

Inovasi strategi media da'wah dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan pada masa pandemic covid 19 di Kecamatan Cileungsi

Tahir a.1.*

*a Universitas Islam Jakarta, Jakarta, Indonesia

¹ tahirpuri27@gamil.com

*Correspondent Author

KATAKUNCI

Inovasi media da'wah;
Pemahaman Keagamaan;
Wilayah Cileungsi.

KEYWORDS

*Da'wah media innovation;
Understanding of Religion;
Cileungsi Region.*

ABSTRAK

Pemahaman terhadap ajaran agama dapat dinilai sebagai stimulus yang berdampak pada perilaku keagamaan seseorang. Pemahaman keagamaan sebagai aktivitas yang didasarkan pada nilai-nilai agama yang diyakini, dipengaruhi oleh intensitas keaktifan individu dalam menggunakan media da'wah, dalam penggunaan media da'wah sebagai sarana untuk meningkatkan keagamaan ternyata lebih banyak dipengaruhi oleh Youtube. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media da'wah dalam peningkatan keagamaan. Serta upaya Inovasi strategi dalam meningkatkan media da'wah dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan. Dengan mengetahui tujuan ini diharapkan akan ada perbaikan bagi Para da'wi dan lembaga da'wah sehingga bisa hasil maksimal dalam berda'wah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, deskriptif analitis, teknik pengumpulan data dengan angket, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 45 responden dengan sampel yang berjumlah 37 responden. Menganalisa data penulis menggunakan rumus Chi Kwadrat. Hasil yang diperoleh adalah (χ^2 hit) 30,59 lebih besar dari χ^2 kwadrat tabel (χ^2 tab) baik dalam taraf signifikan 5% yaitu 5,991 maupun taraf signifikan 1% yaitu 9,210 dan juga terlihat dari hasil analisis data KK sebesar 0,7 dalam kategori cukup. Oleh karena itu, hipotesis yang digunakan bahwa "Inovasi strategi media da'wah sangat berpengaruh dan sangat dibutuhkan dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan di Cileungsi.

Innovation of da'wah media strategies in an effort to increase religious understanding during the Covid 19 pandemic in small villages

Understanding of religious teachings can be assessed as a stimulus that has an impact on one's religious behavior. Understanding of religion as an activity based on believed religious values is influenced by the intensity of individual activity in using da'wah media, in the use of da'wah media as a means to increase religion it turns out to be more influenced by YouTube. The purpose of this study is to find out the da'wah media in increasing religion. As well as strategic innovation efforts to improve da'wah media in an effort to increase religious understanding. By knowing this goal, it is hoped that there will be improvements for preachers and da'wah institutions so that maximum results can be obtained in preaching. This study uses quantitative methods, descriptive analysis, data collection techniques by questionnaire, interview methods, and documentation methods. While the population in this study amounted to 45 respondents with a sample of 37 respondents. Analyzing the author's data using the Chi Square formula. The results obtained

were (x2 hits) 30.59 greater than the chi squared table (x2 tabs) both at a significant level of 5%, namely 5.991 and at a significant level of 1%, namely 9.210 and it can also be seen from the results of data analysis of KK of 0.7 in the category enough. Therefore, the hypothesis used is that "Innovation in da'wah media strategies is very influential and is very much needed in efforts to increase religious understanding in Cileungsi.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Pendahuluan

Media merupakan salah satu metode yang sangat urgen dalam berda'wah. Perkembangan dakwah di Indonesia khususnya di Cileungsi sangat menjamur, dengan menggunakan berbagai metode dan media, baik cetak maupun elektronik, kaset, VCD, DVD, yang kemudian dijual bersama buku, jurnal, dan majalah. Bahkan ada pula yang menyampaikan tausiah, nasehat, dan dakwah melalui media stasiun televisi dan radio, serta dunia maya, seperti WA, website, blog, mailing list (milis), dan jejaring sosial. Inovasi strategis media dalam berda'wah memiliki pengaruh yang signifikan dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan terutama di daerah Cileungsi.

Media sebagai metoda dalam berda'wah memiliki tiga fungsi yaitu:

- a. Sebagai sarana komunikasi, media merupakan alat transformasi pesan-pesan ajaran, doktrin, tempat perekrut bagi anggota-anggota baru, halaqah dan daurah. Hal ini seperti yang dilakukan diberbagai tempat seperti salah satu di Cileungsi.
- b. Sebagai Bahasa, media digunakan sebagai tempat memperkenalkan identitas diri dan eksistensi dari ajaran-ajaran keagamaan.
- c. Sebagai lingkungan, media digunakan sebagai tempat berinteraksi, berkumpul serta mencurahkan perhatian, dan mempererat silaturahmi antara anggota. Da'wah selalu dilaksanakan kapan dan dimana pun berada, masa pandemik mengharuskan penda'wah lebih meningkatkan dan menghasilkan pemahaman keagamaan yang lebih efektif.

Media banyak menampilkan keunggulannya dalam memberikan dan membantu para jama'ah atau pengajar dalam proses menyampaikan da'wah dan pesan pembelajaran serta lebih tepat, cepat dan sistimatis yang bisa ditangkap oleh anak-anak didik dan Jama'ah. Media memiliki energi positif dan sinergi yang mampu merubah tingkah laku mereka ke arah perubahan positif. Media memiliki peran antara lain untuk memperkaya pengalaman belajar para jama'ah dan penda'wah, ekonomis, meningkatkan perhatian terhadap pelajaran, mengikutsertakan banyak panca indera dalam proses da'wah, meminimalisir perbedaan persepsi antar penda'wah dan jama'ah, menambah kontribusi positif para jama'ah dalam memperoleh pengalaman belajar, dan membantu menyelesaikan perbedaan pribadi antara jama'ah.

