

Transformasi Metode Dakwah Konvensional Komunitas Tauhid Kota Salatiga di Tengah Pandemi Covid-19

Ika Nur Widiyanti

Fakultas Dakwah IAIN Salatiga

ikanur1307@gmail.com

Muhammad Ihsanul Mujahidin

Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

mujahidin28@gmail.com

Abstract

This research was done on purpose to find out how to transform the dakwah methods of the Tauhid Community in dealing with the dakwah in the middle of the covid-19 pandemic. By using a descriptive qualitative approach. The results of this study have shown that the dakwah Tauhid Community is based on technological developments and social changes brought on by the covid-19 pandemic. The change of the dakwah method brought new understanding that the conversion of Islam was able to change the course of the times, thus maintaining its place in modern society. The change of the dakwah method by the Tauhid Community adapts to technological progress and information, without neglecting important elements in the preaching activity.

Keywords: *Transformation; Dakwah Method; Tauhid Community*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana transformasi metode dakwah yang dilakukan oleh komunitas tauhid dalam menghadapi dakwah di tengah pandemi covid-19. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan metode dakwah yang dilakukan oleh Komunitas tauhid berdasarkan perkembangan teknologi dan perubahan sosial masyarakat akibat pandemi covid-19. Perubahan metode dakwah yang dilakukan memberikan pengertian baru bahwa dakwah Islam mampu menyesuaikan perubahan zaman, sehingga kegiatan dakwah tetap memiliki tempat di masyarakat modern. Perubahan metode dakwah oleh Komunitas Tuhid menyesuaikan dengan kemajuan teknologi dan informasi, tanpa mengabaikan unsur-unsur penting dalam kegiatan dakwah

Kata kunci: Transformasi; Metode Dakwah; Komunitas tauhid

Pendahuluan

Dakwah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat, sebab keberadaan dakwah memiliki kedudukan dalam mempengaruhi perilaku seseorang. Dakwah selalu diartikan sebagai suatu seruan atau ajakan menuju kebaikan sesuai dengan ajaran agama Islam. Pada konsep awalnya, dakwah merupakan implementasi aktivitas agama. Fredrick Schleimacker menjelaskan bahwa sumber pokok keberagaman adalah adanya rasa ketergantungan yang mutlak (*sense of depend*) yang dengannya merasakan bahwa dirinya lemah dan bergantung pada kekuatan dari luar dirinya. Berdasarkan rasa ketergantungan tersebut, manusia memunculkan konsep “Tuhan” yang memiliki kekuatan mutlak sehingga manusia menggantungkan harapan dengan wujud implikasi bertuhan berupa upacara-upacara agama sebagai alat untuk meminta perlindungan kepada Tuhan (Zubaedi & Kartikowati, 2016).

Jika menarik benang merah dari pendapat Fredrick maka kebutuhan manusia mengenai keberadaan dakwah merupakan kebutuhan oleh masing-masing manusia yang merasa dirinya lemah dalam menghadapi tantangan alam dan memerlukan peran Tuhan dalam kehidupannya. Implementasi bertuhan oleh umat Islam disebut dengan ibadah sebagai bentuk komunikasi antara hamba dengan Tuhannya. Pemahaman mengenai agama Islam yang didalamnya berisi penjelasan mengenai Tuhan, ibadah, dan ilmu lainnya yang bersangkutan dengan agama, disyiarkan melalui dakwah oleh Da’i (pelaku dakwah) kepada Mad’u (sasaran dakwah).

Dakwah sebagai kegiatan yang kompleks dalam menyiarkan agama Islam di tengah masyarakat, tentunya akan menghadapi banyak tantangan. Hal ini disebabkan oleh sasaran dakwah adalah masyarakat yang dinamis dan selalu berubah karena banyak faktor. Salah satu faktor penyebab perubahan sosial diantaranya kemajuan teknologi, adanya pengaruh budaya lain, peperangan, perubahan alam dan sebagainya. Kemajuan teknologi mampu memberikan pengaruh banyak bagi masyarakat sosial, sebab kemajuan teknologi menggiring manusia untuk menikmati kemudahan dalam akses kehidupan. Salah satu contoh kemajuan teknologi adalah dari bidang teknologi komunikasi.

Kemajuan zaman memperkenalkan manusia mengenai praktisnya menjalin komunikasi dengan menggunakan media komunikasi seperti

telepon, radio, televisi dan lainnya. Perkembangan teknologi komunikasi menjadikan masyarakat hidup dalam dunia digital. Dalam dunia digital perangkat elektronik menjadi penting dan akhirnya dapat membentuk pasar baru dengan keharidan sosial media (Abdullah, 2017). Komunikasi dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Telegram, Line dan media sosial lainnya selain memberikan kemudahan dalam komunikasi tetapi juga mampu memberikan hiburan tersendiri dari para penggunanya, sebab aplikasi ini didesain dengan fitur yang friendly dan informatif.

