

ELLYS LESTARI PAMBAYUN, DKK.

STUDI ISLAM DI ERA 4.0

dalam Perspektif

MULTIDISIPLIN

Editor: Muhammad Khoirul Anwar



STUDI ISLAM DI ERA 4.0 DALAM PERSPEKTIF MULTIDISIPLIN

Copyright © Yayasan Wakaf Darus-Sunnah
All rights reserved

Penulis:

Ellys Lestari Pambayun, Abd. Aziz, Aas Siti Solichah, Masroer Ch.Jb,
Desy Ayuningrum, Nurbaiti, Alfiyatul Azizah, Kerwanto,
Hamdan Firmansyah, Taufan Herdansyah Akbar, Ali Mutakin,
Helmi Yusuf, Otong Surasman, Khasnah Syaidah, Delfriana Ayu A.,
Ahmad 'Ubaydi Hasbillah, Muhammad Suaib Tahir, Abdul Jamil Wahab,
Erta Mahyudin, Imang Maulana, Muhammad Nurul Alim, Suryani,
Siti Marfu'ah, Septianis Afipah, Tri Niswati Utami, Fathkul Mubin,
Topikurohman, Agustriani Muyazanah, Wahab Nur Kadri

Editor:

Muhammad Khoirul Anwar

Layout dan Cover:

Ulin Nuha

Diterbitkan oleh:

Yayasan Wakaf Darus-Sunnah
Unit Penerbitan Maktabah Darus-Sunnah (Anggota IKAPI)
Jl. SD Inpres No. 11 Pisangan-Barat Ciputat
Tangerang Selatan Banten, Kode Pos 15441
Telp. (021) 290 475 54
Email: maktabah.darussunnah@yahoo.co.id

xviii + 452 halaman; 15,5 x 23 cm
ISBN 978-623-7197-25-6

Cetakan Pertama, Agustus 2022

Kami berkomitmen untuk menerbitkan buku keislaman dengan kualitas terbaik
serta memberikan kenyamanan kepada para pembaca.

Maka, apabila Anda menerima buku ini dalam keadaan rusak, hubungi:
(021) 290 475 54 atau akun FB dan instagram @maktabah_darussunnah

Daftar Isi

Kata Penerbit.....	v
Kata Editor.....	vii
Kata Sambutan.....	xi
Testimoni Pakar.....	xiii
• Deradikalisasi Makna <i>Khalifah</i> dalam al-Qur'an: Kajian Tafsir Esoterik	1
<i>Oleh: Kerwanto</i>	
• Harmoni Pernikahan dalam Perspektif Al-Qur'an.....	17
<i>Oleh: Aas Siti Sholichah</i>	
• Pandemi dan Pertahanan Mental Spiritual Perspektif Imam Qusyairi.....	35
<i>Oleh: Alfiyatul Azizah</i>	
• Perspektif al-Qur'an dalam Mengatasi Kecemasan.....	47
<i>Oleh: Desy Ayuningrum dan Nurbaiti</i>	
• Menggagas Filsafat Komunikasi Islam: Konsep dan Implementasi	63
<i>Oleh: Ellys Lestari Pambayun</i>	
• Islam di Era 4.0: Studi Tema Dakwah dalam Channel Youtube Oki Setiana Dewi Official	93
<i>Oleh: Masroer Ch Jb.</i>	
• Komunikasi Terapeutik Pada Bimrohis di RS Al Islam Bandung...	113
<i>Oleh: Agustriani Muyazanah dan Topikurohman</i>	
• Perkembangan Radio Streaming di Era 4.0	139
<i>Oleh: Imang Maulana</i>	
• Dakwah Masjid di Era 4.0: Rekonsepsi, Rejuvenasi, dan Revitalisasi	149
<i>Oleh: Wahab Nur Kadri</i>	
• Konsep Pengadilan, Hakim, dan Jual Beli dalam Naskah <i>Mir'at Al-Thullab fi Al-Tashil Ma'rifat Ahkâm Al-Syar'iyat Li Al- Malik Al- Wahhâb</i> , Karya Syekh Abdurra'uf Singkel: Suatu Kajian Filologi .	163
<i>Oleh: Helmi Yusuf</i>	
• Bisnis Online di Era Revolusi Industri 4.0 Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Warujaya Parung Bogor terhadap Praktik Jual Beli <i>Online</i> dengan Sistem <i>Pre-Order pada Online Shop</i>)	183
<i>Oleh: Ali Mutakin</i>	