Ada tiga jenis model media yaitu: media perangkat/peralatan (al-ajhizah), seperti radio, tape recorder, CD. Media materi pembelajaran (al-mawad al-ta'limiyah wa al-ta'llumiyah), seperti alat untuk menampilkan gambar, alat peraga, proyektor untuk menampilkan transparan dan lain-lain. Kegiatan penunjang pembelajaran (al-nasyathath al-ta'llumiyah) seperti buku-buku, gambar, peta, leflet, transparan, kartu dan symbol.

Dakwah merupakan kegiatan yang bertujuan untuk merubah seseorang dari kondisi yang tidak baik menuju kearah yang baik bahkan yang lebih baik. Dengan harapan ajaran Islam dapat diamalkan dan dijadikan budaya dalam kehidupannya. Hal ini harus dilakukan secara profesional, dalam artian "memerlukan kepandaian husus untuk menjalankannya. Dalam kegiatan dakwah yang profesional, tidaklah selamanya dihubungkan dengan pembayaran yang ditentukan, karena pelaksanaan dakwah mempunyai hubungan untuk melaksanakan perintah

Allah SWT dan Rasul-Nya, maka profesional disini, tidaklah diukur dengan tarif pembayaran, namun da'i sebaiknya menjadi teladan dalam ucapan dan tindakan serta melakukan dakwah secara ikhlas. Adapun kemudian ada yang memberi honor, itulah rizki yang ia terima.

Dalam penyampaian dakwah Islam, dalam hal ini seperti di radio, diharuskan supaya Da'i yang menjadi pemateri siaran radio adalah yang berkualitas (mumpuni wawasan agamanya). Disamping itu Da'i merupakan unsur dakwah yang paling utama, karena tanpa da'i dakwah tidak mungkin akan berjalan. Dakwah pada dasarnya melakukan amar makruf nahi munkar (menyuruh kepada yang makruf dan melarang dari yang munkar)

Dari paparan diatas, peneliti perlu mengangkat tema " Inovasi Strategis Media Da'wah Dalam Upaya Peningkatan Pemahaman Keagamaan di Era Pandemi Covid 19 di Daerah Cileungsi. Adapun rumusan masalah yang peneliti angkat adalah Inovasi Strategi Media Da'wah Dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan di masa pandemic covid 19 di daerah Cileungsi, sehingga dengan adanya penelitian ini ada solusi terbaik dalam menata da'wah di lingkungan Cileungsi. Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui inovasi strategi media da'wah dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan pada masa Pandemi covid 19 di daerah Cileungsi serta untuk mengetahui pandangan-pandangan atau pola pikir inovasi strategi media da'wah dalam upaya peningkatan pemahaman keagamaan pada masa Pandemi covid 19 di daerah Cileungsi

Ada beberapa kajian Terdahulu yang Relevan yang tema nya hampir mirip dengan tema peneliti, diantaranya Media Pembelajaran Bahasa arab yang ditulis oleh Maksudi, isinya tentang pengertian, urgensi media pembelajaran, Macam dan Ragam Media Pembelajaran Bahasa Arab, Cara membuat media pembelajaran, sementara peneliti menyoroti tentang Inovasi strategi media da'wah nya Media Pembelajaran Bahasa Arab yang ditulis oleh Aminudin isinya tentang Pengertian Media Pembelajaran bahasa Arab, Peranan Media dalam Pembelajaran Bahasa Arab, dengan demikian Berbeda dengan peniliti yang menyoroti tentang inovasi strategi media da'wah.

Strategi Dakwah Salafi yang ditulis oleh Muhammad Ali Chozin dalam jurnal Dakwah media komunikasi dan Dakwah Institut Studi Islam Fahmia. Perbedaan dengan peniliti adalah tentang inovasi dan tempat dan obyek penelitiannya. Teori Aminudin menyatakan bahwa Media telah menunjukkan keunggulannya dalam membantu para pendidik atau pengajar dalam proses menyampaikan pesan pembelajaran serta lebih cepat dan mudah ditangkap oleh anak-anak didik. Teori Al-Fauzan menyebutkan bahwa peranan media pembelajaran yakni: memperkaya pengalaman belajar peserta didik, ekonomis, meningkatkan perhatian peserta didik terhadap pelajaran, mengikutsertakan banyak panca indera dalam proses pembelajaran, meminimalisir perbedaan persepsi antar guru dan peserta didik, menambah kontribusi positif peserta didik dalam memperoleh pengalaman belajar, dan membantu menyelesaikan perbedaan pribadi antara peserta didik

Teori pembelajaran, bahwa belajar adalah perubahan perilaku yang terjadi melalui pengalaman. Subtansi teori ini bukanlah menyuruh siswa untuk menghafal, akan tetapi belajar memecahkan masalah, merumuskan hipotesis dan mengujinya. Pada akhirnya, melalui arahan dan bimbingan guru siswa dapat membuat kesimpulan. Strategi seperti ini lebih menuntut siswa lebih aktif, sedangkan guru hanya membantu mengarahkan saja. Teori Crawl, Kaminsky & Podell (1997) mengemukakan tiga teori yang mendasari pengembangan strategi pembelajaran. Pertama, Advance Organizers dari Ausubel, yang merupakan pernyataan pengantar yang membantu siswa mempersiapkan kegiatan belajar baru dan menunjukkan hubungan antara apa yang akan dipelajari dengan konsep atau ide yang lebih luas. Kedua, Discovery learning dari Bruner, yang menyarankan pembelajaran dimulai dari penyajian masalah dari guru untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menyelidiki dan menentukan pemecahannya. Ketiga peristiwa-peristiwa belajar dari Gagne.