Kemajuan teknologi dan informasi dengan kehadiran sosial media menjadi bagian dari modernitas yang mampu merubah masyarakat ke tatanan baru yang lebih rasional berdasarkan ilmu pengetahuan yang menjadi standard utama baru dalam mengukur absah tidaknya suatu kebenaran berdasarkan fakta-fakta dan bukan nilai-nilai. Modernitas menjadi bagian dari perubahan sosial, sebab masyarakat modern mengalami perubahan dari beberapa aspek, diantaranya: (1) aspek mental yakni cenderung didasarkan pada pola pikir serta pola perilaku rasional, (2) aspek teknologi sebagai faktor utama untuk menunjang kehidupan ke arah kemajuan atau modernisasi serta sebagai hasil ilmu pengetahuan, (3) aspek pranata sosial yang terdiri dari pranata agama dan pranata ekonomi, (4) pranata keluarga bahwa ikatan keluarga mulai longgar karena sikap individualisme dan menipisnya rasa solidaritas berdasarkan kekerabatan, (5) pranata pendidikan ditandai dengan mulai banyaknya fasilitas dan keterampilan khusus di hampir semua sector pendidikan, (6) dan pranata politik yaitu adanya pertumbuhan dan perkembangan kesadaran berpolitik sebagai mujud demokratisasi masyarakat (Zulkarnaini, 2015).

Perubahan kebiasaan di masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi dan ilmu pengetahuan, sebab perubahan keseimbangan alam dan unsur fisik memberikan pengaruh besar terhadap kebiasaan masyarakat. Menurut Ogburn perubahan sosial terkait dengan unsur fisik dan rohani sebagai dampak dari dinamika sosial (Marius, 2006). Selain itu, bencana alam juga mampu memaksa masyarakat untuk melakukan perubahan. Masyarakat korban bencana gunung meletus yang mengungsi akan memiliki kebiasaan baru di tempat baru yang mereka tinggali, begitu pula dengan perubahan lain yang disebabkan oleh faktor alam.

Perubahan sosial tersebut menjadi tantangan baru dalam dunia dakwah, sebab pelaku dakwah harus berhasil mengikuti perkembangan dan

perubahan yang ada di masyarakat agar dakwah Islam tetap bisa berlangsung dengan tetap mengikuti perkembangan dan perubahan. Kemajuan teknologi dan informasi memaksa pelaku dakwah untuk mengikuti dan memahami kemajuan tersebut, sehingga dakwah tetap bisa dinikmati oleh masyarakat dengan memanfaatkan fasilitas hasil kemajuan teknologi dan informasi. Dakwah dengan strategi demikian disebut dengan dakwah modern dan mampu mendekati pelaku dakwah dengan masyarakat. Namun pada praktiknya, dakwah konvensional tidak bisa dihilangkan oleh masyarakat. Kepuasan dalam penerimaan materi menjadi salah satu alasan mengapa dakwah dengan metode bil-lisan masih memiliki banyak penggemar. Sehingga indikator tersebut lebih banyak ditentukan oleh mad'u.

Perubahan kondisi masyarakat dan perubahan lingkungan pasti akan terus terjadi, sehingga para pelaku dakwah harus bersiap untuk menghadapi banyak kemungkinan yang terjadi. Dakwah yang semula dirancang dengan metode bil-lisan dengan melakukan kajian secara langsung di masjid-masjid atau tempat umum lainnya harus mempersiapkan diri mereka jika sewaktu-waktu terdapat perubahan yang mengharuskan mereka untuk tidak melakukan dakwah secara langsung. Sejak awal tahun 2020, saat penyakit akibat virus covid-19 dinyatakan sebagai pandemi, masyarakat (mad'u) juga menjadi bagian dalam perubahan sosial (global). Metode dan strategi dakwah menggunakan teknologi digital semakin banyak digunakan. Channel youtube Gus Miftah, Habib Ja'far, Cak Nun adalah sedikit realitas dakwah digital yang banyak dikenal masyarakat.

Pada cakupan yang lebih kecil, dakwah juga bergeser menggunakan teknologi digital seperti media sosial. Seperti yang dilakukan oleh Komunitas tauhid di Kota Salatiga. Komunitas tauhid merupakan komunitas yang memiliki fokus kegiatan dakwah pada penanaman nilai tauhid pada anggotanya. Komunitas ini terbentuk pada tanggal 10 November 2019 di Masjid al-Muttaqien Pasar Raya II Kota Salatiga, Jawa Tengah. Pada tanggal itu pula dilaksanakan majelis perdana yang dihadiri sekitar 30 jamaah. Dalam menyesuaikan dengan kondisi pandemi covid-19, komunitas tauhid memanfaatkan Telegram, WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook dan Zoom untuk kegiatan dakwah. Tulisan ini akan menjelaskan sebuah realitas metode dakwah (modern) yang menggunakan

teknologi digital. Meskipun bukan merupakan kelompok pada tingkat nasional, komunitas tauhid dapat menunjukkan analisa tentang alternatif metode dakwah sebagai upaya mempertahankan eksistensi dakwah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan dalam penelitian dengan menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada (Moleong, 2006). Pemilihan metode deskriptif dipilih sebab peneliti akan menjelaskan mengenai fenomena yang terjadi dan mendeskripsikan sumber data lain yang kemudian di sangkutkan dengan analisis peneliti.

Metode pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Penelitian dilakukan dengan cara menggali data secara langsung kepada pembina komunitas tauhid dan Tim Inti komunitas tauhid. Observasi dan wawancara cukup mendalam dengan komunitas tauhid dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap. Selain itu, informan yang memberikan data akan mengalami proses reduksi untuk memilih data yang sesuai dengan fokus permasalahan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data Miles and Huberman dengan cara reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2015). Keabsahan data dicek menggunakan triangulasi sumber data penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Dakwah Konvensional dan Dakwah Modern

Realitas aktivitas dakwah saat pandemi covid-19 merupakan respon penyesuaian karena pembatasan interaksi dan tatap muka. Berubahnya kegiatan dakwah adalah perubahan strategi lama (tatap muka) menjadi strategi yang lebih modern (daring). Konsep strategi dipahami sebagai rencana tindakan yang di dalamnya termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Strategi juga diartikan sebagai perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan (Hasan, 2018). Jika digunakan dalam konsep dakwah, maka strategi dakwah dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh oleh pelaku dakwah dalam menggiatkan kegiatan dakwah mereka. Selain

itu, strategi dakwah juga merupakan metode dan taksik yang digunakan dalam kegiatan dakwah, di mana memiliki peran yang menentukan untuk mencapai tujuan dakwah (Sirajuddin, 2014).

