum mawaris, sementara hukum yang bersifat publik dapat meliputi hukum pidana, hukum negara, peperangan maupun perdamaian¹⁷ Sehingga dengan demikian materi dakwah adalah segala hal yang mencakup aktivitas keduaniaan untuk dipertanggung jawabkan di akherat. Materi dakwah dalam Islam harus tetpa mengacu pada Al-qur'an dan Al-hadits.

b. Metode Dakwah

Cara atau strategi tertentu yang digunakan oleh seorang da'I (komunikator) dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah atau materi dakwah kepada para mad'u (komunkan) dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh para da'I sebelumnya memulai dskwshnys. Hal demikian inilah yang

¹⁷ Wahyu Ilahii, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

dimaksud dengan metode dakwah. Metode dalam istilah ilmu komunikasi disebut dengan istilah "*approach*" adalah merupakan cara atau strategi yang digunakan oleh seorang komunikator untuk mencapai suatu tujuan.¹⁸ Secara jelas metode dalam Al-Qur'an disebutkan dalam surat An-Nahl: 125 yang artinya "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Qs. an-Nahl: 125).¹⁹ Berdasarkan ayat ini dakwah harus disampaikan dengan cara mengajak ke jalan Allah dengan lemah lembut, berdakwah dengan memberikan contoh yang baik, serta berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdebat dengan cara yang baik.

c. Media Dakwah

Alat atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan da'i kepada mad'u. berbagaimacam media dalam dakwah dapat berupa lisan, tulisan, lukisan maupun teladan. Sarana dakwah saat ini semakin canggih dan modern diantaranya televisi, jaringan internet dan lain sebagainya. Sehingga dengan demikian tidak ada alasan bagi seorang da'I dalam mengkomunikasikan pesan dakwahnya kepada mad'u (komunikasikan) dalam hal kesulitan sarana. Sehingga dengan cara tidak langsung para da'I di era modern ini harus mampu menguasai berbagai alat hasil teknologi sebagai penunjang dakwah yang dilakukan.

d. Tujuan Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah mengajak manusia untuk mengikuti petunjuk untuk mentauhidkan Allah, mengerjakan kebajikan (amal salaeh), meninggalkan yang munkar, dalam rangka mendapatkan kebahagiaan di dunia

¹⁸ Wahyu Ilahii, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 21.

¹⁹ Departemen Agama (DEAG) RI, Al-Qur'an dan Tafsirnya, jild. V, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 417.

dan di akhirat, hal inilah yang dinamakan tujuan dakwah. Dengan demikian tujuan dakwah adalah tercapainya kebahagiaan dunia dan akhirat dalam implementasi mencapai kualitas taqwa dan kualitas iman yang tinggi dalam diri seseorang. Hal demikian selaras dengan pendapat Asmuni dalam tulisan Selly, dkk., menyatakan bahwa tujuan umum dilakukan dakwah adalah mengejar manusia (bukan hanya ummat muslim saja) kepada jalan kebenaran hakiki yang diridhai Allah sehingga menjadikan kehidupannya bahagia dunia dan akhirat.²⁰

D. Diskusi

Dari keempat unsur di atas, kegagalan dakwah biasanya tergantung pada metode yang digunakan, metode dakwah yang digunakan sering dianggap hal yang tidak mengundon simpatik bahkan dianggap sebagai penghambat perkembangan modern bahkan sebagai sesuatu yang tidak logis dan tidak diterima akal pikiran sehat. Padahal sesuatu yang dianggap biasa namun mendapat sentuhan yang unik dan luar biasa akan berdampak pada hal yang laur biasa pada diri mad'u. oleh karenanya aktivitas dakwah memerlukan metode dan strategi agar dapat diterima oleh masyarakat sebagai mitra dakwah maupun objek dakwah, hal ini agar ajaran Islam dapat diterima dengan benar.²¹

Jika menilik secara historis proses komunikasi dakwah dari segi metode awalnya dilakukan dengan bentuk metode hafalan lisan, komunikasi dilakukan secara sembunyi-sembunyi, komunikasi dilanjutkan dengan para sahabat-sahabat terdekat hingga komunikasi dilakukan secara menyeluruh dan terbentuklah kekhalifatan Islam. Komunikasi juga pada awalnya dilakukan melalui media tulisan dalam lembaran-lembaran ataupun lempengan-lempengan, kemudian terkumpul dan hingga menjadi mushaf-mushaf Al-qur'an seperti sekarang ini. Sehingga dapat dikatakan bahwa kemajuan ilmu