Secara bahasa inovasi berasal dari bahasa Inggris yaitu inovation, yang berarti sesuatu

yang dilakukan dengan baik atau berhasil. Sedangkan menurut Nurdin Inovasi adalah sesuatu yang baru, yang dikenalkan dan dilakukan praktik atau proses baru (baik barang ataupun layanan) atau bisa juga sesuatu yang baru namun hasil adopsi dari organisasi lain.. Sementara itu menurut Sa'ud, inovasi adalah pilihan kreatif, pengaturan, serta seperangkat manusia dengan sumber-sumber material baru, dan juga menggunakan cara-cara yang unik guna menghasilkan peningkatan atas pencapaian yang telah menjadi tujuan sebelumnya..

Lebih lanjut, Menurut Kuniyoshi Urabe, inovasi bukan diartikan sebagai suatu kegiatan one time phenomenon, melainkan sesuatu yang membutuhkan proses panjang serta kumulatif. Di antaranya proses pengambilan keputusan oleh para anggota organisasi, mulai dari penemuan gagasan atau ide sampai dengan target pemasaran. Menurut Van de Ven, Andrew H, inovasi adalah pengembangan sekaligus implementasi atas gagasan baru yang dilakukan seseorang dalam jangka waktu tertentu dengan berbagai aktivitas transaksi tertentu di dalam organisasi.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka penulis mencoba memberikan kesimpulan mengenai pengertian dari inovasi yaitu, ide atau gagasan baru yang dilakukan seseorang dalam waktu tertentu untuk mencapai tujuan. Inovasi merupakan unsur yang terpenting dalam mencapai sebuah tujuan atau target didalam perencanaan awal organisasi, instansi dan tujuan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, inovasi sangat dibutuhkan dalam kegiatan yang dijalankan atau dilaksanakan.

DA'WAH

Menurut bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab bentuk masdar dari lafad da'a-yada'u-da'watan, yang berarti "panggilan, seruan atau ajakan". Sedangkan menurut istilah secara garis besar dakwah berarti mengajak seseorang atau masyarakat untuk melakukan sesuatu dan meninggalkan sesuatu lainnya, yang harus dilakukan dengan menggunakan suatu media (Karim, 2016: 158-159).

Hafid Anshori menyebut dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati Allah Subhanahu wa Ta'ala, amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat,sertanahi mungkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi Allah Subhanahu wa Ta'ala. Oleh karena itu, Moh Ali Aziz di dalam buku Ilmu Dakwah, menjelaskan bahwa 'amar ma'ruf (memerintahkan kebaikan) tidak dapat dipisahkan dari nahi mungkar (mencegah kemungkaran atau perbuatan terlarang). Dengan demikian maka konsep dakwah disini adalah 'amar ma'ruf nahi mungkar" (Aziz, 2004: 31).

Istilah amar ma'ruf nahi mungkar ini secara praktis telah diperkenalkan oleh Nabi Muhammad SAW kepada para sahabatnya. Karena memang amar ma'ruf nahi munkar merupakan bagian dari doktrin agama. Di dalam Al- Qur'an istilah ini sampai diulang hingga sembilan kali dalam lima surat salah satunya adalah Q.S. Al-Imran ayat 104 (Aziz, 2004: 37). Ibnu Taimiyah dalam Abu Fahmi

menyarankan agar para pelaksana amar ma'ruf nahi munkar adalah orang-orang yang memahami tentang segala perintah dan semua larangan Allah Subhanahu wa Ta'ala, juga tidak mendahulukan perasaan serta nafsunya sebagai pijakan untuk melarang dan memerintah (Fahmi, 1990: 11).

Sebagaimana dijelaskan di atas, maka 'amar ma'ruf nahi mungkar yang dimaksudkan tidak lain adalah berdakwah. Yaitu upaya mengajak, menyeru, memanggil dan mengundang manusia untuk beriman hanya kepada Allah Subhanahu wa ta'ala. Mematuhi segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya untuk kebahagiaan dunia dan akhirat (Novitasari, 2018: 3). Sedangkan inti dari menjalankan amar ma'ruf dan nahi munkar adalah menebar kebaikan dan mencegah keburukan yang merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia.

Selain dakwah bertujuan untuk mengajak dan menasehati, dakwah memiliki peran sebagai faktor penyeimbang kehidupan manusia untuk tidak hanya berhikmat pada kehidupan duniawi yang kian dimegahkan oleh kemajuan teknologi canggih, akan tetapi juga diperlukan mengevaluasi diri untuk terus menyeimbangkannya dengan kehidupan ruhaniah (akhirat). Menurut Al-Ghazali dalam Pia Khoirotun Nisa disebutkan konsep dakwah `amar ma'ruf nahi mungkar merupakan bagian yang tak terpisahkan satu dari yang lainnya, meliputi segala aspek kehidupan manusia, begitu juga sebaliknya para pendukung perbuatan mungkar dan yang

menghalangi ma'rūf akan menggunakan segala jalur kehidupan. `Amar ma'rūf nahi mungkar merupakan sarana yang dapat dijadikan kegiatan dakwah Islamiyah. Dakwah tidak akan tumbuh dan berkembang tanpa `amar ma'rūf nahi mungkar (Nisa, 2018: 249). Karenanya, betapapun perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dipergunakan manusia, maka kebutuhan dakwah akan terus relevan untuk mengingatkan kepada kebenaran yang mutlak.

Seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan dakwah tidak hanya dapat dilakukan dalam satu majelis khusus dan disampaikan secara manual atau bertatap muka. Namun kini dapat dilakukan di manapun dan kapanpun, meski tanpa bertatap muka. Misalnya dengan keberadaan internet yang merupakan produk kemajuan zaman, maka dakwah dapat dilakukan secara mudah dan meluas. Internet dapat dipergunakan sebagai salah satu alternatif cara berdakwah yang strategis dan dimungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih baik antar umat yang semakin menglobal ini. Sebagian orang muslim mengakui manakala dakwah dilakukan melalui media virtual atau yang dikenal dengan dunia maya, daya jangkau penyiaran Islam akan lebih efektif. Penyiaran dakwah melalui media nantinya akan menjadi titik tolak untuk menemukan bentuk ideal suatu sarana dakwah yang lebih tepat untuk dikembangkan di masa kini dan masa depan. Keberadaan internet yang sangat tinggi nilai kegunaannya ini, tentu akan memiliki nilai tersendiri manakala dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah dengan strategi manajemen yang lebih mampu menjangkau mad'u (penerima dakwah) yang lebih luas.

