

POLA KOMUNIKASI DAKWAH MUI INDONESIA PADA ERA SOCIETY 5.0

Hadi Subhan¹ Nayla Safana AzZahra² Siti Ainun Musyarofah³ Najwa Qotrunnada⁴ Azizah Nur
Cholifatun⁵

UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan

haditzk@gmail.com nelasafanaaz@gmail.com azizahnur031119@gmail.com qnajwa159@gmail.com
ainurnrofah5.com

Kata kunci:

Majelis Ulama
Indonesia, Era
Society 5.0,
Dakwah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi majelis ulama Indonesia (MUI) pada era globalisasi saat ini yang kita telah sadari sudah memasuki era Society 5.0. Penelitian ini menggunakan metode studi Pustaka sebagai pendekatan untuk mengumpulkan data melalui jurnal, artikel serta pernyataan ilmiah dengan relevansi yang tinggi terhadap penelitian yang telah dianalisis serta telah dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dakwah pada saat sekarang ini, selain itu tantangan yang ada juga semakin kompleks sehingga seorang pendakwah atau da'i harus memahami apa saja yang dibutuhkan masyarakat serta dapat mengimplementasikan media-media digital yang semakin canggih. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Namun, penelitian ini memberikan informasi yang lebih mendalam tentang dakwah pada era Society 5.0, strategi pengembangan dakwah, sampai media-media yang relevan digunakan untuk dakwah pada saat sekarang ini.

Keywords:

Indonesian Ulema
Council, era of
Society 5.0,
Da'wah

Abstract

This study aims to analyze the communication patterns of the Indonesian Ulema Council (MUI) in the current era of globalization which we realize have entered the Society 5.0 era. This study uses the library study method as an approach to collecting data through journals, articles and scientific statements with high relevance to the research that has been analyzed and has been reviewed. The results of the study show that there are many factors that influence the success of da'wah at this time, besides that the challenges are also increasingly complex so that a preacher or preacher must understand what the community needs and be able to implement increasingly sophisticated digital media. . The findings of this study are consistent with research conducted by previous researchers. However, this research provides more in-depth information about da'wah in the era of Society 5.0, da'wah development strategies, to the relevant media used for da'wah at this time.

A. Pendahuluan

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah organisasi yang berperan sangat penting dalam menyampaikan pesan dakwah dan pengetahuan agama Islam di Indonesia. Dalam menghadapi era Society 5.0, MUI diharapkan mampu melakukan adaptasi, dalam hal ini pola komunikasi dakwah, agar tetap efektif dalam mencapai audiens yang lebih luas. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana MUI mengadaptasi pola komunikasi dakwah yang selama ini diterapkan dalam bentuk konvensional ke dalam bentuk yang lebih relevan dengan era Society 5.0 dan bagaimana pola komunikasi tersebut mempengaruhi efektivitas dakwah yang dilakukan MUI. Seiring dengan evolusi teknologi, cara pandang manusia terhadap dunia juga terus berkembang. Dari Industri 1.0 hingga Industri 4.0, perubahan-perubahan telah mengarah pada konsep Society 5.0, sebuah visi yang mengintegrasikan sumber daya teknologi dalam berbagai bidang, dengan tujuan menciptakan masyarakat yang lebih harmonis, inklusif, dan berkelanjutan. Dalam konteks keagamaan, terutama Islam di Indonesia, penggunaan teknologi informasi telah menjadi salah satu instrumen penting dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat luas.

Sebagai lembaga yang berfokus pada penyebaran nilai-nilai Islam, MUI perlu mengadaptasi strategi komunikasinya agar tetap relevan, efektif, dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat. Oleh karena itu, jurnal ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola komunikasi dakwah yang diterapkan oleh MUI pada era Society 5.0, serta menggali tantangan dan peluang yang dihadapi dalam upaya peningkatan kualitas dakwah digital. Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga yang memiliki peran penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam harus mampu meresapi perubahan yang terjadi, khususnya dalam hal pola komunikasi yang semakin beragam dan dinamis. Dalam era Society 5.0, penggunaan platform digital seperti media sosial, aplikasi berbasis web, podcast, dan video streaming menjadi semakin penting untuk meningkatkan jangkauan dakwah dan memperkuat posisi MUI sebagai lembaga yang memiliki otoritas dalam urusan keagamaan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pandangan yang komprehensif dan mendalam mengenai bagaimana MUI dapat tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam di era Society 5.0. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjadi referensi bagi lembaga