Strategi yang digunakan dalam dakwah melalui perubahan dari waktu ke waktu. Pasalnya kegiatan dakwah secara konvensional harus menyesuaikan dengan perubahan yang ada di masyarakat. Tatahan masyarakat yang terus berubah menjadikan dakwah harus mengikuti perkembangan tersebut. Dakwah yang semulanya dilakukan secara langsung tidak bisa terus dipaksakan, mengingat kesibukan dari masing-masing mad'u yang beragam. Selain itu, dakwah juga mengalami tantangan besar yang memunculkan kajian baru. Dengan beragamnya kebutuhan manusia, menjadikan dakwah seolah wajib untuk bertransformasi dengan internet. Melalui internet, dakwah dapat memainkan perannya yaitu sebagai penyeimbang, oenyaring dan pemberi arah hidup

Dakwah secara sistematis metodologis adalah dakwah yang dilakukan secara terorganisis dengan baik secara efektif dan efisien sesuai situasi dan kondisi yang ada pada unsur-unsur dakwah. maka dari itu, dakwah harusnya mampu menyesuaikan kondisi masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Quraish Shihab mengartikan esensi dakwah sering dipahami sebagai dakwah yang hanya terpusat pada kegiatan di masjid. Dakwah dengan konsep demikian dianggap mampu berperan luas karena keadaan masyarakat yang masih sangat berpegang teguh pada nilai, norma dan jiwa dari sebuah agama (Yahya, 2016). Akan tetapi kondisi sekarang tidak sedemikian rupa, cakupan dakwah memiliki lingkup yang luas dengan banyak metode baru yang muncul dalam kegiatan dakwah.

Metode dakwah yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 memaparkan metode dakwah menjadi tiganetode, diantaranya: (a) Metode bil-hikmah, menempatkan seorang da'i sebagai seseorang yang berkompeten dalam dalam bidangnya dan memiliki teladan yang baik dengan dibuktikan akhlakul. (b) Mau'idzatul Hasanah yakni mengingatkan kebaikan dengan cara yang meluluhkan hati yang dapat dilakukan dengan menuturkan kisah-kisah sebagai nasihat yang baik (c) Mujadalah bil Lati Hiya Ahsan, dakwah dengan metode demikian menuntut agar da'i mempunyai kecakapan dalam bertukar pikiran, berbagi pengalaman, diskusi permasalahan agama atau umum. Ayat ini dapat dilihat sebagai

sesuatu yang menggembarakan dalam dakwah. Hal tersebut dapat diimplementasikan oleh pendakwah dengan memiliki kompetensi good will, good ethos dan good moral character (Mubarak & Halid, 2020).

Mengikuti kebiasaan masyarakat adalah bagian dari strategi dakwah baru yang harus dilakukan. Perubahan di masyarakat muncul akibat berkembangnya ilmu pengetahuan, berubahnya pola pikir masyarakat dan munculnya kebiasaan baru yang kemudian disebut dengan masyarakat modern. Masyarakat modern juga diartikan sebagai masyarakat yang sebagian besar warganya memiliki orientasi nilai budaya yang terarah kepada kehidupan dalam peradaban masa kini (Zulkarnaini, 2015).

Kemudian muncul pula istilah dakwah modernitas sebagai bentuk konsep dakwah baru yang pelaksanaannya menyesuaikan kondisi dan keadaan objek dakwah, baik dari segi materi, metode dan media dakwah dengan tetap memperhatikan unsur-unsur penting dari dakwah tersebut. Berdasarkan dari segi sifat, media dakwah digolongkan menjadi media tradisional dan media modern. Media tradisional diartikan sebagai media yang secara tradisional dipentaskan di depan umum dan memiliki sifat komunikatif, sedangkan media modern diistilahkan sebagai media yang memanfaatkan fasilitas kemajuan teknologi seperti TV, radio, pers, internet dan lain-lain (Zulkarnaini, 2015).

M. Ja'far Puteh berpendapat bahwa strategi dakwah dimasa depan perlu merumuskan beberapa hal diantaranya: (a) proses dakwah berdasarkan pada pemihakan terhadap kepentingan masyarakat dan menolak dakwah demi kepentingan lain, (b) dialog dan kegiatan masyarakat semakin intensif guna membangun kesadaran kritis untuk memperbaiki keadaan, (c) memfasilitasi masyarakat agar mampu memecahkan masalahnya sendiri dan melakukan transformasi sosial yang dikehendaki, (d) menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat sehingga dengan demikian masyarakat akan terbebas dari kejahilan dan kedhaifan (Hasan, 2018).