MEDIA INTERNET

Internet (inter-network) merupakan jaringan yang menggabungkan beberapa komputer yang terhubung dalam sebuah internet protocol (IP) yang mencakup secara luas ke seluruh dunia. Internet terdiri dari ratusan bahkan ribuan jaringan komputer (computer networking) mulai dari jaringan akademik, institusi, perusahaan, pemerintahan dan sebagainya. Jaringan tersebut membawa informasi dan beberapa layanan seperti email, chatting, transfer file, web (Utomo & Syafrudin, 2009).

Dalam internet menyuguhkan beragam perangkat sosial media yang memajukan penggunaannya. Seperti adanya Twitter, Facebook, Blogger, Youtube, Instagram, bahkan kini perangkat-perangkat seperti Facebook dan Instagram tersebut dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan seseorang dan memudahkan komunikasi memberikan feedback terhadap pesan yang diterima berinteraksi serta memberikan feedback terhadap pesan yang diterima (Zaini, 2013: 93-108).

Dengan adanya berbagai aplikasi media sosial tersebut, dewasa ini masyarakat cenderung lebih banyak menggunakan gadget mereka untuk melakukan berbagai aktivitas salah satunya memperoleh informasi. Internet sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari manusia untuk membantu mereka melakukan berbagai aktivitasnya, dengan adanya media sosial juga masyarakat akan lebih mudah mengakses informasi kapan saja dan dimana saja tanpa mengenal batasan ruang dan waktu.

Metode

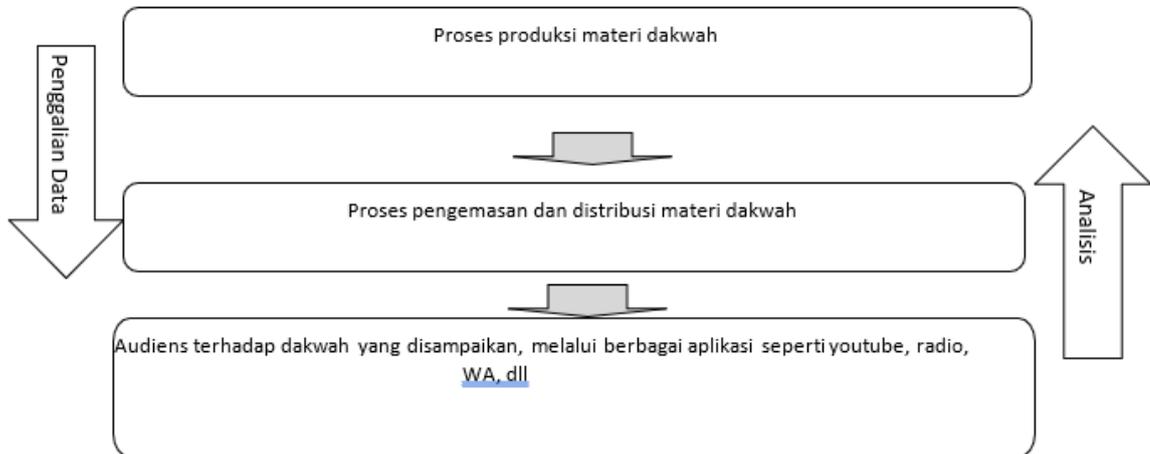
Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode discourse analysis (analisis wacana) untuk meneliti proses produksi materi dakwah para dai dan dengan pendekatan eksploratif untuk melihat bagaimana proses distribusi atau penggunaan platform media dan aplikasi yang digunakan serta melihat respon audiens terhadap materi dan kemasan dakwah yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang mendalam (in-depth interview), yaitu teknik yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terbuka yang dilakukan secara lentur dan longgar dan dimaksudkan untuk mencari informasi yang mendalam atas fokus penelitian, Observasi atau pengamatan langsung di dunia digital dengan meneliti tayangan maupun respon dari audiens, Studi Literatur, yaitu teknik yang dilakukan untuk memperoleh data dari dokumen, arsip, website, serta berbagai laporan penelitian mengenai dakwah virtual keduanya.

Data yang diperoleh akan diolah dengan menganalisis data yang diperoleh dari Wawancara, dan Observasi kemudian setelah memperoleh dikategorisasi (coding) maka dapat

menggunakan data dari studi literatur untuk memperkuat temuan. Baru kemudian dianalisis dan disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Skema Logika analisa hasil riset:



Subyek dari penelitian ini adalah dai, tim produksi materi dakwah, tim distribusi materi dakwah, stakeholders (tokoh agama dll), mad'u atau audiens, termasuk ahli internet.

Tabel Jumlah dan Komposisi Informan yang diwawancarai

Informan	Jumlah Informan
Dai	2 orang
Tokoh agama	2 orang
Tim Produksi Materi dakwah (penulis/perekam, editor, dan pimpinan produksi)	2 orang
Audiens/mad'u (offline & online: youtube, facebook)	37 orang
Ahli Internet	2 orang
Jumlah	45 orang

Jumlah informan bisa berkurang dan bertambah sesuai dengan kondisi di lapangan dan kebutuhan penelitian. Pendekatan eksploratif untuk melihat bagaimana proses distribusi atau penggunaan platform media dan aplikasi yang digunakan serta melihat respon audiens terhadap materi dan kemasan dakwah yang dilakukan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di dua kajian, yaitu Majelis Tafsir Jalalain yang di asuh oleh KH Slamet Aziz Zen yang Jama'ahnya kurang lebih 400 yang dilakukan setiap hari Ahad di setiap Masjid-masjid dan mushola-mushola di Daerah Cileungsi, Masjid al-Barkah atau Radio Rodja yang di asuh oleh Ustadz Badrussalam.