- Penerapan Ekonomi Islam dalam Pengendalian Inflasi Dunia (Studi Komparatif di Negara Afrika Selatan, Nigeria, Sri Lanka, Jepang, Malaysia dan Indonesia)..... 199
Oleh: Hamdan Firmansyah
- Keamanan Organisasi Pengelola Zakat di Era 4.0 dalam Kajian Ayat dan Hadis Tematik227
Oleh: Muhammad Nurul Alim
- Transaksi *Go-Pay* Sebagai Sarana Pembayaran di Era 4.0 Menurut Perspektif Islam..... 243
Oleh: Suryani dan Siti Marfu'ah
- Pendidikan Karakter Keluarga Berbasis Takwa: Kajian Tafsir Tematik Terkait Ayat-Ayat Takwa..... 255
Oleh: Otong Surahman
- Mengembangkan Mutu Pembelajaran Bahasa Arab di Era 4.0 279
Oleh: Erta Mahyudin
- Manajemen Berbasis Budaya Religius dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru di MTs Negeri 12 Jakarta 301
Oleh: Fatkhul Mubin
- Pendidikan Remaja dalam Keluarga di Era 4.0 315
Oleh: Khasnah Syaidah
- Simplifikasi Ala Baha'i terhadap Ajaran Islam: Sejarah, Ajaran, dan Tujuan..... 343
Oleh: Muhammad Suaib Tahir
- Moderasi Beragama dalam Perspektif Tokoh Agama di Kabupaten Jombang 355
Oleh: Abdul Jamil Wahab
- Perempuan Islam dalam Hubungan Internasional..... 379
Oleh: Taufan Herdansyah Akbar dan Septianis Afipah
- Gambaran Efektifitas, Legalitas, dan Otoritas Periwiyatan Hadis di Media Sosial 387
Oleh: Ahmad 'Ubaydi Hasbillah
- Integrasi Harmonis Kesadaran Berketuhanan dan Kesadaran Bersosial Melalui Pemaknaan Semiotik Filosofis dalam Puisi Al-Jilani..... 409
Oleh: Abd Aziz
- Perempuan dan Menopause dalam Perspektif Islam..... 429
Oleh: Delfriana Ayu A
- Rancangan Tempat Wudu Ergonomi Lanjut Usia 441
Oleh: Tri Niswati Utami

Dakwah Masjid di Era 4.0: Rekonsepsi, Rejuvinasi, dan Revitalisasi

Wahab Nur Kadri

Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta

wahabnurkadri@ptiq.ac.id

A. PENDAHULUAN

Aktivitas dakwah tidak bisa lepas dari keberadaan dan fungsi masjid sebagai bagian dari pranata sosial masyarakat yang menjadi lambang kebesaran syiar Islam (Hariyati & Wahdiyati, 2019). Masjid memiliki potensi yang sangat strategis untuk membentuk sistem masyarakat yang ideal (Zaman, 2019). Ia menjadi tempat untuk membina dan mendidik manusia yang bertakwa serta menggerakkan potensi umat Islam untuk membentuk sumber daya manusia yang tangguh dan berkualitas (Rukmana, 2002).

Berkaca pada masa Rasulullah saw, masjid ditempatkan sebagai representasi dari masyarakat Islam saat periode Madinah (Pertwi, 2008). Masjid menjadi pusat peribadatan dan perdaban umat Islam di mana Rasulullah membina dan membentuk karakter para sahabat dan aspek-aspek lain termasuk politik, strategi perang, ekonomi, hukum, sosial dan budaya (Fuadi, 2019). Dengan berbagai fungsinya tersebut, dapat dikatakan masjid menjadi tempat untuk meningkatkan kualitas manusia, bukan hanya dalam *hablumminallah*, namun juga *hablumminannas*. Pembangunan masjid merupakan manifestasi dari sarana dakwah umat Islam, ia merefleksikan keimanan dan kehidupan masyarakat di sekitarnya (Darmawan & Marlin, 2021), sebagaimana Allah firmankan dalam Surah At-Taubah ayat 18:

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ
وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

"*Sesungguhnya yang (pantas) memakmurkan masjid-masjid Allah hanyalah orang yang beriman kepada Allah dan hari Akhir, mendirikan salat, menunaikan zakat, serta tidak takut (kepada siapa pun) selain Allah. Mereka itulah yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.*" (QS. At-Taubah: 18)

Memasuki era 4.0 ini, ada sebuah kekhawatiran tentang eksistensi masjid dalam arus gerakan dakwah. Dengan arus kemajuan teknologi yang begitu deras ditakutkan kegiatan dakwah yang ada di masjid semakin berkurang peminatnya, khususnya bagi para generasi milenial. Hal ini bukan berarti menunjukkan gairah generasi muslim milenial terhadap agama menurun. Nuriz (2019) mengatakan terdapat fenomena baru bahwa gairah beragama ternyata banyak juga didominasi generasi milenial. Hal ini banyak terjadi di kota-kota besar yang mengemas acara-acara kegamaan yang menarik minat anak muda, semisal di Kota Bandung dengan munculnya fenomena “Pemuda Hijrah”. Namun *ghirah* atau semangat generasi muda ini belum termediiasi dengan baik oleh aktivitas dakwah di masjid. Nuriz (2019) berpendapat, hal ini terjadi karena adanya “gap generasi” antara generasi tua dan generasi muda milenial. Karena keduanya memiliki perbedaan sosio-historis di masa muda yang pada gilirannya membentuk cara pandang yang berbeda satu sama lain. Generasi milenial menganggap bahwa aktivitas dakwah di masjid ini terlalu konvensional dan tema-tema dakwahnya tidak menyentuh persoalan mereka (Bamaualim et al., 2018). Karena pada dasarnya mereka lebih menyukai dakwah yang sifatnya lebih ringan, mudah dipahami, tidak bersifat propoganda serta kontekstual dengan persoalan dan semangat muda mereka.

Perkembangan zaman menuntut cara dakwah yang terus diperbarui tanpa henti. Oleh karena itu transformasi dan penyegeran paradigma dakwah jelas perlu dilakukan agar aktivitas dakwah di masjid mampu melakukan perubahan yang signifikan serta aktualisasinya tetap adaptif dan lebih mengena pada kehidupan bermasyarakat sehingga Islam tetap menjadi agama yang *sholih li kulli zaman wal makan*.