Pengertian mengenai dakwah modern memiliki arti yang sama dengan dakwah kontemporer, bahwa kegiatan dakwah mengikuti perkembangan teknologi. Berbeda dengan dakwah kultural yang dilakukan dengan cara menyesuaikan budaya masyarakat setempat. Dakwah konvensional di atas mimbar hanya mampu didengar sebatas jamaah yang hadir pada acara tersebut. Lain halnya dengan dakwah yang menggunakan

fasilitas elektronik (Fazri, 2020). Dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi mampu menerobos keterbatasan dakwah konvensional dari segi ruang, waktu dan biaya, sehingga dakwah yang semula hanya dilakukan di masjid-masjid dan di waktu tertentu akan dapat dinikmati masyarakat dimanapun dan kapanpun dengan memanfaatkan fasilitas media sosial dan media elektronik lainnya.

Pada dasarnya, pelaksanaan dakwah konvensional maupun dakwah modern memiliki banyak kesamaan, sebab tujuan utama dari dakwah konvensional maupun dakwah modern adalah sama-sama mengemban amanat menyiarkan agama Islam. Perbedaan yang mendasar terletak pada pemanfaatan media dan teknik yang digunakan dalam menyebarkan agama Islam. Dakwah konvensional hanya terpatok pada pelaksanaan dakwah dengan konsep masjid atau majlis. Dakwah dengan metode demikian memiliki keunggulan dari segi penyaluran materi dan aspek emosional yang lebih mudah tersalurkan kepada para jamaah. Komunikasi langsung yang dilakukan pada saat dakwah konvensional memungkinkan pemahaman yang baik dari jamaah terhadap materi yang disampaikan oleh para da'i. Akan tetapi dakwah secara langsung terbatas pada pelaksanaan dakwah yang terpatok pada ruang, tempat dan waktu. Penyampaian pesan dakwah hanya dapat diterima sebatas khalayak yang menghadiri kegiatan majlis, selain itu dakwah dengan konsep demikian tentunya terbatas pada waktu pelaksanaan kegiatan dan kapasitas ruang masjid atau majlis.

Dakwah modern merupakan bentuk kegiatan dakwah yang mampu beradaptasi dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, ilmu pengetahuan dan pola pikir masyarakat. Dakwah di zaman modern merupakan metode dakwah dengan penyesuaian dengan kondisi masyarakat modern dari materi, metode serta media yang digunakan (Akmal & Fazri, 2017). Dakwah modern sering dikaitkan dengan pelaksanaan dakwah yang memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media penunjang kegiatan dakwah. Media sosial sebagai bentuk adaptasi media baru menjadi salah satu kemajuan teknologi yang dinikmati oleh banyak khalayak. Konsep dakwah yang demikian mampu mengatasi keterbatasan yang dihadapi oleh para pelaku dakwah konvensional, sebab pesan dakwah yang disampaikan dapat menyeluruh diterima oleh pengguna media sosial. Pesan dakwah yang diterima oleh khalayak secara otomatis tersimpan dalam ponsel mereka sehingga materi dakwah dapat

dipelajari kapanpun dan dimanapun. Kegiatan dakwah melalui media sosial dianggap praktis dan efisien dan mampu menjawab tantangan zaman bahwa manusia termanjakan pada hasil kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan.

Perkembangan metode di era modern dapat juga dilihat dalam perspektif komunikasi. Hal ini sebagai realitas sosial, dakwah modern menggunakan media digital seperti media sosial. Salah satu konsep yang dapat menjadi rujukan adalah *uses and gratification* (teori kebutuhan dan kepuasan) yang muncul pada awal tahun 1970-an oleh Wilbur Schramm setelah timbulnya kritikan terhadap teori *Bullet* yang pernah ia nyatakan sebelumnya pada tahun 1930-an. Dalam teori sebelumnya, menyatakan bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak yang pasif yang mudah dipengaruhi oleh media. Namun pada karya tulis selanjutnya ia meminta agar teori tersebut dianggap tidak ada, karena sebenarnya khalayak yang menjadi target sasaran media massa tidaklah pasif (Humaizi, 2018).

Teori *Uses and Gratification* adalah teori mengenai penggunaan media atas dasar kebutuhan dan kepuasan pengguna. Teori ini mengasumsikan bahwa khalayak pengguna media adalah individu yang pintar sebab mereka hanya mengonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Selain itu, teori ini melihat bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan penggunanya, dan bukan bagaimana dan seberapa besar peran media dalam mempengaruhi khalayak (Humaizi, 2018).

Rakhmat Jalaluddin menjelaskan bahwa pendekatan teori *uses and gratifications* lebih melihat kepada penggunaan isi media dalam mendapatkan pemuasan. Dalam konsep ini, khalayak lebih aktif dalam menggunakan media untuk pemenuhan kebutuhan. Pada intinya, pendeketannya adalah bagaimana orang memanfaatkan media untuk pemenuhan dan pemuas kebutuhannya (Rohmah, 2020).

Blumer dan Katz mengatakan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media diartikan sebagai khalayak aktif yang memiliki kebebasan dalam memilih media yang dirasa paling baik guna pemenuhan kebutuhan mereka. Khalayak juga dianggap memiliki kebebasan dalam memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media akan memberikan dampak pada diri mereka sendiri (Humaizi, 2018).

Pemilihan media sosial sebagai bentuk dari media dakwah baru seyogyanya dipilih berdasarkan kebutuhan dari Komunitas tauhid. Kebutuhan ini menjadi bentuk dari perlunya perubahan metode dakwah yang harus dilakukan oleh Komunitas tauhid dalam menghadapi tantangan dakwah baru. Penggunaan media haruslah melalui beberapa pertimbangan, sehingga dipilih media yang tepat sebagai alat penunjang kegiatan dakwah dengan metode baru. Pemilihan media yang tepat mampu menunjang keberhasilan dakwah.