Hasil dan Pembahasan

1.1 Penerapan Penguatan Karakter Religius Siswa Kelas III Melalui Budaya Sekolah di SD Muhammadiyah 2 Gempol

Dari sisi teknologi yang digunakan, kita dapat membedakan dakwah ke dalam tiga kelompok dalam sebuah kontium kemitakhiran teknologi yang digunakan: dakwah konvensional, teledakwah dan e-Dakwah. Beberapa perbedaan antara e- Dakwah, teledakwah dan dakwah konvensional dari berbagai aspek dapat dilihat table berikut ini:

No	Aspek Dakwah	Konvensional	Teledakwah	e-Dakwah
1	Metode	Human touch	Hi-tech touch Dominan	lebih Hi-tech touch
2	Cakupan	Terbatas	Luas	Hampir tak terbatas
3	Mode Interaksi	Satu tempat, satu waktu	Berbeda tempat, waktu Beda tempat, beda waktu	Beda tempat dan satu waktu Beda tempat dan beda Waktu
4	Teknologi	Tanpa teknologi / teknologi sederhana	Teknologi Penyiaran	Teknologi Informasi (internet)
5	Keahlian Pengetahuan	Pengetahuan Agama.	Pengetahuan Agama. Pengetahuan Broadcasting	Pengetahuan Agama. Pengetahuan tentang Teknologi Informasi

Dilihat dari table di atas menunjukkan betapa internet memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tidak terbatas. Ramalan tentang terbentuknya kampung dunia atau global village oleh Alvin Toffler dengan internet kini telah menjadi kenyataan. Inilah gelombang ketiga perkembangan umat manusia yang tidak bisa dibantah. Negeri-negeri nan jauh kini bak seperti rumah tetangga, yang kapan saja kita bias lihat keadaannya, realtime. Platform teknologi komunikasi yang bisa digunakan beragam, tinggal pilih. Berbentuk tulisan, atau hanya suaranya saja, atau bahkan dengan gambarnya langsung kapan saja dan di mana saja bias dilakukan. Ini tentu sangat mendukung kerja-kerja dakwah.

Di sisi lain, internet juga memberikan kemudahan hasil karya online. Ia menciptakan variasi terhadap peralatan navigasi yang lebih lama seperti daftar isi, indeks, atau konkordansi. Dengan link membuat pengguna internet mampu melompat antardokumen digital dengan mudah dibandingkan dengan melompati halaman cetak. Hal ini didukung dengan kombinasi berbagai informasi di satu layar, media internet semakin memecah isi dan memanjakan penggunaannya

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 196.71 juta dari jumlah penduduk seluruhnya 266.91 juta. Itu artinya ada 73,7 % yang menggunakan internet. Dari jumlah ini disebutkan rata-rata mengakses internet di atas 8 jam per hari dengan pilihan social media sebagai konsumsi utama sebesar 51 persen.

Berikut hasil surveinya:



Gambar 1

Berkaitan dengan hal itu, Muhammad Adam mengatakan jika para ustadz dan guru ngaji masa kini tidak mengikuti perkembangan zaman dan arus digital, memiliki konsekuensi ditinggalkan jamaahnya. Menurutnya, cara ngaji di era sekarang harus kekinian, bersahabat dengan teknologi.

Dari seluruh pengguna internet, sesuai survey APJII, 61 persen paling sering membuka youtube, disusul facebook, instagram, dan twitter. Dan di sini konten keagamaan masuk dalam 10 besar yang paling banyak diakses, menempati peringkat ketujuh. Rinciannya adalah menonton film 16,2 persen, musik 13,6 persen, olahraga 8,9 persen, kuliner 7,7 persen, tutorial games 7,1 persen, dunia entertainment 5,6 persen, dan ceramah agama 5,3 persen.

Riset Pardinto menyimpulkan tiga hal, yakni: (1) umat Islam harus memanfaatkan internet seoptimal mungkin untuk kepentingan dakwah, (2) umat Islam seyogyanya menguasai teknologi agar mampu mengakses dan menyebarkan konten keislaman di internet, (3) umat Islam diharapkan dapat meneguhkan dakwah bil internet di era digital seperti sekarang ini.15. Faktanya, antara dai dan internet menjadi semakin dekat. Lazim belaka kita temui dai-dai Indonesia yang kini memanfaatkan sosial media. Sebut saja misalnya Gus Mus, Aa Gym, Yusuf Mansur dll. Mereka setidaknya telah terlihat memanfaatkan Twitter dan Instagram.

Dalam penelitian Hidayatullah mengenai pemanfaatan Twitter sebagai media dakwah, khususnya dengan cara kultwit, menyimpulkan bahwa Twitter mampu menjadi medium persebaran pesan-pesan dakwah dan cukup populer di kalangan anak muda. Berdakwah

melalui Twitter juga dipandang sebagai cara yang menarik dan selaras dengan zaman (era digital).

Hal ini terbukti dengan fakta bahwa Internet telah menjadi rujukan mencari informasi agama. Shelina Janmohamed dalam bukunya *Generation M*. Janmohamed mengutip pernyataan Usman salah satu informannya asal Nigeria tentang bagaimana internet dimanfaatkan. Menurutnya, ketika mencari informasi keislaman ia sering memanfaatkan internet. Misalnya ketika mencari tahu aturan fikih yang membingungkan.