keagamaan lainnya dalam mengadaptasi strategi dan pola komunikasi dakwah sesuai perkembangan zaman. Dalam era Society 5.0, teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola komunikasi dakwah yang dilakukan oleh lembaga keagamaan seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subjek penelitian misalnya pola komunikasi, dakwah era digital, dakwah MUI, era 5.0 dan sebagainya dengan cara membuat deskripsi dalam bentuk pola dan komunikasi, pada suatu konteks yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. 56 Pendekatan analisisnya adalah analisis deskriptif, yaitu penelitian yang menekankan pada upaya menemukan dan menguraikan temuan tersebut dengan cara deskriptif analitis. Data-data yang bersifat kualitatif diolah dan dianalisa dalam bentuk uraian-uraian teoretis yang didukung dengan beberapa referensi. Dengan demikian maka metode pengumpulan dan analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif.

C. Hasil dan Pembahasan

Dakwah dalam istilah berarti agama atau Islam. Yang berarti mengumumkan dan menyampaikan. Jika dikatakan: *hadza min rijal al dakwah illallah*. Makna kata dakwah di sini adalah upaya menyebarluaskan dan menyampaikan. Jika dikatakan: *ittabi'u dakwah Allah (da'watallah)*. Tujuannya adalah untuk mengikuti Islam (agama Allah). Dakwah adalah upaya mengajak, menasihati dan membimbing manusia untuk mengikuti Islam, mengajarkannya dan menerapkannya dalam kehidupan nyata dengan metode tertentu. Makna masyarakat 5.0 adalah keharusan hidup yang hadir dalam peradaban dunia warna, yang berusaha mendistribusikan kekayaan ke seluruh lapisan masyarakat menggunakan teknologi kecerdasan buatan dan Internet of Things (IoT). Society 5.0, juga disebut masyarakat super cerdas yang pertama kali diperkenalkan oleh Jepang, adalah gagasan mantan Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe pada tahun 2019 yang mengusulkan rencana sains dan teknologi fundamental. 5. Teknologi. Society 5.0 dapat digambarkan sebagai masyarakat yang berpusat pada manusia melalui sistem yang menggabungkan dunia maya dan ruang fisik. Society 5.0 juga dapat didefinisikan sebagai "masyarakat intelijen". Memiliki ciri khas

tersendiri untuk mengikuti perkembangan teknologi yang sangat pesat. Berdasarkan aktivitas normatif "Society 5.0" Jepang, Society 5.0 bertujuan untuk dua tujuan utama, yaitu keseimbangan antara mendorong ekonomi digital dan memecahkan masalah sosial. Kedua aspek ini bertemu di sektor jasa yang berbeda sebagai akibat dari revolusi sosial di sektor sosial, kesehatan, keuangan, transportasi dan infrastruktur.¹

Era Society 5.0 merupakan rancangan yang menerapkan teknologi hasil Era 4.0 dari perspektif humanistik sehingga dapat membantu memecahkan berbagai masalah kordial yang menciptakan tindak lanjut. Berbeda dengan era 4.0 yang menitikberatkan pada teknologi perolehan dan pengolahan informasi, pada era 5.0 teknologi yang ada memiliki fungsi yang sentral bahkan tidak bisa lepas dari berbagai macam keadaan, lantas teknologi sangat membantu pekerjaan manusia. Munculnya para da'i yang belakangan ini disebut viral di media sosial (media sosial) yang menjelaskan da'i sudah bisa beradaptasi terhadap kemauan mad'u melalui konten-konten yang dikemas secara menarik.

Konten tersebut merupakan salah satu cara beradaptasi pada perkembangan era teknologi, semua orang sangat mudah mengakses dakwah dengan mengetik pada *search engine* ataupun YouTube. YouTube dan aplikasi-aplikasi medsos menjadi media penyampaian dakwah yang efisien dan tepat waktu. Ketika da'i menggunakan media sosial sebagai media dakwah. kemudian da'i secara pribadi bekerja sebagai produser konten.²

Masyarakat sekarang ini sangat memungkinkan memperbarui kecanggihan ponsel mereka. Sudah dipastikan, ini yang akan mungkin bagi banyak orang untuk andil dalam kegiatan media engineer dan content producer. Selain imajinasi dan kreativitasnya, pembuat konten juga bisa mendapatkan keuntungan melalui adsense yang mereka terima dari iklan yang ada pada videonya, bahkan tidak jarang mereka menjadi bintang iklan produk. Hal ini menjadikan banyak pengkhotbah menggunakan YouTube sebagai alat propaganda. Dari sudut pandang era *Society* 5.0, media sosial merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh. Beberapa media sosial membutuhkan video-video atau

¹ Yuniardi. 2022. "Dakwah Islam Di Era Masyarakat 5.0: Peluang Dan Tantangan". Jurnal Dakwah dan Komunikasi.