Metode Dakwah Komunitas Tauhid Kota Salatiga

Fase dakwah konvensional adalah fase kegiatan ilmu dakwah yang dilakukan dalam praktik-praktik dakwah yang disampaikan oleh para da'i. Kegiatan dakwah seperti ini biasanya dilakukan secara langsung antara da'i dengan mad'u di tempat-tempat ibadah atau tempat umum yang sengaja digelar kegiatan keagamaan. Kegiatan seperti inilah yang semula dilakukan oleh Komunitas tauhid di Kota Salatiga. Komunitas tauhid merupakan komunitas yang memiliki fokus kegiatan dakwah pada penanaman nilai tauhid pada anggotanya. Komunitas ini terbentuk pada tanggal 10 November 2019 di Masjid Al-Muttaqien Pasar Raya II Kota Salatiga. Pada tanggal itu pula dilaksanakan majelis perdana yang dihadiri sekitar 30 jamaah. Pembina komunitas ini adalah Ahmad Sultoni yang merupakan dosen IAIN Salatiga.

Dari hasil pendalaman data, tujuan dari komunitas tauhid berfokus pada penanaman nilai tauhid dan materi mengenai akhlak tasawuf. Visi komunitas tauhid diantaranya: (a) Mengenalkan Allah dan meyakini bahwa Allah itu benar ada, (b) Mengenalkan bagaimana Allah Maha Kuasa, mengabdikan doa-doa hambanya yang benar-benar meminta tolong kepadaNYa, dan (c) Mengajak untuk yakin bahwa Allah itu cinta kepada hambanya, mengajak untuk berprasangka baik ketika pengabdian doa ditunda bahwa apapun takdir dari Allah itu benar-benar yang terbaik untuk hambaNya.

Kegiatan dakwah yang dilakukan pada komunitas ini berupa bimbingan untuk melatih diri agar percaya terhadap kekuatan doa. Setiap kegiatan yang dilaksanakan dibimbing langsung oleh Ahmad Sultoni dibantu teman-teman tim inti komunitas tauhid. Pada komunitas ini, anggota diajak untuk belajar memberikan pengalaman langsung kepada

para anggota komunitas untuk sampai pada merasakan kebenaran dari kalimat لا إله إلا الله.

Materi inti yang disampaikan adalah ma'rifatullah yang kemudian dijabarkan kepada ma'rifatul asma dan ma'rifatus sifat. Materi dakwah yang disampaikan terangkum dalam buku Sekuntum Mawar Allah oleh Ahmad Sulthoni dan ditambah materi dakwah yang didapat dari sumber lain. Pemberian materi dilakukan secara langsung (metode dakwah bil-lisan) oleh pembina Komunitas tauhid yaitu Bapak Ahmad Sulthoni di masjid-masjid tempat kajian dilaksanakan. Setelah pemberian materi ketauhidan, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi. Mad'u diperkenankan untuk mengajukan pertanyaan kepada pembina dan pertanyaan akan langsung dijawab dalam diskusi tersebut. Cara demikian menjadi bagian dari metode dakwah dengan mujadalah bil-lati Hiya Ahsan, Komunitas tauhid memberikan praktik dakwah dengan tidak hanya melakukan komunikasi satu arah dalam pemberian materi akan tetapi mengajak pada mad'u untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman masing-masing.

Kegiatan kajian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengajak jamaah menyadari bahwa kita diciptakan oleh Dzat yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas tauhid, diantaranya mempelajari tentang: (a) Perkenalan materi akhlak tasawuf. (b) Perkenalan materi tauhid. (c) Penjelasan proyek do'a dan metodenya (sedekah). (d) Pengikatan hati dengan tujuan menyamakan frekuensi batin tentang adanya kekuatan doa. (e) Saling berbagi pengalaman mengenai perkembangan proyek doa yang dilakukan oleh masing-masing anggota. (f) Mengevaluasi keberhasilan dan kegagalan dalam pelaksanaan proyek. (g) Penarikan kesimpulan atas setiap pengalaman yang didapatkan dalam melakukan proyek doa.

Anggota komunitas diajarkan mengenai prinsip LoA (Law of Attraction) atau sistem yang dinamakan sebagai hukum tarik menarik, yakni kemiripan menarik kemiripan. Prinsip dasar LoA yaitu:

“Pikiran dan perasaan positif akan mendatangkan segala hal yang positif, sedangkan pikiran dan perasaan negatif akan mendatangkan segala hal yang negative, hal ini didasarkan pada sebuah hadits qudsi bahwa “Aku (Allah) mengikuti prasangka hamba-Ku. Sambung rasa antara LoA dengan *khusnudzan* kepada Allah, bahwa rasa baik sangka kepada Allah mencakup tiga aspek yaitu *positif thinking*,

feeling and imaging.”