Berikut ini hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan pertanyaan sebagai berikut:

Pertanyaan Nomor 1 yang diajukan adalah: "Apakah saudara mengetahui tentang Media da'wah?" (jawaban ya atau tidak) dan pada Tabel 4.1 di bawah ini adalah jumlah jawaban responden dan persentase terhadap pertanyaan Nomor 1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden Tentang Media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 1

Pertanyaan Nomor 1	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban		
Ya	37	100
Tidak	00	0
	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022.

Pertanyaan nomor 1 pada kuesioner tentang Media da'wah, diperoleh jawaban "Ya" sebanyak 37 orang. Artinya penggunaan Media da'wah diketahui oleh 37 responden (100%) dan tidak ada reponden yang memberikan jawaban "Tidak" tentang penggunaan Media da'wah

Pertanyaan Nomor 2 yang diajukan adalah: "Media da'wah apa yang saudara ketahui" (Pilihan) dan pada Tabel 4.2 di bawah ini adalah jumlah jawaban responden dan persentase terhadap pertanyaan Nomor 2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Tentang jenis media da'wah
Untuk Pertanyaan Nomor 2

Pertanyaan Nomor 2	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban		
Youtobe	31	
Instagram	14	
Tiptok	10	
Facebook	15	
Twiter	04	
Whats Ap	15	
Yang lain sebutkan	8	

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022.

Untuk pertanyaan nomor 2 pada kuesioner tentang jenis media da'wah. diperoleh jawaban "Youtube" sebanyak 31, Instagram sebanyak 14, Tiptok sebanyak 10, Facebook sebanyak 15, Twiter sebanyak 04, What Ap sebanyak 15, yang jawab lainnya 08, artinya responden mengetahui pengetahuan jenis Youtube sebagai media da'wah banyak digunakan 31 responden .media da'wah, sementara yang paling sedikit menggunakan Twiter 04 responden .

Pertanyaan Nomor 3 yang diajukan adalah: "Apakah ada manfaat Media da'wah bagi pengetahuan pemahaman keagamaan Anda" (jawaban ya atau tidak) dan pada Tabel 4.3 di

bawah ini adalah jumlah jawaban responden dan persentase terhadap pertanyaan Nomor 3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Tentang Manfaat Media da'wah bagi pengetahuan pemahaman keagamaan Anda Untuk Pertanyaan Nomor 3

Pertanyaan Nomor 3	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban		
Ya	33	100
Tidak	00	0
Tidak Jawab	04	
	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022.

Pertanyaan nomor 3 pada kuesioner tentang manfaat Media da'wah bagi pengetahuan pemahaman keagamaan Anda, diperoleh jawaban "Ya" sebanyak 33 artinya semua responden mengetahui manfaat Media da'wah bagi pengetahuan pemahaman keagamaan Anda dan tidak ada responden yang memberikan jawaban "Tidak" tentang manfaat penggunaan bagi pengetahuan pemahaman keagamaan Anda bagi responden, sementara yang tidak menjawab 04.

Pertanyaan Nomor 4 yang diajukan adalah: "Alasan saudara menggunakan media da'wah?" (jawaban a, b, atau c) dan pada Tabel 4.4, di bawah ini adalah jumlah jawaban responden dan persentase terhadap pertanyaan Nomor 4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Tentang Alasan menggunakan media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 4

Pertanyaan Nomor 4	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Nomor 4		
a. Kepentingan komersial	01	21.6
b. Kebiasaan sehari-hari	03	56.8
c. Bergaya	03	21.6
d. Menambah wawasan keagamaan	30	
Jumlah	37	100,0

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022.

Pertanyaan nomor 4 pada kuesioner tentang alasan saudara menggunakan media da'wah, diperoleh jawaban untuk kepentingan komersial 01 responden (%), untuk kebutuhan sehari-hari diberikan oleh 03 responden (%), untuk bergaya diberikan oleh 03 responden (%), untuk menambah wawasan keagamaan diberikan oleh 30(%)

Pertanyaan Nomor 5 yang diajukan adalah: "Apakah saudara mengetahui kajian-kajian keagamaan dari media da'wah" (jawaban ya atau tidak) dan pada Tabel 4.5 di bawah ini adalah jumlah jawaban responden dan persentase terhadap pertanyaan nomor 5 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Distribusi Jawaban Responden Tentang kajian-kajian keagamaan dari media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 5

Pertanyaan Nomor 5	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban		
Ya	36	89,2
Tidak	00	10,8
Tidak Jawab	01	
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022

Pertanyaan nomor 5 pada kuesioner tentang kajian-kajian keagamaan dari media da'wah diperoleh jawaban "Ya" sebanyak 36 artinya responden yang mengetahui kajian-kajian keagamaan dari media da'wah sebanyak % dan 1 reponden (%) yang memberikan jawaban "Tidak" mengetahui kajian-kajian keagamaan dari media da'wah

Pertanyaan Nomor 6 yang diajukan adalah: "Menurut saudara, inovasi media da'wah perlu di tingkatkan" (range jawaban 1-5) dan pada Tabel 4.6 di bawah ini adalah jawaban responden yang terdiri jumlah per pertanyaan, nilai total, persentase, dan nilai rata rata terhadap pertanyaan Nomor 6 sebagai berikut:

Tabel 4.6

Distribusi Jawaban Responden Tentang inovasi media da'wah perlu di tingkatkan Untuk Pertanyaan Nomor 6

Pertanyaan Nomor 6	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Pertanyaan		
Setuju sekali	26	8,11
Setuju	10	-
Kurang setuju	00	8,11
Tidak setuju	00	56,76
Sangat tidak setuju	01	27,03
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian, 2022

Untuk pertanyaan nomor 6 pada kuesioner tentang inovasi media da'wah perlu di tingkatkan, diperoleh jawaban yang menyatakan setuju sekali diberikan oleh 26 responden (%), Setuju diberikan oleh 10 responden, kurang setuju sebanyak 0 responden (%), yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 responden (0 %), sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (%).