² Ari Wibowo. Profesionalisme da'i di era society 5.0: mengulas profil dan strategi pengembangan dakwah. Jurnal dakwah dan kemasyarakatan.

konten setiap saat. Video dapat dikembangkan serta dikemas secara menarik untuk memberikan manfaat dengan tujuan dakwah.³

Dakwah pada dasarnya adalah kata da'a yad'u da'watan yang berarti mengajak, menyeru, memanggil. Waeson Munwir mengatakan dakwah artinya memanggil (to call), mengajak (to summon), mengundang (to invite), menyeru (to propose), mendorong (to urge), dan memohon (to pray). Secara terminologi, dakwah dipandang sebagai ajakan untuk semua manusia untuk bergeerak dalam kebaikan, serta amar ma'ruf nahi munkar agar mendapatkan kebaikan dunia dan akhirat.⁴

Dalam istilah (terminologi) pengertiannya terdapat dalam surah 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 ١٢٥

Artinya: “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. Hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan yang batil.”

Berdasarkan ayat tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah adalah suatu ajakan yang ditujukan terhadap manusia agar kembali kepada ajaran Allah secara keseluruhan, baik melalui perkataan, tulisan, ataupun tindakan sebagai usaha seorang Muslim untuk, melaksanakan nilai-nilai dalam Islam di kehidupan nyata, baik dalam lingkup pribadi, keluarga, maupun masyarakat dalam segala aspek kehidupan, dengan tujuan terciptanya masyarakat yang baik (khairul ummah) dan beradab (masyarakat madani). Society 5.0 merupakan suatu konsep yang di dalamnya terdapat pengembangan *Internet of Things*, *big data*, dan *Artificial Intelligence* diorientasikan guna mewujudkan kehidupan manusia yang lebih baik. Sedangkan didalam konsep revolusi industri 4.0 dimana teknologi berorientasi pada produktifitas di dalam proses bisnis. Dengan adanya trend *society 5.0* mengakibatkan dampak secara tidak langsung Indonesia berhak untuk ikut

³ Ari Wibowo. Profesionalisme da'i di era society 5.0: mengulas profil dan strategi pengembangan dakwah. Jurnal dakwah dan kemasyarakatan.

⁴ Pujiana Tira. “Podcast Sebagai Mediaa Dakwah (Studi Terhadap Channel Youtube PPI TV edisi Berdakwah Tanpa Harus Menjadi Pendakwah)”. 2022

andil dalam mempersiapkan trend *society* 5.0.

Strategi Pengembangan Dakwah dalam Menghadapi Era Society 5.0

Para da'i dituntut untuk memiliki keterampilan teknis seperti manajemen media dan desain komunikasi visual. Melihat tantangan dakwah di era 4.0 dan 5.0, para mubaligh diharapkan mampu menyusun strategi untuk mengembangkan dakwah yang tepat. Mulai dari mengembangkan komitmen dan keikhlasan hingga mampu bersikap dan mengambil tindakan yang jelas dan terukur antara lain; Pertama, da'i harus membangun dan mengembangkan sistem informasi yang menghubungkan da'i satu dengan yang lain. Ini bertujuan untuk menyederhanakan tugas dan membuat subsistem terintegrasi dengan teknologi komunikasi terkini. Sistem informasi ini juga menjadi pedoman bagi mubaligh untuk menentukan konten dakwah yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan objek dakwah. Kedua, mubaligh harus mampu mengembangkan literasi digital objek dakwah. Hal ini agar tujuan dakwah dapat menyaring informasi dan mencegah penyebaran penipuan dan ujaran kebencian atas nama agama. Dalam konteks ini, da'i juga berperan sebagai perwakilan literasi

digital dan berkontribusi dalam peningkatan literasi di masyarakat. Ketiga, para da'i harus peka terhadap isu-isu yang muncul dan tidak pasif. Da'i adalah pionir dalam penyebaran misi dakwah dan harus membantu menjawab tantangan zaman yang semakin kuat.⁵