Prinsip LoA diwujudkan melalui proyek yang diajukan kepada Allah dengan cara menghadirkan rasa percaya penuh terhadap kekuasaan Allah dan melatih sabar dalam segala sesuatu. Perwujudan dari pengajuan proposal kepada Allah adalah dengan berdoa yang dipenuhi dengan rasa yakin kepada Allah dan dibarengi dengan amalan sunnah yang dianjurkan sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. Selain hal tersebut, konsep sedekah juga diajarkan untuk menanamkan rasa ikhlas dan syukur pada setiap anggota komunitas ini. Salah satu cara implementasi penanaman tersebut diajarkan dengan sedekah setiap hari dalam segala kondisi. Setelah mengenal LoA, komunitas akan dikenalkan dengan istilah LoU (Law of Unpredictable) atau Hukum Tak Terduga. Prinsip LoA diberlakukan dan di peruntukkan pada seluruh makhluk Allah di muka bumi, sedangkan keistimewaan LoU hanya diperuntukkan pada hamba Allah yang shalih, bertaqwa dan bertawakal kepadaNya (Rachman, 2015).

Transformasi Metode Dakwah Konvensional Komunitas Tauhid

Transformasi adalah perubahan dari satu bentuk ke bentuk yang lain. Esensi dari dakwah itu sendiri terletak pada ajakan, dorongan atau motivasi, rangsangan serta bimbingan terhadap orang untuk menerima ajaran agama. Sedangkan esensi dakwah alternative adalah proses transformasi, implementasi dan membahasakan suara Tuhan kepada makhlukNya agar dimengerti, difahami dan dilaksanakan (Rozikan, 2017). Transformasi berarti perubahan yang terjadi atau sesuatu yang melampaui. Perubahan disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhi sehingga sosial atau individu terpengaruh atau merasa harus melakukan perubahan. Pengenalan unsur baru menjadi salah satu faktor adanya perubahan. Suatu proses perubahan setidaknya terjadi karena beberapa tahapan, menyebutkan tiga tahapan proses perubahan, diantaranya: (a) Invensi yaitu proses perubahan yang didasari oleh faktor dari dalam masyarakat itu sendiri yang kemudian muncullah perubahan-perubahan, (b) Difusi yaitu adanya ide-ide atau gagasan-gagasan yang didapat dari luar kemudian dikomunikasikan di dalam masyarakat tersebut, dan (c) Konsekuensi yaitu adanya hasil dari pada adopsi terhadap perubahan tersebut (Kamal, 2015).

Perubahan yang terjadi di masyarakat adalah suatu hal yang tidak dapat dihindari, perubahan tersebut dapat ditimbulkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan, teknik dan penggunaannya, komunikasi dan

transportasi, urbanisasi, bertambahnya harapan dan tuntutan manusia, dan faktor lain yang karenanya terdapat perubahan atau bisa disebut dengan istilah social change (Susanto, 1977). Perubahan sosial dari segi teknologi dapat diamati dari kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan manusia dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kemajuan ini juga mempermudah manusia dalam segi komunikasi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan sehingga mendorong masyarakat untuk meningkatkan rasa penasarannya mereka terhadap temuan-temuan baru. Rasa penasarannya manusia menimbulkan harapan-harapan baru terhadap perubahan yang terjadi, harapan inilah yang akan menuntut kebutuhan baru oleh masyarakat yang harus dipenuhi sehingga terjadi perubahan pola hidup oleh masyarakat yang terus menuntut mengikuti perkembangan yang terjadi.

Selain dari segi teknologi, perubahan sosial juga dipengaruhi oleh faktor alam yang terjadi. Diulas pada website kompas.com, pada 2 Maret 2020, dua kasus pasien positif covid-19 diumumkan di Indonesia. Pengumuman ini juga sekaligus menjadi awal pandemi covid-19 mulai merabahkan di Indonesia. Namun, Pandu Riono seorang pakar Epidemiologi Universitas Indonesia (UI) menyebutkan bahwa virus tersebut sudah masuk di Indonesia sejak Januari 2020. Kekhawatiran terhadap keselamatan individu menggiring manusia untuk melakukan kebiasaan-kebiasaan baru sehingga keselamatan mereka mendekati zona aman (Pranita, 2020).

Keberadaan pandemi yang merabahkan di Indonesia tentunya mendorong pemerintah untuk mengambil tindakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di seluruh lapisan masyarakat. Pemberlakuan ini memberikan dampak bagi masyarakat luas, salah satunya dalam dunia dakwah. Kegiatan dakwah oleh komunitas tauhid pada awalnya dirancang secara langsung di Masjid Kota Salatiga seperti pada dakwah konvensional pada umumnya. Kegiatan tersebut telah dilaksanakan di Masjid Al-Muttaqien Pasar Raya II Kota Salatiga dan dilanjutkan di Masjid Nuroh al-Mas'ud Mangunsari Kecamatan Sidomukti Kota Salatiga. Namun karena pembatasan kegiatan oleh pemerintah, kegiatan dakwah Komunitas tauhid sempat terhenti.

Kegiatan dakwah yang sempat terhenti membuat tim inti Komunitas tauhid harus mencari cara agar kegiatan dakwah tetap berlangsung. Beberapa media komunikasi kemudian dimanfaatkan oleh Komunitas

tauhid untuk melangsungkan kegiatan dakwah yang sempat terhenti karena pandemi. Perubahan metode dakwah yang dilakukan oleh komunitas tauhid memberikan pengertian baru kepada masyarakat bahwa dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung di atas mimbar, akan tetapi dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, dapat membantu mendorong kegiatan dakwah. Pemanfaatan media sosial sebagai media baru dalam dunia dakwah juga seharusnya cukup mendongkrak semangat para aktivis dakwah dalam mempelajari ilmu-ilmu baru dan kemajuan teknologi yang ada. Pemahaman tersebut akan membantu para pelaku dakwah untuk tetap melanjutkan dakwah mereka terutama di tengah pandemi.