Pertanyaan Nomor 7 yang diajukan adalah: "Dengan media da'wah kita mudah mendapatkan materi keagamaan " (range jawaban 1-4) dan pada Tabel 4.7 di bawah ini adalah jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Tentang Dengan media da'wah kita mudah mendapatkan materi keagamaan Untuk Pertanyaan Nomor 7

Pertanyaan Nomor 7	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Pertanyaan		
Setuju sekali	26	10.81
Setuju	10	24.32
Kurang setuju	00	5.41
Tidak setuju	00	45.95
Sangat tidak setuju	01	13.51
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian 2022

Pertanyaan nomor 7 pada kuesioner Dengan media da'wah kita mudah mendapatkan materi keagamaan, diperoleh jawaban setuju sekali diberikan oleh 26 responden (%), setuju diberikan oleh 10 responden (%), kurang setuju sebanyak 0 responden (%), tidak setuju sebanyak 0 responden (0 %), sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (%).

Pertanyaan Nomor 8 yang diajukan adalah:” Kedangkalan memahami ajaran agama bisa disebabkan oleh Media da'wah ” (range jawaban 1-5) dan pada Tabel 4.8 di bawah ini adalah jawaban responden yang terdiri jumlah per pertanyaan, nilai total, persentase, dan nilai rata rata terhadap pertanyaan Nomor 8 sebagai berikut:

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Responden Kedangkalan memahami ajaran agama bisa disebabkan oleh Media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 8

Pertanyaan Nomor 8	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Pertanyaan		
Setuju sekali	09	97.30
Setuju	11	2.70
Kurang setuju	10	0.0
Tidak setuju	05	0.0
Sangat tidak setuju	02	0.0
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian, 2022

Untuk pertanyaan nomor 8 pada kuesioner Kedangkalan memahami ajaran agama bisa disebabkan oleh Media da'wah diperoleh jawaban setuju sekali diberikan oleh 9 responden (%), setuju diberikan oleh 11 responden (%), Kurang setuju 10 responden (%), Tidak setuju 5 responden (%), Sangat tidak setuju 2 responden (%).

Pertanyaan Nomor 9 yang diajukan adalah: ” Mudah menyalahkan orang lain bisa disebabkan oleh media da'wah ” (range jawaban 1-5) dan pada Tabel 4.9 di bawah ini adalah jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.9

Distribusi Jawaban Responden Tentang Mudah menyalahkan orang lain bisa disebabkan oleh media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 9

Pertanyaan Nomor 9	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Pertanyaan		
Setuju sekali	07	43,24
Setuju	16	45,95
Kurang setuju	08	8,11
Tidak setuju	05	2,70
Sangat tidak setuju	01	-
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian, 2022

Untuk pertanyaan nomor 9 pada kuesioner tentang Mudah menyalahkan orang lain bisa disebabkan oleh media da'wah, diperoleh jawaban setuju sekali diberikan oleh 7 responden (43,2%), setuju diberikan oleh 16 responden (45,9%) yang memberikan jawaban kurang setuju 8 responden (8,11%), 1 reseponden memberikan jawaban tidak setuju 5 responden (2,7%), Sangat tidak setuju 1 responden (%)

Pertanyaan Nomor 10 yang diajukan adalah: ” Konflik atau perpecahan dalam pemahaman keagamaan bisa disebabkan oleh media da'wah” (range jawaban 1-5) dan pada Tabel 4.10 di bawah ini adalah jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.10

Distribusi Jawaban Responden Tentang Konflik atau perpecahan dalam pemahaman keagamaan bisa disebabkan oleh media da'wah Untuk Pertanyaan Nomor 10

Pertanyaan Nomor 10	Jumlah	Persentase (%)
Jawaban Pertanyaan		
Setuju sekali	07	27.03
Setuju	16	32.43
Kurang setuju	06	10.81
Tidak setuju	03	24.32
Sangat tidak setuju	05	5.41
Jumlah	37	100

Sumber: Data primer hasil penelitian, 2022

Pertanyaan nomor 10 pada kuesioner persepsi tentang Konflik atau perpecahan dalam pemahaman keagamaan bisa disebabkan oleh media da'wah", diperoleh jawaban setuju sekali diberikan oleh 7 responden (27,03%), setuju diberikan oleh 16 responden (32,43%), kurang setuju 6 responden (10,81%), tidak setuju 3 responden (24,32%), sangat tidak setuju 5 responden (5,41%).

Sebelum dianalisis lebih lanjut, dilakukan uji terlebih dahulu terhadap instrument yang digunakan pada penelitian ini berupa uji validitas dan reliabilitas instrumen. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah dibuat memenuhi persyaratan keakurasian atau belum. Pada pelaksanaannya, kedua uji ini dilakukan dengan bantuan software SPSS. Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas isi. validasi isi dapat dicirikan sebagai substansi atau materi yang diuji dapat diterapkan pada kapasitas, informasi, ilustrasi, pengalaman atau dasar individu yang diuji. Jika, misalnya, kami menguji materi yang berada di luar hal yang sedang dipertimbangkan, tes tersebut tidak memiliki validasi isi (Putri, 2020).

Tabel 2. Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Validitas

Keputusan	Kategori
Valid	Jika rhitung lebih besar dari rtabel ($rhitung > rtabel$)
Tidak Valid	Jika rhitung lebih besar dari rtabel ($rhitung > rtabel$)

Pada penelitian ini terdapat 37 responden dan 10 pernyataan angket, sehingga didapatkan nilai koefisien pearson tabel (rtabel) adalah sebesar 0,259 pada tingkat signifikansi 5%.