Da'i harus mampu melakukan gerakan dakwah terapeutik (penyembuhan). Melihat permasalahan psikologis masyarakat era 5.0 yang semakin kompleks, para da'i harus menjadi representasi dari moderasi beragama, gencar menyampaikan pesan-pesan perdamaian dan berusaha mengedukasi masyarakat tentang bahaya paham keagamaan yang ekstrim, radikal dan intoleran. Selain hal-hal tersebut, para da'i juga dapat mengembangkan dakwah melalui berbagai platform media sosial seperti Youtube dan Facebook. Namun perlu diperhatikan beberapa hal penting yang harus dilakukan oleh para da'i ketika mengemas dakwah penting di berbagai platform media sosial, antara lain sebagai berikut; *Pertama*, pendakwah harus bisa mengelola fitur dan target audiens (Youtube). Kelompok sasaran (objek dakwah/media) terdiri dari usia, jenis

⁵ Ari Wibowo. Profesionalisme da'i di era society 5.0: mengulas profil dan strategi pengembangan dakwah. Jurnal dakwah dan kemasyarakatan.

kelamin dan status sosial ekonomi (SES). *Kedua*, bahasa naratif atau naskah harus disesuaikan dengan target audiens. Tujuannya adalah untuk menarik audiens yang tertarik. *Ketiga*, menentukan format acara. Pengkhotbah dapat mengatur format acara yang menarik, seperti podcast, film pendek, video doa, dll. *Keempat*, menguasai proses produksi audiovisual dimana mubaligh harus membentuk tim dengan kemampuan membuat konten dakwah digital.⁶

Kebutuhan masyarakat modern terhadap dakwah

Masyarakat 5.0 dikenal sebagai masyarakat yang maju dalam pemikiran namun tetap mengedepankan kebutuhan agama. Sebagian masyarakat yang menunjukkan kesiapannya memanfaatkan kemajuan teknologi, sebagiannya lagi ada yang masih gagap dalam mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini dengan berbekal keilmuan, wawasan, mental, serta iman yang kuat. Dalam perkembangan zaman ini, peran dakwah yang adaptif begitu dinantikan oleh masyarakat. Menanggapi hal ini tentu di dalam dakwah sendiri diperlukan

perencanaan yang tepat karena dibutuhkan masyarakat serta kemampuan yang memadai di dalam unsur-unsur dakwah. Selain itu diperlukan sosok pendakwah yang mempunyai kemampuan, paham akan kebutuhan zaman serta mempunyai wawasan yang luas. Untuk mewujudkannya diperlukan sarana dan metode dakwah dalam masyarakat 5.0 dengan tidak menghilangkan metode tradisional dalam masyarakat, agar dapat melestarikan nilai-nilai kebaikan yang diciptakan oleh orang terdahulu.⁷

Dalam hal ini, seorang da'I harus mengoperasikan media sosial serta platform terkini dan tidak tertinggal pengetahuannya kepada ilmu pengetahuan dan teknologi. Sudah saatnya pendakwah menyampaikan dakwahnya dengan cara yang inovatif agar dakwah mereka mengikuti pada arus zaman yang semakin maju. Oleh karena itu, cara berdakwah bagi para penerus umat yang ada di zaman sekarang ini melalui platform yang ada serta dapat memikat. Dakwah tidak selalu harus dalam bentuk tulisan, banyak cara yang dapat dilakukan untuk membuat dakwah menjadi disukai, video, dan poster kemudin disebarluaskan supaya dapat

⁶ Ari Wibowo. Profesionalisme da'i di era society 5.0: mengulas profil dan strategi pengembangan dakwah. Jurnal dakwah dan kemasyarakatan.

⁷ Hariyanto, Alexandri Luthfi R, dan Laurel S MacDowell, "Jurnal Dakwah dan Komunikasi," *Jurnal Rekam* 13, no. 2 (2009): 7.

diakses oleh semua orang. Hal ini merupakan tantangan dan kesempatan bagi pendakwah untuk memanfaatkan kemajuan IPTEK dengan berbagai macam cara.⁸

Dalam era dakwah saat ini, pemanfaatan media tidak dapat dipisahkan terlebih untuk mendorong minat pendengar agar tidak bosan mengaji. Dakwah pada saat ini harus menarik, faktual serta aktual. Ketika dikatakan aktual, berarti dakwah harus mampu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Sementara itu, faktual berarti dakwah harus dilakukan secara konkret dan nyata, tanpa abstraksi yang berlebihan. Secara etimologi, kata “media” berasal dari bahasa Latin yang berarti “perantara” atau “pengantar”. Namun, dalam pengertian yang lebih umum dan khususnya dalam konteks komunikasi, media merujuk pada segala bentuk perantara atau alat yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebarluaskan ide dan gagasan kepada orang lain. Dengan adanya media, ide dan gagasan yang dikemukakan dapat mencapai penerima yang dituju secara efektif. Media dapat mencakup berbagai bentuk, seperti media cetak (seperti surat kabar, majalah, atau