B. PEMBAHASAN

Konsep Baru Dakwah Masjid di Era 4.0

Keberhasilan sebuah dakwah sangat bergantung pada kemampuan seorang dai dalam memahami konstruk zaman dengan berbagai karakter dan problematikanya. Kejayaan dakwah para pendahulu dapat dikatakan karena mereka berhasil memahami karakter zamannya (Al-Rasyid, 2014). Tentunya era saat ini sangat berbeda dengan era dulu di mana saat ini revolusi informasi dan komunikasi melalui kemajuan sains dan teknologi berkembang sangat pesat. Problematika dan tantangan dakwah yang dihadapi pun lebih kompleks.

Berkaitan dengan dakwah di masjid, formula dakwah yang diterapkan para juru dakwah saat ini dirasa kurang efektif dan mengena pada kehidupan bermasyarakat. Safei (2016) menemukan lima problematika dalam aktivitas dakwah di lapangan sebagai berikut.

1. Para mubalig telah sukses menanamkan mental paternalistik di dada umat. Paternalistik bahwa seorang da'i dianggap sebagai orang yang mahatahu dan *mad'u*-nya adalah manusia yang belum dewasa dan perlu dikembangkan (Sutono & Suroso, 2009), lalu apa yang dikatakan oleh seorang dai adalah suatu kebenaran mutlak yang harus diterima oleh *mad'u*. Padahal belum tentu apa yang disampaikan oleh seorang dai itu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Akibat akhir dari itu semua adalah lahirnya umat yang hanya bisa manut, pasif dan menuntut.
2. Selama ini para mubalig lebih banyak memperlakukan umat sebagai mualaf. Tema-tema dakwah yang diangkat berputar di sekitar masalah iman, surga, neraka, dan tema-tema lain ketika awal permulaan Islam. Sementara persoalan-persoalan konkret yang dihadapi masyarakat terlupakan dan lewat begitu saja. Padahal jika kita berkaca pada masa dakwah Rasulullah, setelah hijrah fokus dakwah Rasulullah adalah pembinaan masyarakat yang menjadi permasalahan mereka saat itu seperti pembinaan di bidang ekonomi, sosial, keagamaan dan militer.
3. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan acap kali diulang-ulang. Hal ini menunjukkan manajemen dakwah yang buruk. Hal ini berlaku pula di masjid-masjid. Khutbah-khutbah dan kajian yang dilakukan di masjid selalu mengangkat tema yang sama. Padahal pengurus masjid dapat membuat silabus materi dakwah agar pesan-pesan yang disampaikan lebih terarah, sistematis, dan memiliki arah tujuan yang jelas.
4. Formula dakwah yang diterapkan cenderung kaku. Gaya ungkapan dan pesan yang disampaikan hanya dari sisi normative, sedangkan sisi aktualnya diabaikan. Hasilnya dakwah hanya menjadi sebuah propaganda tanpa perspektif yang jelas. (Safei, 2016, pp. vii-xi)

Memakmurkan masjid tidak bisa mengabaikan faktor manusianya. Dengan demikian, pengertian memakmurkan masjid berarti juga upaya membina jamaah agar memiliki kualitas hidup yang lebih baik. Pengertian memakmurkan masjid berkembang dari paradigma "jamaah memakmurkan masjid" menjadi "masjid memakmurkan jamaah". Keberadaan masjid di suatu tempat jangan sampai menjadi "beban" bagi masyarakat yang tinggal di sekitarnya. Program-program yang dikelola oleh pengurus masjid tidak boleh membebani jamaah yang tinggal di sekitar masjid seperti infak-infak yang ditarik dari jamaah untuk kegiatan-kegiatan yang sifatnya seremonial belaka. Masjid di Era Revolusi Industri 4.0 ini sudah saatnya memakmurkan jamaahnya dengan program-program yang betul-betul menyentuh kebutuhan jamaahnya baik secara material maupun nonmaterial seperti pemberdayaan ekonomi jamaah melalui koperasi, penyuluhan kesehatan jamaah, *workshop* manajemen kemasjidan, dan sebagainya (Untung, 2019).

Problematika dakwah yang berkembang seperti yang telah dipaparkan di atas dapat dikatakan berangkat dari prakonsepsi bahwa *mad'u* ditempatkan seperti gelas yang kosong yang harus diisi dan dituntun karena ke-daif-an dan potensi untuk bertindak jahil. Konsep dakwah seperti ini dianggap menghambat kreativitas dan hanya menjadi pengumpulan konseptual dan pengembangan proses dehumanisasi (Safei, 2016, pp. 68–69). Karena pada dasarnya dakwah bagian dari proses humanis dalam rangka kepentingan manusia itu sendiri (Bukhari, 2012). Dakwah dilakukan sebagai proses penyadaran yang berorientasi pada optimalisasi potensi dan nilai-nilai kemanusiaan yang ada dalam diri manusia (Mistariji, 2020).

Dakwah bukanlah aktivitas komunikasi satu arah yang tidak memedulikan kondisi *mad'u*, melainkan sebuah respons dari pengetahuan dan kondisi yang ada. Fakhrruroji (2017) mengatakan aktivitas dakwah yang terjadi saat ini melahirkan struktur baru di mana para dai menjadi bagian dari elite masyarakat, sementara para *mad'u* yang mereka seru berada pada lapisan bawah. Perkembangan dakwah lebih banyak menguntungkan dai daripada masyarakat yang diserunya. Hal seperti ini hanya akan melahirkan masyarakat yang paternalistik, skeptis, apatis, dan tidak bertanggung jawab atas masalah mereka sendiri.