Hasil dari uji validitas setiap item pernyataan bisa diamati pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pada Setiap Butir Pernyataan

No	rhitung	rtabel	Kategori
1.	0,974	0,259	Valid
2.	0,973	0,259	Valid
3.	0,974	0,259	Valid
4.	0,973	0,259	Valid
5.	0,974	0,259	Valid
6.	0,974	0,259	Valid
7.	0,973	0,259	Valid

8.	0,973	0,259	Valid
9.	0,974	0,259	Valid
10.	0,974	0,259	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang terdapat pada tabel di atas, diperoleh informasi bahwa seluruh item pernyataan yang tertera pada lembar angket tentang media da'wah, adalah valid, karena semua item memiliki r-Hitung yang lebih besar daripada r-Tabel. Untuk hasil uji reliabilitas kriteria pengambilan keputusannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Validitas

Keputusan	Kategori
Reliabel	Jika nilai alpha cronbach's > 0,60
Tidak Reliabel	Jika nilai alpha cronbach's < 0,60

Berdasarkan olah data pada SPSS, didapatkan hasil uji reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Pada Setiap Butir Pernyataan

Cronbach's Alpha	N of Items
0,975	10

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach's yang diperoleh sebesar 0.975 dengan jumlah item yang diujikan sebanyak 10 item. Jika nilai Alpha Cronbach's lebih besar dari 0,60 termasuk ke dalam kategori reliabel, maka instrumen yang digunakan juga termasuk ke dalam kategori reliabel. Untuk mengetahui penggunaan media da'wah, dilaksanakan perhitungan persentase hasil pengisian angket yang sudah disebar, dan diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Persentase Tingkat pemahaman nilai-nilai esoteris terhadap Pernyataan kinerja guru pada Angket

Responden	Skor Total (n)	Skor Maksimal (N)	Persentase $P = \frac{n}{N} \times 100\%$	Kategori
37 orang	5580	5600	99,6%	Sangat Setuju

Inovasi strategi media da'wah sangat setuju untuk dilaksanakan terbukti dengan pengguna media masa dalam meningkatkan pemahaman keagamaan. Artinya bahwa media da'wah sangat strategis dalam peningkatan pemahaman keagamaan.

Pada penelitian ini, Inovasi strategi media da'wah dianalisis dengan melihat hasil jawaban mereka terhadap pernyataan-pernyataan positif yang berkaitan dengan pemahaman keagamaan yang disajikan dalam sebuah angket. Semua dari mereka menjawab setuju atau bahkan sangat setuju dengan pernyataan mengetahui tentang Media da'wah sebanyak 37 responden, sementara terhadap pertanyaan kedua Youtube lebih mendominasi digunakan 31 responden artinya bahwa mereka lebih tertarik terhadap youtube, . kemudian mereka juga memberikan jawaban atas manfaat dari media da'wah bagi pengetahuan pemahaman keagamaan sebanyak 33 responden dan 4 responden tidak tahu, sementara untuk tujuan

menggunakan media da'wah mereka menjawab 30 responden untuk menambah wawasan keagamaan, artinya bahwa media da'wah sangat efektif, Tentang kajian-kajian keagamaan, responden memberikan jawaban tahunya dari media da'wah dengan memberikan jawaban 36 responden, sedangkan 1 responden tidak tahu. Berkaitan dengan perlunya inovasi dalam media da'wah, responden lebih banyak sangat perlu 26 responden. Dari media da'wah mereka bisa meningkatkan pemahaman keagamaan dengan skor jawan 26 responden,

Simpulan

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Untuk hasil analisis, persentase yang masuk ke kategori sangat setuju berdasarkan tabel interpretasi skala likert. Artinya semua responden dikategorikan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai indikator media da'wah yang diajukan di dalam angket. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi dan penggunaan media da'wah sangat berpengaruh terhadap peningkatan pemahaman keagamaan mereka.

Daftar Pustaka

- Abd. Rahman Asswgaf, Filsafat Pendidikan Islam, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011)
- Ananda, R. (2017). Implementasi Nilai-Nilai Moral Dan Agama Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1, 2017
- Fikri, H. K. Agama Dalam Eksistensi Pemahaman Tradisionalis Masyarakat Indonesia: Upaya Membedah Agama Perspektif Tradisional Ektrem Dan Antisipasi Konflik Bermotif Agama. *Sangkép: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 1(1), 2018
- Muhibbin Syah, Psikologi Belajar, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Noor, T. R. (2018). Reamaja Dan Pemahaman Agama. *Vicratina: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 2018
- Ramayulis, Psikologi Agama, (Jakarta: Kalam Mulia, 2009)
- Soenarso, Psikologi untuk Keperawatan, (Jakarta: Kedokteran EGC, 2004)
- Sarlito W. Sarwono, Psikologi Remaja, (Jakarta: Rejawali Pers, 2010)
- Zakiah Daradjat, Ilmu Pendidikan Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- RAHMAWAN, A. Z., & EFFENDI, Z. (2022). Implementasi Society 5.0 dalam Kebijakan dan Strategi Pendidikan pada Pandemi Covid-19. *STRATEGY: Jurnal Inovasi Strategi dan Model Pembelajaran*, 2(1), 34-43.
- Purnasari, P. D., & Sadewo, Y. D. (2021). Strategi Pembelajaran Pendidikan Dasar di Perbatasan Pada Era Digital. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3089-3100.
- Musnaeni, M., ABIDIN, S., & PURNAMAWATI, P. (2022). Pentingnya manajemen strategi dalam meningkatkan kualitas pendidikan. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(2), 98-104.
- Hananto, B. A., Leoni, E., & Wong, T. (2020). PEDAGOGI METODOLOGI DESAIN SEBAGAI STRATEGI PENDIDIKAN DESAIN. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 16-26.
- Permatasari, A., Kurniawan, A., Safitri, D. A., & Amalia Nur, R. (2021). Inovasi Strategi Pendidikan dalam Pengembangan Kurikulum Satuan Pendidikan. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(9), 1374-1386.
- Aulia, R. I. (2021). Pengaruh Manajemen Strategi Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Dan Daya Saing. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 1578-1586.