buku), media elektronik (seperti televisi, radio, atau internet), serta media sosial (seperti Facebook, Twitter, atau Instagram). Selain itu, media juga dapat berupa sarana komunikasi yang lebih tradisional, seperti surat, telepon, atau pertemuan tatap muka. Dengan adanya media, komunikasi dapat dilakukan dalam skala yang lebih luas dan efisien. Media membantu dalam menyampaikan informasi, pendapat, atau pesan kepada khalayak yang lebih besar, serta memungkinkan adanya interaksi dan pertukaran gagasan antara individu atau kelompok yang berbeda. Dengan demikian, penggunaan media sebagai perantara komunikasi sangat penting dalam konteks modern, karena memungkinkan ide dan gagasan untuk disebarluaskan dengan cepat dan mencapai audiens yang lebih luas.⁹

Dalam era dakwah saat ini, pemanfaatan media memiliki peran yang sangat penting dan diperlukan untuk mendorong minat pendengar agar terus mendengarkan ceramah. Dakwah pada zaman milenial ini haruslah aktual, faktual, dan kontekstual. Ketika dikatakan aktual, berarti dakwah harus mampu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Sementara itu, faktual berarti dakwah harus

⁸ ¹Walidah, I. Al. (2017). *Tabayyun di Era Generasi Milenial*. Jurnal Living Hadis, 2(1), 320.

⁹ Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.

dilakukan secara konkret dan nyata, tanpa abstraksi yang berlebihan.¹⁰ Dan yang terakhir, kontekstual berarti penyampaian dakwah harus relevan dengan situasi dan problematika yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Sudirjo dan Siregar mengemukakan bahwa media memiliki dua fungsi. Pertama, media digunakan untuk memberikan pengalaman yang konkret kepada pemirsa, sehingga mereka dapat merasakan pesan dakwah secara lebih mendalam dan personal. Kedua, media juga berfungsi sebagai sarana komunikasi, yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah kepada audiens secara lebih luas dan efektif¹¹. Untuk itu, seorang da'i harus dapat memanfaatkan media Tersebut dengan bijak dan baik sehingga pesan dakwah akan tersampaikan dengan Baik pula.

Daya Tarik Media Sosial sebagai Media Baru dakwah

Dalam era digital ini, dakwah telah mengalami pergeseran paradigma. Dengan adanya gadget dan fitur-fitur Islami yang tersedia, kita dapat dengan mudah

memanfaatkannya untuk memperlancar aktivitas sehari-hari yang berhubungan dengan agama. Misalnya, kita dapat menggunakan aplikasi membaca Al-Qur'an, pengingat waktu salat, pengingat zakat, dan masih banyak lagi. Dalam konteks ini, dakwah digital menjadi peluang baru bagi para da'i untuk berdakwah sesuai dengan tren yang ada saat ini, yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi MUI, Masduki Baidlowi, menyatakan bahwa dakwah melalui media sosial adalah cara yang murah dan strategis untuk menyampaikan pesan dakwah. Paradigma berdakwah yang sebelumnya menggunakan media cetak atau lisan telah bergeser menjadi dakwah melalui media digital, termasuk media sosial. Dengan menggunakan media sosial, para da'i dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih beragam. Mereka dapat menyampaikan pesan-pesan agama, membagikan pengetahuan Islami, memberikan motivasi dan inspirasi, serta merespons pertanyaan dan masalah yang dihadapi umat Muslim. Selain itu, media sosial juga memungkinkan para da'i untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan memberikan bimbingan secara virtual. Namun, meskipun dakwah melalui media

¹⁰ M Alfin Fatikh dan Wahyu Hendrik, "KOMUNIKASI KULTURAL ISLAM DAN BUDAYA," *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam* 7, no. 2 (26 Februari 2023): 48–61, <https://doi.org/10.31538/altsiq.v7i2.3301>.