Oleh karena itu perlu adanya konsepsi baru dakwah yang dapat membantu masyarakat agar mau berpikir dan bertindak untuk mengubah dirinya sendiri. Masjid sebagai salah satu sentral dari perangkat sosial masyarakat harus mampu membuat gerakan dakwah yang bukan hanya bersifat indoktrinasi, namun juga mampu menyadarkan masyarakat untuk melakukan perubahan, di mana masyarakat bukan lagi menjadi penonton tapi sebagai subjek perubahan dan dai hanya bertindak sebagai fasilitator.

Dakwah semestinya bersifat dialektis dan dialogis dengan objek dakwah yang dapat membangkitkan potensi serta pemahaman bahwa manusia diciptakan Allah dengan berbagai macam potensi untuk mengelola diri dan lingkungannya, sebagaimana firman Allah Swt dalam Surat Ar-Ra'd ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

“*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka.*” (QS. Ar-Ra'd: 11)

Konsep baru dakwah ini nampaknya sejalan dengan karakteristik masyarakat jejaring di era 4.0 ini di mana setiap individu dalam masyarakat jejaring dapat turut aktif dalam membentuk wacana (Nasrullah, 2017). Karakteristik utama dari masyarakat jejaring ini adalah bahwa khalayak

tidak dipandang lagi sebagai *consumers* atau *users*, tetapi dalam berbagai konteks khalayak juga bisa dilihat sebagai *producers* (Nasrullah, 2018, p. 102). Dan jika hal ini kita kontekstualisasikan pada aktivitas dakwah, maka masyarakat mempunyai kewenangan seperti para dai untuk berdakwah di mana saja dan kapan saja (Pimay & Savitri, 2021). Masyarakat tidak hanya mengonsumsi pesan-pesan dakwah, namun juga aktif memproduksi pesan-pesan dakwah yang kemudian disajikan dalam berbagai platform di jagat internet (Fakhruroji, 2017, p. 48).

Masjid sebagai pusat dakwah Islam harus cepat memahami perubahan serta struktur masyarakat yang semakin rumit di era 4.0 ini. Masjid harus dapat menjawab tantangan zaman. Persentuhan Islam dengan perkembangan teknologi informasi saat ini memungkinkan aktivitas dakwah dijalankan dengan formula yang baru terlebih aspek modernitas yang telah mengepung segala sisi kehidupan masyarakat. Dakwah harus teraktualisasikan dalam bentuk-bentuk yang paling relevan dan tepat sasaran dengan mempertimbangkan aspek kebutuhan masyarakat (Alim, 2020).

Rejunvenasi Peran Pemuda Milenial di Masjid

Pemuda dan masjid merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Hal ini tergambar dalam hadis Rasulullah saw dari Abu Hurairah:

سَبْعَةٌ يُظِلُّهُمُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فِي ظِلِّهِ يَوْمَ لَا ظِلَّ إِلَّا ظِلُّهُ إِمَامٌ عَادِلٌ وَشَابٌّ نَشَأَ فِي عِبَادَةِ اللَّهِ وَرَجُلٌ ذَكَرَ اللَّهَ فِي خَلَاءٍ فَفَاضَتْ عَيْنَاهُ وَرَجُلٌ مَعَلَّقٌ فِي الْمَسْجِدِ وَرَجُلَانِ تَحَابَّا فِي اللَّهِ وَرَجُلٌ دَعَتْهُ امْرَأَةٌ ذَاتُ مَنْصِبٍ وَجَمَالٍ إِلَى نَفْسِهَا قَالَ إِيَّيْ أَخَافُ اللَّهُ وَرَجُلٌ تَصَدَّقَ بِصَدَقَةٍ فَأَخْفَاهَا حَتَّى لَا تَعْلَمَ شِمَالَهُ مَا صَنَعَتْ يَمِينُهُ (رواه البخاري ومسلم)

“Ada tujuh golongan manusia yang akan dinaungi oleh Allâh dibawah naungan ‘Arsynya pada hari tidak ada naungan selain naungan Allâh Azza wa Jalla (yaitu) : imam yang adil; Pemuda yang tumbuh dalam ibadah kepada Allâh Azza wa Jalla ; Seorang laki-laki yang mengingat Allâh dalam kesunyian (kesendirian) kemudian dia menangis (karena takut kepada adzab Allâh); Seorang laki-laki yang hatinya selalu bergantung dengan masjid-masjid Allâh; Dua orang yang saling mencintai, mereka berkumpul dan berpisah karena Allâh Azza wa Jalla ; Dan seorang laki-laki yang diajak berzina oleh seorang perempuan yang memiliki kedudukan dan cantik akan tetapi dia menolak dan berkata, ‘Sesungguhnya aku taku kepada Allâh.’ Dan seorang laki-laki yang bersedekah dengan sesuatu yang ia sembunyikan, sampai-sampai tangan kirinya tidak

mengetahui apa yang diinfakkan oleh tangan kanannya.” [HR. Al-Bukhâri dan Muslim]

Dari hadis di atas, kita dapat menggambarkan potensi seorang pemuda untuk memakmurkan masjid. Tidak dapat dimungkiri dalam sejarah awal dakwah Islam saat di Makkah, peran pemuda dalam membantu dakwah Rasulullah saw tidak dapat dipandang sebelah mata. Bahkan periode dakwah Islam di Madinah pun dimulai dengan Islamnya 12 pemuda Yastrib dan berbaiat kepada Rasulullah saw pada peristiwa Baiat Aqabah. Hal ini terjadi karena karakteristik pemuda yang lebih rasional dan lebih bisa menerima nilai-nilai revolusioner dan perubahan.