Dakwah dengan memanfaatkan media sosial termasuk bagian dari dakwah dengan memanfaatkan media modern sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yang ada. Sebenarnya dakwah dapat disampaikan dengan berbagai cara, tetapi dengan menggunakan media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengakar (Sumadi, 2016). Konsep tersebut diimplementasikan oleh komunitas tauhid melangsungkan kegiatan dakwah dengan memanfaatkan beberapa media diantaranya Telegram, WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook dan Zoom sebagai ikhtiar pelaksanaan dakwah di tengah pandemi. Namun dari banyaknya media yang ada, aplikasi WhatsApp dimanfaatkan sebagai media utama pelaksanaan kegiatan dakwah, hal ini didasari atas beberapa alasan, diantaranya: (1) Penggunaan WhatsApp merupakan suatu hal yang lumrah dan banyak digunakan oleh semua kalangan sebagai alat bantu komunikasi, (2) Kemudahan dalam akses dan murah biaya operasional, (3) Intensitas penggunaan aplikasi WhatsApp lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan media komunikasi lainnya. (4) Menghemat ruang penyimpanan karena membutuhkan kapasitas ruang memory yang kecil.

Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Komunitas tauhid telah memenuhi unsur kegiatan dakwah pada umumnya. Berdasarkan unsur dakwah yang dikemukakan oleh Moh Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah maka dakwah yang dilakukan oleh Komunitas tauhid melalui media sosial sudah memenuhi unsur dakwah dengan penjelasan sebagai berikut (Aziz, 2009):

Pertama, *Da'i* (pelaku dakwah) adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan atau perbuatan baik secara individu maupun kelompok. Pelaku dakwah pada Komunitas tauhid adalah

keseluruhan muslim-muslimah yang tergabung dalam komunitas ini dengan pelaku utama adalah Ahmad Sultoni selaku pembina dan tim inti komunitas ini. Keseluruhan anggota dalam komunitas ini menjadi pelaku dakwah sebab dalam penyampaian dakwah tidak hanya terpusat dari pembina ataupun tim inti, akan tetapi anggota komunitas tauhid diajak untuk bersama-sama menyampaikan nilai-nilai dakwah dan pengalaman mereka yang menyangkut kekuatan doa dan sedekah.

Kedua, *Mad'u* (mitra dakwah) adalah orang yang menjadi sasaran dakwah baik sebagai individu maupun kelompok. Objek dakwah dalam komunitas ini adalah semua yang tergabung di Komunitas tauhid. Penyampaian materi tidak hanya berasal dari pembina atau tim inti, melainkan seluruh anggota juga diperkenankan membagi pengalaman dan ilmunya melalui group WhatsApp sehingga semua yang menerima pesan tersebut secara otomatis juga telah menjadi objek dakwah Komunitas tauhid.

Ketiga, *Maddah* (materi dakwah) berupa pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Cakupan materi yang disampaikan oleh Komunitas tauhid cukup luas, sehingga banyak sehal cabang ilmu yang disampaikan melalui komunitas ini, namun dari tim inti mengerucutkan materi dakwah yang disampaikan seputar kekuatan doa dan sedekah yang ditambah dengan saling berbagi pengalaman antar anggota mengenai pengalaman mereka terkait doa yang terkabulkan atau kekuatan sedekah yang mereka rasakan. Sedangkan untuk anggota komunitas ini sendiri diperbolehkan mengirim materi terkait pengetahuan Islam dalam berbagai bentuk seperti tulisan, video atau tulisan yang bermanfaat untuk masing-masing anggota Komunitas tauhid.

Keempat, *Wasilah* (media dakwah) merupakan alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*. Dalam penyampaian materi dakwah, komunitas ini memanfaatkan beberapa aplikasi seperti WhatsApp, Telegram, Zoom, YouTube, Instagram, dan Facebook. Akan tetapi dari banyaknya media komunikasi yang bisa dimanfaatkan, komunitas ini lebih focus melakukan dakwah melalui aplikasi WhatsApp sebagai media dakwah sekaligus media komunikasi antar anggota dengan tim inti, antar tim inti dengan anggota, antar anggota dengan pembina, antar pembina dengan tim inti, atau antar tim inti dengan tim inti lainnya.

Kelima, *Thariqah* (metode dakwah) yaitu metode yang akan digunakan untuk menyampaikan sesuatu, atau dengan kata lain cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan dakwah. Kegiatan dakwah oleh komunitas tauhid menggunakan beberapa metode yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dakwah. Pada awalnya Komunitas tauhid menggunakan metode *bil lisan* dalam penyampaian dakwah secara langsung di masjid-masjid Kota Salatiga. Perubahan strategidakwah yang dilakukan oleh Komunitas tauhid, tentunya juga memunculkan metode baru yang digunakan. Komunitas tauhid menggunakan metode *bil-qalam* melalui pesan yang dikirim di group WhatsApp Komunitas tauhid dan media lainnya yang digunakan. Penggunaan metode *bil-lisan* tidak hanya terhenti di kajian yang dilakukan secara langsung di masjid-masjid, akan tetapi metode ini tetap dilakukan dalam kegiatan tertentu, seperti pembinaan secara pribadi dengan pembina atau tim inti, penyampaian materi dalam kegiatan melalui Zoom, virtual dakwah yang memanfaatkan aplikasi YouTube atau video dan lainnya.