¹¹ Khoiruzzaman, W. (2016). *Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2).

sosial memiliki banyak keuntungan, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial juga perlu dilakukan dengan bijak. Para da'i harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya, menghindari konten yang bertentangan dengan nilai-nilai agama, dan mampu menghadapi tantangan dan kritik yang mungkin muncul di dunia digital.¹²

Media sosial adalah cara paling efektif untuk menyebarkan dakwah. Jejaring sosial juga sangat mungkin digunakan sebagai sarana dakwah yang lebih baik dan kreatif, yaitu melalui konten-konten yang menarik seperti membuat dakwah melalui meme, video, audio, infografis, dll. Menurut Chaffey dan Smith, prinsip dasar untuk membuat konten yang menarik di media sosial adalah kreativitas, kejujuran dan kesopanan, individualitas, pemahaman audiens, dan pembaruan rutin.¹³ Ustadz Abdul Somad menggunakan media sosial untuk menyampaikan ceramahnya. Ustadz Abdul Somad terkenal dengan kepopulerannya yakni berdakwah melalui

konten-konten yang viral di YouTube. Ustadz Abdul Somad sangat memahami kecenderungan masyarakat saat ini yang banyak mengonsumsi media online. Menurut survei tahun 2018 oleh Penyedia Jasa Internet Indonesia, koneksi internet yang paling banyak digunakan adalah menonton film/video, yaitu sebesar 45,3%. Berdasarkan informasi tersebut, tidak heran jika Ustadz Abdul Somad menjadi sosok yang terkenal di media sosial dengan lebih dari 50 juta view di akun YouTubenya bahkan disebut Da sejuta view. Sangat jelas daya tarik media sosial sebagai media baru dakwah sangat kuat dan diperlukan di milenium ini.¹⁴

Menurut Ustadz Raufiq Affan, pemanfaatan media digital khususnya media sosial sebagai media dakwah sangat efektif jika memperhatikan tips berikut ini: Pertama, perdalam keintiman dengan Allah SWT. Berapapun senang dan sibuknya kita menggunakan media sosial untuk berdakwah, jangan lupa untuk tetap menjaga pikiran dan meningkatkan keimanan kepada Allah SWT. Kedua, memahami sesuatu yang dibutuhkan masyarakat. Dengan memahami sesuatu yang dibutuhkan ummat,

¹² Nursatyo. (2014). *Daya Tarik Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Sosial the Attractiveness of Marketing Communication Messages in Social Media*. Universitas Nasional Jakarta.

¹³ Munir, I. (2020). *Memfaatkan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Masa Kini*. Diakses Pada Tanggal 8 Mei 2020.

¹⁴ Jamadu, L. (2020). *Dakwah dan Media Sosial, Rahasia Kesuksesan Ustadz Abdul Somad*. Diakses Pada Tanggal 24 Mei 202.

kita bisa menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan kepentingan mereka sehingga diterima dengan baik. Ketiga, tetapkan tujuan yang jelas. Seorang da'i harus memiliki tujuan yang jelas untuk memiliki arah bagi keberhasilan dakwah. Keempat, perbanyak keramahan. Dengan meningkatkan silaturahmi, kita bisa mempererat persaudaraan satu dengan yang lain. Kelima, membaca lebih lanjut. Apalagi jika membaca tentang Islam, karena membaca menambah pengetahuan dan pemahaman kita. Keenam, mulai dari dekat. Sampai pesan dakwah menyebar lebih luas dan lebih jauh, jangan lupa orang-orang tersayang. Terakhir, bersabarlah. Berdakwah di media sosial memiliki banyak cobaan, rintangan dan godaan. Untuk itu, bersabarlah dan jangan menyerah.¹⁵

Tantangan Dakwah Masyarakat 5.0

Di era masyarakat 5.0 mempunyai karakter dakwah yang kompleksitas dimana dalam sudut pandang da'i realitas sosial, sumber daya, metode, wilayah dakwah, serta capaian yang dinyatakan tujuan dan tingkat keberhasilan. Dakwah sendiri difasilitasi sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman baik dari segi ilmu

pengetahuan maupun teknologi sehingga dapat mengefisienkan waktu, tenaga, pikiran dan sumber dayanya dengan metode yang dikembangkan oleh para ahli. Akan tetapi terdapat tantangan tersendiri dimana akses informasi sendiri yang terlalu terbuka, sehingga dengan mudahnya nilai, mazhab, dan ideologi dapat dengan mudah menyebarkan konsep pemikiran, dan karya disemua media publik yang dengan mudah diakses. Maka dari itu hal ini menjadi sebuah tantangan bagi seorang mubaligh dan lembaga dakwah agar dapat mempersiapkan segala sesuatunya terutama dari segi materi dakwahnya agar tersedia untuk khalayak umum, sehingga meminimalisir nilai destruktif yang dapat mengontrol pikiran dan jiwa pembaca dimedia.