Kurangnya partisipasi dari masyarakat khususnya generasi muda milenial di sebagian besar masjid karena kegiatan-kegiatan masjid terkesan monoton dan membosankan. Kepengurusan masjid saat ini didominasi oleh generasi tua yang kurang inovatif, produktif dan energik (Untung, 2019). Akibatnya program-program yang dijalankan tidak memberikan nilai inovasi dan menginspirasi jamaah. Para pemuda yang kreatif dan inovatif masih jarang memiliki peran dalam struktur kepengurusan masjid. Dalam penelitian CSRC UIN Jakarta bekerja sama dengan PPIM mengungkapkan bahwa program-program masjid untuk generasi muda masih jarang ditemukan kecuali program mengaji (TPA atau TPQ) bagi anak-anak usia dini (Nuriz, 2019).

Berdasarkan permasalahan di atas, tentu masjid beserta perangkatnya harus menemukan program-program yang inovatif agar dapat menjadi penghubung antara generasi tua dan generasi muda milenial saat ini. Beberapa masjid di kota-kota besar Indonesia tampaknya telah menyadari peran penting pemuda dalam kemakmuran masjid, sehingga program-program yang dijalankan pun dapat menarik minat anak-anak muda. Program-program ini dapat menjadi *role model* bagi pengembangan program kepemudaan di masjid lainnya.

Anam (2019) dalam penelitiannya tentang program kemakmuran masjid pada masyarakat urban menemukan salah satu program menarik yang bernama Sahabat Masjid yang dicetuskan oleh Masjid Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Pada tahun 2018 program sahabat masjid ini memfokuskan diri kepada pelayanan pemuda di mana bentuk kegiatan dalam program tersebut adalah “malam minggu di masjid”. Kegiatan tersebut diisi dengan kajian Islam yang bertemakan fikih pemuda yang membahas permasalahan-permasalahan seputar pemuda seperti haid, hubungan lawan jenis, pernikahan, dan lain-lain. Kegiatan ini dilakukan setelah salat magrib sampai pukul 08.00 malam. Kemudian diteruskan dengan menonton film sejarah dengan tujuan agar pemuda dapat menemukan kembali esensi dan nilai-nilai positif dari kemerdekaan Indonesia. Saat tengah malam mereka akan di ajak untuk muhasabah dengan menjalankan salat tahajud berjamaah dan setelahnya mengikuti

salat subuh berjamaah. Kegiatan ini kemudian ditutup dengan senam bersama di pagi harinya. Bentuk kegiatan pemuda Sahabat Masjid tersebut mendapatkan apresiasi yang sangat baik oleh masyarakat, khususnya di kalangan pemuda.

Program kreatif lainnya diadakan oleh Remaja Masjid Bintaro Jaya (Reminsya), yaitu Kantin Pintar yang menjadi tempat nongkrong anak-anak muda. Program ini selain menambah pemasukan kas masjid, juga sebagai pengikat antaranak muda dan masjid. Program lainnya yang diadakan oleh Reminsya adalah *talk show* bersama artis dengan mengundang sejumlah artis Tanah Air seperti Teungku Wisnu, Dewi Sandra, Tomi Kurniawan yang membahas soal-soal keagamaan bersama anak-anak muda di sekitar masjid (PPIM & CSRC UIN, 2019).

Di tempat berbeda, Masjid Agung Sunda Kelapa juga memiliki organisasi remaja masjid yang dinamakan Riska (Remaja Masjid Sunda Kelapa). Organisasi ini memiliki semboyan “Muda Gaul dan Berkarya” dan mendefinisikan diri sebagai organisasi pemuda progresif yang datang untuk mempelajari Islam dan mengeksplor hobi-hobinya dalam bidang seni, olahraga, jurnalistik, kesehatan, dan aktivitas sosial (PPIM & CSRC UIN, 2019).

Beberapa program yang dimiliki oleh remaja masjid ini antara lain SDTNI, Studi Dasar Terpadu Nilai Islam. Program ini merupakan kajian setiap minggu selama empat bulan bagi anak-anak muda yang datang dari berbagai kalangan di sekitar Jakarta. Terdapat juga BMAQ, Bimbingan Mahir Baca Al-Qur’an. Program ini diadakan bagi anak muda yang ingin meningkatkan kemampuan membaca Al-Qur’an yang dibuat seperti sekolah dengan sistem kelas. Selain itu juga terdapat program Riska Peduli, sebuah kegiatan sosial untuk menyantuni anak-anak yang kurang mampu atau bagi korban bencana alam. Ditemukan juga banyak program pengembangan minat dan bakat bagi anak-anak muda di sekitar masjid seperti olahraga memanah, kursus memasak, *outing class*, bela diri, *vocal class*, menjahit. Selain itu semua, remaja masjid ini mampu menginspirasi remaja masjid lain dengan mengundang rekan-rekan sesama pemuda masjid dalam acara *Muslim Youth Night*, yakni acara pengajian yang disisipi kegiatan semacam *workshop* dan training fotografi (Nuriz, 2019).