Keenam, *Atsar* (efek dakwah) atau *feed back* (umpan balik), hal ini diperlukan untuk menganalisis keberhasilan atau kegagalan dalam strategi dakwah sehingga apabila ada kesalahan dapat diperbaiki dan diusahakan untuk tidak terulang kembali. Pengaruh positif dari kegiatan dakwah dirasakan oleh anggota Komunitas tauhid, hal ini dapat disimpulkan dari tanggapan narasumber yang diwawancarai oleh peneliti. Mereka menuturkan bahwasanya mereka merasakan perubahan dalam diri mereka ke arah yang lebih positif setelah tergabung dan menerima pesan dakwah di Komunitas tauhid. Selain itu, harapan positif juga disampaikan oleh anggota dan tim inti Komunitas tauhid terkait keberlangsungan dakwah dari komunitas ini. Anggota komunitas juga terlihat memberikan umpan balik ketika terdapat pesan yang di kirimkan di group WhatsApp Komunitas tauhid. Akan tetapi meski demikian juga terdapat evaluasi yang disampaikan anggota mengenai kelangsungan dakwah di Komunitas tauhid, salah satunya mengenai pemanfaatan media yang dirasa belum maksimal dan banyaknya pesan candaan yang ada di group WhatsApp Komunitas tauhid.

Konsep dakwah yang saat ini dilakukan oleh komunitas tauhid dapat menjadi referensi metode dakwah baru dan adopsi media baru sebagai alat penunjang kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah yang sempat terhenti karena

kendala situasi dan kondisi akan tetap bisa dilaksanakan dengan memanfaatkan media. Tantangannya adalah bagaimana memberikan pemahaman kepada para *dai* untuk dengan bijak memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Keberadaan *da'i* muda yang sadar akan media dirasa sangat diperlukan sebagai pelopor dakwah di tengah kemajuan zaman.

Kesimpulan

Perubahan metode dakwah pada Komunitas tauhid menjadi bagian dari contoh dampak perubahan sosial akibat berkembangnya teknologi dan informasi. Perubahan ini juga menjadi bentuk dari akibat adanya pandemic *covid-19* sehingga perubahan strategi dakwah harus dilakukan demi tetap berlangsungnya kegiatan dakwah Komunitas tauhid. Perubahan strategi dakwah dari Komunitas tauhid memberikan pengertian baru bahwasanya dakwah Islam merupakan suatu yang fleksibel dan mampu menyesuaikan perkembangan dan perubahan di masyarakat. Kegiatan dakwah oleh Komunitas tauhid yang memanfaatkan media sosial menjadikan kegiatan dakwah tidak sebatas pada pemberian materi di tempat majlis dalam waktu yang sudah ditentukan. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi dan strategi baru yang dilakukan oleh pegiat dakwah, menjadikan kegiatan dakwah dapat dinikmati oleh siapa saja dengan tidak terbatas pada waktu, ruang, tempat dan biaya kebutuhan dakwah.

Kebiasaan baru dalam kegiatan dakwah komunitas tauhid dapat menjadi referensi metode dan media baru yang bisa diterapkan oleh para pegiat dakwah yang terpaksa menghentikan kegiatan dakwah mereka karena situasi dan kondisi. Akan tetapi dakwah demikian memberikan tantangan baru bahwa para pegiat dakwah memang benar-benar dituntut untuk mempelajari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi baru yang berkembang di masyarakat. Keberadaan *da'i* muda yang sadar akan teknologi sangat dibutuhkan dalam dunia dakwah saat ini.

Daftar Pustaka

- Abdullah, V. A. (2017). Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyarakat Modern (Sebuah Kritik terhadap Budaya Populer). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18n1dnk02>
- Akmal, F., & Fazri, A. (2017). Konsep Pengembangan Metode Dakwah Modern. *Attanzir*, 8(2), 183–198.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Kencana.

- Fazri, Z. (2020). Hadis Dakwah Dalam Perspektif Ilmu Dakwah Kontemporer. *Osf.Prepint*, 1(1).
<https://doi.org/doi:10.31219/osf.io/qz3ub>.
- Hasan, R. (2018). Kontribusi dan Strategi Metode Dakwah di Era Globalisasi. *Jurnal Peurawi*, 1(2), 69–81.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratification Theory*. USU Press.
- Kamal, M. (2015). Pemberdayaan Da'i Lokal Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat. *Pasaman: Jurnal Dakwah*, 16(2), 241–256.
- Marius, J. A. (2006). Perubahan Sosial. *Jurnal Penyuluhan*, 2(2), 125–132.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2nd ed.). Rosdakarya.
- Mubarak, M. S., & Halid, Y. (2020). Dakwah yang Menggembirakan Perspektif Al-Qur ' an (Kajian terhadap qs. An-Nahl ayat 125). *Al-Munzir*, 13(1), 35–56.
- Pranita, E. (2020, May). Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari. *Kompas.Com*.
- Rachman, A. (2015). *Milyarder Muliader*. Meta Kata.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Rozikan, M. (2017). Transformasi Dakwah Melalui Konseling Islam. *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*, 2(1), 77–89.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 11–23.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190.
- Susanto, A. S. (1977). *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bina Cipta.
- Yahya, Y. (2016). Dakwah Islamiyah dan Proselytisme; Telaah Atas Etika Dakwah dalam Kemajemukan. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 1(1), 81–98.
- Zubaedi, & Kartikowati, E. (2016). *Psikologi Agama dan Psikologi Islami (Sebuah Komparasi)*. Kencana.
- Zulkarnaini, Z. (2015). Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Dakwah Risalah*, 26(3), 151–158.