Dalam era Society 5.0 yang ditanda'i oleh perkembangan teknologi digital yang pesat, dakwah menjadi semakin menantang bagi para da'i muda.¹⁶ Globalisasi dan konektivitas yang tinggi telah mengubah lanskap dakwah, mengharuskan para da'i untuk beradaptasi dengan perubahan ini. Dalam jurnal "Tantangan dan Strategi Da'i Muda dalam Berdakwah di Era Digital," dibahas mengenai tantangan-tantangan yang

¹⁵ Munir, I. (2020). *Memfaatkan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Masa Kini. Diakses Pada Tanggal 8 Mei 2020.*

¹⁶ M. Alvin Fatikh, "Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media," *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 5, no. 2 (2020): 93–109.

dihadapi oleh da'i muda dalam menyampaikan pesan-pesan agama di tengah kemajuan teknologi digital, serta strategi yang dapat mereka terapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Informasi yang Berlimpah. Dalam era digital, akses terhadap informasi menjadi sangat mudah dan melimpah. Namun, informasi yang berlimpah ini juga dapat menimbulkan tantangan bagi para da'i muda. Mereka perlu menjadi selektif dalam menyampaikan informasi yang benar dan sahih, serta mampu membedakan antara informasi yang bermanfaat dan yang tidak. Tantangan ini mendorong da'i muda untuk terus meningkatkan pemahaman agama mereka agar dapat memberikan pemahaman yang benar kepada masyarakat.¹⁷

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi di masyarakat. Komunikasi menjadi lebih cepat, langsung, dan interaktif. Para da'i muda perlu beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan media sosial, platform digital, dan aplikasi pesan instan untuk menyampaikan pesan dakwah. Tantangan ini membutuhkan kemampuan mereka dalam menguasai teknologi komunikasi dan

menyampaikan pesan agama dengan bahasa yang sesuai dengan karakteristik media yang digunakan. Serangan Informasi Negatif Era digital juga membawa dampak negatif berupa serangan informasi yang bertentangan dengan nilai-nilai agama. Misinformasi, propaganda, dan konten yang tidak sesuai dengan ajaran agama dapat mudah menyebar melalui media sosial dan platform digital lainnya. Da'i muda perlu menghadapi tantangan ini dengan menyediakan konten-konten yang bermanfaat, menyampaikan kritik yang konstruktif, serta membantu masyarakat dalam memahami dan membedakan antara informasi yang benar dan yang salah. Menarik Perhatian Generasi Milenial¹⁸. Generasi milenial dan generasi Z memiliki karakteristik dan preferensi yang berbeda dalam mencari informasi dan mendapatkan inspirasi. Da'i muda perlu memahami karakteristik ini dan menyampaikan pesan agama dengan berbagai metode yang menarik, relevan, dan menggunakan bahasa yang akrab bagi generasi ini. Tantangan ini mendorong para da'i untuk mengembangkan strategi kreatif dan inovatif dalam

¹⁷ Nur Kholifah et al., *Inovasi Pendidikan (Yayasan Kita Menulis, 2021)*, 1

¹⁸ Zakariya, Ikbar, Maskuri Maskuri, and Muhammad Fahmi Hidayatullah. "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Multikultural Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMA Islam Sabulurrosyad Gasek." *Vicratina: Jurnal Ilmiah Keagamaan* 6.6 (2021): 32-40.

menyampaikan dakwah, seperti melalui video, gamifikasi, atau kajian interaktif yang mengikutsertakan partisipasi generasi muda.¹⁹

Dalam era society 5.0 terdapat beberapa tantangan dakwah diantaranya sebagai berikut:

1. Perkembangan zaman khususnya dalam teknologi maupun informasinya sehingga memudahkan manusia dalam berkomunikasi antar manusia hingga seluruh dunia.
2. Dapat memungkinkan terjadinya eksploitasi dalam hal-hal negatif, seperti hinaan, penipuan, celaan, mempermalukan, dan lain sebagainya. Antar negara, meski di sisi lain unsur positif juga bisa ditonjolkan untuk menghubungkan dunia menjadi komunitas yang mudah diakses yang menjadi “global village”.
3. Penyebaran berbagai budaya dan cara hidup menciptakan masyarakat yang rawan akan peniruan, tanpa memperhatikan urgensinya serta efek

yang akan ditimbulkan, sebagaimana fenomena yang terjadi dalam peniruan menu, gaya pakaian serta hiburan, yang memperhitungkan kemauan dan keselarasannya, juga kebutuhan dalam tubuh, rasa, budaya dan moralitas agama.