Selain program dakwah, hal yang perlu diperhatikan tentang dakwah masjid adalah penggunaan teknologi dan media. Perkembangan zaman sudah mengharuskan masyarakat untuk berdialektika dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial (Widodo & Fathurohman, 2019). Kaum muda muslim milenial memiliki hubungan yang sangat dekat dengan era digital. Bahkan mereka adalah *digital native* yang hidupnya sangat susah untuk terlepas dari internet. Media sosial bagi generasi milenial menjadi sahabat sekaligus tempat bertanya bagi anak muda muslim dalam belajar agama. Tokoh

agama yang *digital friendly* lebih mudah untuk diterima karena mereka dapat mengakses secara mudah di mana pun dan kapan pun mereka menginginkan (Nuriz, 2019). Dari data yang ditemukan oleh CSRC UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di 18 kabupaten dan kota di Indonesia, disebutkan bahwa kehadiran media sosial telah mereduksi peran pendidikan agama dalam keluarga serta di lembaga pendidikan dan organisasi (Bamaualim et al., 2018).

Di era milenial ini, sudah saatnya merejuvenasi kepengurusan masjid dengan melibatkan peran pemuda secara terpadu dan simultan di beberapa titik vital kepengurusan masjid. Jika tidak segera dilakukan, ditakutkan aktivitas dakwah Islam di masjid tidak akan pernah mengalami perkembangan dan sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan sehingga masjid hanya menjadi sebuah simbol ritual keagamaan. Rasulullah saw bersabda:

إِذَا صُيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَتْ كَيْفَ إِصَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا
أَسْنَدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ

"Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi." Ada seorang sahabat bertanya; 'bagaimana maksud amanat disia-siakan?' Nabi menjawab; 'Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu.'" (HR Bukhari)

Generasi pemuda milenial saat ini lebih memahami karakteristik, kebutuhan masyarakat serta penggunaan teknologi media di era ini. Dengan peran aktif mereka, diharapkan aktivitas dakwah Islam khususnya di masjid mampu mengatasi berbagai problematika dakwah yang dihadapi saat ini.

Revitalisasi Media Digital pada Dakwah Masjid di Era 4.0

Perkembangan teknologi media komunikasi dan informasi yang kita sebut dengan media baru telah membuka kesadaran baru umat manusia terhadap bidang dan dimensi kehidupan. Ruang kehidupan manusia saat ini tidak lagi terbatas pada bumi tempat kita berpijak, namun mampu menembus batas ruang dan waktu yang kita sebut dengan jagat maya. Kemajuan-kemajuan tersebut membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari cara berpikir, bersikap dan berperilaku. Tentu saja perubahan ini akan membawa dampak positif maupun negatif, namun Pambayun (2013) memberikan terapi dalam penggunaan media komunikasi, yaitu dengan mengenali hakikat manfaat dari media komunikasi tersebut dan mengingat selalu penciptanya sehingga jiwa *Al-Khalik* tercermin dari pengguna media tersebut.

Perubahan tersebut juga berdampak pada aktivitas dakwah. Dakwah tidak lagi dipandang sebatas pada ceramah, tablig, kajian dan

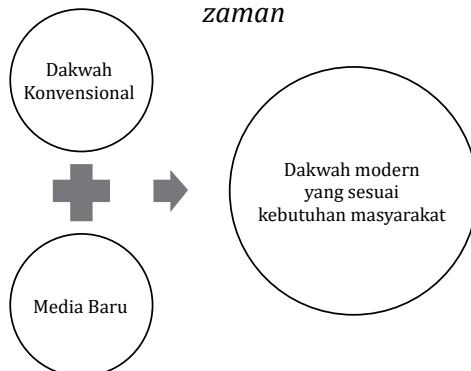
taklim di masjid-masjid. Dakwah mulai memanfaatkan kemajuan media digital yang berdampak pada cakupan dakwah yang lebih luas dan efektif. Masjid di era milenial 4.0 ini mutlak membutuhkan media dakwah yang berbasis teknologi informasi. Dakwah di era 4.0 ini adalah dakwah yang menggunakan struktur teknologi modern dengan tiga indikator, yaitu media kontemporer (media digital), materi dakwah yang kontemporer dan dai yang mampu memberikan materi dakwah kontemporer melalui media kontemporer. Upaya ini dapat dilakukan dengan melakukan modifikasi kegiatan dakwah yang ada di masjid saat ini.

Membangun literasi digital di masjid. Harjono (Harjono, 2018) mengungkapkan literasi digital adalah kemampuan menganalisis dan mengevaluasi informasi digital, mengetahui bagaimana bertindak secara aman dan tepat di ruang maya, serta memahami bagaimana, kapan, mengapa, dan dengan atau kepada siapa teknologi itu digunakan. Dalam artian literasi keagamaan dalam masjid dapat dialihkan dalam bentuk digital. Hal ini dapat membantu proses dakwah dan percepatan pemahaman secara komprehensif.

Membuat *channel* kajian keislaman melalui media sosial. Saat ini masyarakat khususnya generasi milenial lebih banyak menonton kajian keagamaan melalui media *streaming* yang disediakan platform media sosial seperti *Youtube*, *Facebook* dan *Instagram*. Mereka bisa belajar dan mengikuti proses pengajian dan kajian keagamaan tanpa dibatasi waktu dan ruang (Untung, 2019).