²⁰ Selly Lestari, Relevansi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat di Era Industri 4.0. INSURI Ponorogo. doi: 10.37680/jcd.v4i1.1560 E-ISSN 2808-1390

²¹ Wahidin Saputra, pengantar Ilmu Dakwah, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), 358.

pengetahuan dan berbagai hasil teknologi pada era industry 4.0. bukanlah fenomena yang baru dalam dakwah Islam. Inilah sebagian dari cara islam mengikuti perkembangan dalam mengkomunikasikan pesan oleh da'i kepada mad'u. sehingga perkembangan era revolusi industry 4.0. ini memudahkan komunikasi dakwah yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi terbaru.

E. Penutup

Dari berbagai pembahasan di atas maka yang dimaksud dalam komunikasi dalam dakwah adalah komunikasi yang melibatkan berbagai aspek dalam dakwah, seperti materi (pesan dakwah), dai sebagai komunikator, media sebagai alat dan tujuan dalam berdakwah itu sendiri yaitu hal-hal yang berkaitan dengan nilai-nilai ajaran Islam dan implementasinya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kaitannya dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era industry 4.0. bukanlah fenomena yang baru dalam dakwah Islam, perkembangan. ini justru memudahkan komunikasi dakwah yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi terbaru dan terkini. Inilah sebagian dari cara Islam mengikuti perkembangan dalam mengkomunikasikan pesan oleh para da'i sebagai komunikator kepada komunikan (mad'u). Kemajuan berbagai cara komunikasi dalam berdakwah sebagai akibat dari adanya keterkaitan globalisasi dan komunikasi dakwah yang lahir pada era industry 4.0 akan terus mengalami kemajuan dan perkembangan. Seorang muslim sebagai anak manusia dalam kehidupan modern harus dapat mengikuti dan memanfaatkan perkembangan tersebut dalam hal melakukan komunikasi dakwah, namun demikian sebagaimana telah dijelaskan bahwa komunikasi dakwah dalam hal materi, metode, sarana maupun tujuan harus tetap sesuai dengan tuntunan Allah dalam Al-Qur'an dan bimbingan nabi dalam Al-Hadits.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. M. *Ilmu dakwah*. Bandung: Hamzah, 2021.
- Anton Widodo & Fathurrahman, Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2019. Vol. 1(1), 50–64
- Aziz, M. A. Netizen, Jurnalisme dan Tantangan dakwah di media baru. *Jurnal Islamic Communication*.2018. 3(2), 121–140
- Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012. jilid 5.
- Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas RI). KBBI. Online. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/revolusi%20industri>.
- Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qolam sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, Vol.9. No. 2. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/syiar/article/view/2551/pdf>.
- Hendra. *Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental*. JATI UNIK, Vol.1, No.2T. 2017.
- Kasali, Rhenald. *Disruption “Tak Ada yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup” Menghadapi Lawan-Lawan Tak Kelihatan dalam Peradaban Ube*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2017.
- Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond*, World Economic Forum, 2016, <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
- Nasaruddin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, Jakarta: Firma Data, 2015.
- Onong Uchayana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2017.
- Ramdhani, R. (2019, November). Dakwah Berbasis Budaya Lokal pada Masyarakat Suku Lembak Kota Bengkulu. *In Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication* (Vol. 1, No. 1, pp. 204-223).
- Rofiq, A. Urgensi Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Di Era Industry 4.0. *Indonesian Journal Of Islamic Communication*. 2020. 3(1), 1–21
- Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2009.

Selly Lestari, dkk. Relevansi Dakwah Peremberdayaan Masyarakat Di Era Industri 4.0: *Journal of Community Development and Disaster Management* | Vol. 4 No. 1 (2022). P-49-58

Selly Lestari, *Relevansi Dakwah Peremberdayaan Masyarakat Di Era Industri 4.0*. Published by INSURI Ponorogo. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0license. doi: 10.37680/jcd.v4i1.1560 E-ISSN 2808-1390

Sukayat, *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019, cet. ke-iv.

Syamsuddin, A. B., & Agus, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016.

Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Reoesdakarya, 2010.