Pemanfaatan media baru akan berdampak pada pengembangan dakwah yang dianggap klasik, stagnan, monoton dan tidak relevan dengan perkembangan saat ini. Pemanfaatan media dapat menjadi jembatan bagi dakwah konvensional sehingga menjadi dakwah yang kemudian relevan dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat saat ini. Jika diskemakan akan terbentuk relasi seperti gambar di bawah ini.

Gambar Grafik. 01. Media menjadi jembatan dakwah konvensional agar dapat menjadi dakwah kontemporer yang sesuai dengan perkembangan zaman



Kesuksesan dan keefektifan dakwah juga bergantung pada metode pelaksanaannya. Al-Quran sendiri telah mengajari kita landasan metode dakwah yang tertuang dalam Surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125)

Berdasarkan ayat di atas terdapat tiga metode dakwah seperti yang diungkapkan oleh Ahmad Musthafa al-Maraghi dalam Abdullah (2019), yaitu *bil hikmah*, *bil mujadalah al-ihsan*, dan *bil mau'idzha hasanah*. Dakwah *bil hikmah* dapat diartikan sebagai perkataan yang konsisten dan benar dengan menggunakan landasan yang dapat menghilangkan rasa ragu dalam diri manusia. Dakwah *bil mujadalah* adalah metode dakwah dalam rangka mengajak kepada jalan Allah Swt dengan memberikan nasihat dan membimbing manusia dengan perkataan yang lembut supaya mereka berbuat *amr ma'ruf* (Al-Bilali, 1989). Dakwah *bil mujadalah* adalah berdiskusi dengan perkataan yang tidak menyinggung perasaan dan tidak mengucapkan kata kasar dan dapat menyadarkan hati.

Seiring dengan perkembangan ilmu dakwah, metode-metode dakwah kini berkembang ke arah yang relevan disampaikan kepada masyarakat, yaitu *da'wah bil lisan* (dakwah melalui lisan/perkataan), *da'wah bil qalam* (dakwah melalui tulisan), dan *da'wah bil hal* (dakwah melalui perbuatan nyata yang meliputi keteladanan) (Saputra, 2011). Metode dakwah seperti dikemukakan di atas bukan hanya diterapkan oleh seorang dai untuk menggugurkan kewajiban dakwah, melainkan dapat menjadi jalan untuk merealisasi tujuan dakwah.

Perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat di era modern ini menuntut adanya analisis penerapan metode dakwah yang sesuai dengan perkembangan teknologi modern (Santoso, 2019). Kehidupan masyarakat yang sudah lekat dengan *gadget* seperti *smartphone* dan *laptop* memerlukan adanya revitalisasi media digital pada metode-metode dakwah yang tengah berkembang di masyarakat agar lebih mudah diterima oleh masyarakat kekinian.

Revitalisasi media baru pada metode-metode dakwah dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Revitalisasi Media Baru pada Metode Dakwah

Metode Dakwah	Realisasi Model Lama	Revitalisasi Media Baru
<i>Da'wah bil Lisan</i>	Kajian, Ceramah, Ta'lim, Khotbah dengan tatap muka	Streaming kajian keagamaan melalui media <i>Instagram</i> , <i>youtube</i> dan <i>Facebook</i>
		Membuat video ceramah atau tausiyah berkualitas yang kemudian diunggah melalui platform media sosial
	Dakwah melalui forum diskusi	Podcast Islami melalui media <i>spotify</i> , <i>Apple Podcasts</i> ataupun <i>youtube</i>
	Pengajian secara tatap muka	Pengajian digital
<i>Da'wah bil Qalam</i>	Pengumuman kegiatan masjid melalui spanduk, banner, brosur dll	Pembuatan <i>Website</i> masjid yang berisi informasi-informasi seputar masjid dan kegiatan dakwah
		Pembuatan laman <i>Facebook</i> dan akun <i>instagram</i> masjid
	Pembuatan buletin masjid	Konten-konten dakwah yang ditulis melalui <i>website</i> , <i>blogspot</i> , <i>instagram</i>
		Pembuatan group media sosial (<i>whatsapp</i> group, <i>telegroup</i> dan lain-lain) sebagai sarana komunikasi dan informasi masjid dan sharing pesan nasehat bagi para jama'ah
<i>Dakwah bil Hal</i>	Menyantuni Anak Yatim, Fakir Miskin dan Dhuafa	Pengumpulan dana zakat infak dan shodaqah melalui platform digital, e-zakat dan media sosial
		Pembuatan Zakat Drive THRU
	Bakti Sosial	Pelatihan digital selling dan digital marketing untuk masyarakat

Tabel di atas memberikan gambaran bagaimana media memberikan peran yang signifikan terhadap keberlangsungan dakwah masjid. media dengan berbagai jenis dan bentuknya dapat mengimplementasikan

pelayanan dakwah bagi jama'ah yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Media digital harus menjadi media dakwah yang digunakan masjid untuk mengajak jama'ah khususnya anak-anak muda milenial untuk mengisi *shaf-shaf* di masjid.

C. KESIMPULAN

Existensi masjid dalam aktivitas dakwah di era 4.0 berada dalam persimpangan jalan. Formula dakwah dalam kegiatan keagamaan masjid saat ini menjadi kurang diminati karena dianggap kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat khususnya anak-anak muda generasi milenial. Literasi keagamaan dalam masjid pun masih kurang menggunakan teknologi media digital yang saat ini lebih banyak dipakai oleh masyarakat khususnya *digital native*. Oleh karena itu perlu ada pembaruan dan penyegaran pada dakwah masjid, yaitu dengan cara menawarkan konsep dakwah baru yang humanis yang dapat menjawab berbagai problematika masyarakat kekinian, merejuvinsi peran pemuda dalam kepengurusan serta program dakwah di masjid, dan revitalisasi penggunaan media digital pada aktivitas keagamaan di masjid.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Qiara Media.
- Al-Bilali, A. H. (1989). *Fiqih Ad-Da'wah fi Inkari al-Munkari*. Dar Ad-Da'wah.
- Al-Rasyid, H. H. (2014). Dakwah Islam di Era Globalisasi: Revitalisasi Prinsip Moderasi Islam. *Jurnal Al-Qalam*, 20(Edisi Khusus).
- Alim, S. (2020). Revitalisasi Dakwah Islam: Toleransi, Harmonisasi, dan Moderasi. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 24(1), 71–89.
- Anam, S., & Iskandar, H. (2019). Upaya Memakmurkan Masjid Pada Masyarkaata Urban Melalui Program Sahabat Masjid Yayasan Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Qaoamuna*, 5(1).
- Bamaualim, C. S., Latief, H., Abubakar, Nabil, M., Pranawati, R., & Setiawan, W. (2018). *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi Identitas dan Tantangan Radikalisme*. Centre for The Study of Religion and Culture (CSRC) Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Sayarif Hidayatullah Jakarta.
- Bukhari. (2012). Dakwah Humanis dengan Pendekatan Sosiologis-Antropologis. *Jurnal Al-Hikmah*, 4.
- Darmawan, D., & Marlin, S. (2021). Peran Masjid Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Kajian Agama Hukum Dan Pendidikan Islam (KAHPI)*, 2(1), 52. <https://doi.org/10.32493/kahti.v2i1.p52-64.9372>
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Media Baru, Teori dan Aktivisme Dakwah*

di Internet (Cet. 1). Simbiosia Rekatama Media.

- Fuadi, S. I. (2019). Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Upaya Pencegahan Juvenile Delinquency (Kenakalan Remaja). *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 53–64. <https://doi.org/10.32699/paramurobi.v2i1.816>
- Hariyati, F., & Wahdiyati, D. (2019). Penguatan Dakwah Virtual sebagai Upaya Memakmurkan Masjid Berbasis Kegiatan Remaja Masjid. *Jurnal SOLMA*, 8(2), 239–247.
- Harjono, H. S. (2018). Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 8(1).
- Mistariji, B. (2020). Revitalisasi Dakwah Humanis Dalam Menghadapi Era Globalisasi di Indonesia. *Jurnal Al-Hikmah*, 14(1), 15–34.
- Nasrullah, R. (2017). *Teori dan Riset Media Siber (CyberMedia)* (Cet. 2). Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.); Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Nuriz, M. A. L. (2019). Generasi Muda Milenial dan Masjid di Era Digital. In *Masjid di Era Milenial: Arah Baru Literasi Keagamaan*. Centre for The Study of Religion and Culture (CSRC) Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Sayarif Hidayatullah Jakarta.
- Pambayun, E. L. (2013). *Communicaton Quotient dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*. Rosdakarya.
- Pertiwi, R. R. (2008). Manajemen Dakwah Berbasis Masjid. *Jurnal MD*, 1(1).
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1).
- PPIM, & CSRC UIN. (2019). *Literasi Keagamaan: Takmir Masjid, Imam dan Khatib* (Vol. 2).
- Rukmana, N. (2002). *Masjid dan Dakwah*. Al-Mawardi Prima.
- Safei, A. A. (2016). *Sosiologi Dakwah (Rekonsepsi, Revitalisasi, dan Inovasi)* (Cet. Perta). Deepublish.
- Santoso, B. R. (2019). Revitalisasi Metode Dakwah Ankronistis Dai Generasi Milenial. *Tsamuh*, 17(1).
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sutono, & Suroso, I. (2009). Tinjauan Teori Kepemimpinan dan Etos Kerja Islami Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 3(2).
- Untung, S. (2019). Masjid dan Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *Religiia Jurnal Studi Agama-Agama*, 22(2), 227–247.
- Widodo, A., & Fathurohman. (2019). Dakwah Islam Di Era Revolusi

Industri 4.0. *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)*, 1(1).

Zaman, W. K. (2019). Masjid Sebagai Pusat Dakwah Islam di Kampung (Studi Masjid Darus Sa'adah Desa Hadipolo Kec. Jekulo Kab. Kudus). *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i2.6777>

PROFIL PENULIS



Wahab Nur Kadri, S.Sos, M.Sos lahir di Wakatobi, 2 April 1992. Pendidikan S-1 di Institut PTIQ Jakarta (Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam), S-2 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam). Kini ia menjadi dosen tetap Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta. Saat ini ia baru mulai aktif menulis dalam jurnal ilmiah, karyanya yang telah terbit: "*Dialektika Komunikasi pada Debat Pilpres 2019 dalam Perspektif Al-Quran*". Aktivitas di luar Akademik: Ketua Penelitian dan Pengembangan (Litbang) pada Yayasan Pendidikan Islami Daarunnadwah, Bagian Teknologi dan Informasi (TI) pada Yayasan Ziswaf BetZiwaq, dan pembina di beberapa organisasi pemuda dan remaja masjid. Tinggal di Kp. Utan Krukut Kec. Limo Kota Depok. Dapat dihubungi via WA 085341525696 dan e-mail: wahabnurkadri@ptiq.ac.id