4. Peluang yang luas dan masif untuk menyusup ke budaya dan nilai-nilai asing, yang banyak di antaranya bertentangan dengan budaya, agama, dan moralitas negara sebagaimana diungkapkan dalam Word Mode, Makanan, Film, Kesenangan, Pemikiran Bebas, Seks Bebas, dan Gesekan. Tentu saja, dakwah perlu menanggapi tantangan ini dengan serius dalam mengintervensi serta mengatasi budaya negatif sehingga tidak merusak nilai positif dalam masyarakat.
5. Dampak konsumsi bisa menimbulkan kedangkalan spiritual masyarakat, kepasrahan dan sikap hidup hedonistik.

Generasi muda saat ini dikenal mempunyai sifat yang mudah bosan, pasti memerlukan banyak pilihan dan kreativitas. Dakwah

¹⁹ Jemani, Abdurahman, and M. Afif Zamroni. "Tantangan Pendidikan Islam di Era Revolusi Industri 4.0." *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 16.2 (2020): 126-140.

harus mampu memenuhi kebutuhan ini dengan mencari solusi **Peran MUI Dalam menerapkan dakwah pada *Era Society 5.0***

Majelis Ulama Indonesia memiliki ketentuan tersendiri dalam penyebaran dakwah. Apalagi melihat perkembangan ilmu teknologi yang menjadikan semua orang sangat mudah mengakses kajian-kajian. MUI mengklasifikasi para pendakwah dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Wawasan Keagamaan: Merupakan pemahaman yang komprehensif terhadap Islam yang moderat.
2. Wawasan Keluarga: Mengacu pada pembentukan nilai moral dan karakter seseorang melalui keluarga.
3. Wawasan Kesatuan: Memahami bahwa umat Islam harus bersatu dalam semangat persaudaraan, saling tolong-menolong, menghargai perbedaan pandangan, dan memiliki orientasi politik yang beragam.
4. Wawasan Kebangsaan: Menyadari bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) terbentuk berdasarkan kesepakatan bangsa yang beragam, dan umat Islam harus melindungi dan mempertahankan

eksistensinya dari upaya merongrong atau meruntuhkannya.

5. Wawasan Kebudayaan: Kebudayaan merupakan hasil karya dan pemikiran manusia, dan harus terus dikembangkan sesuai dengan nilai-nilai Islam.
6. Wawasan Ekonomi: Memiliki pandangan ekonomi yang berpihak pada kepentingan rakyat, sambil tetap melindungi hak-hak individu dengan prinsip keadilan.
7. Wawasan Moral: Meningkatkan moral dan perilaku yang baik merupakan tujuan utama dakwah. Oleh karena itu, dakwah harus dilakukan dengan cara yang beretika dan bermoral.
8. Wawasan Politik: Dakwah dan politik tidak dapat dipisahkan. Dalam konteks politik, terdapat dua pendekatan, yaitu politik praktis yang lebih pragmatis dan politik moralis yang menekankan idealisme. Islam tidak memisahkan negara dan agama, tetapi memberikan landasan etika dan moral dalam berpolitik yang didasarkan pada tauhid dan syariat.
9. Wawasan Hukum dan Penegakan HAM: Islam melindungi hak asasi

individu untuk hidup dengan layak dan aman. Namun, pemenuhan hak asasi tersebut dibatasi oleh prinsip-prinsip syariah dan diatur oleh undang-undang di Indonesia.

10. Wawasan Pendidikan dan IPTEK: Epistemologi ilmu pengetahuan harus mengacu pada tauhid dan pandangan dunia Islam, sehingga kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi akan membimbing individu untuk tunduk kepada Allah SWT.
11. Wawasan Masyarakat Madani: Masyarakat Madani bukan hanya masyarakat sipil yang sekuler dan liberal seperti di Barat, tetapi juga masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai agama, moral, dan akhlak.
12. Wawasan Pembelaan Kaum Dhu'afa: Pembelaan terhadap kaum dhu'afa harus dilakukan melalui pemberdayaan dan tidak mengeksploitasi kelemahan mereka, dengan tujuan akhir mencapai kemandirian.
13. Wawasan Pembangunan: Dakwah harus selalu berorientasi pada upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pendekatan dakwah dapat dilakukan melalui pengajaran, implementasi

dalam kehidupan sehari-hari, dan tulisan. Dengan menyebarkan program yang kokoh, kesatuan dalam dakwah akan mencapai hasil yang optimal.

14. Wawasan tentang Problematika Umat: Memahami masalah yang dihadapi umat Islam, baik yang bersifat internal maupun eksternal, merupakan bagian penting dari tugas seorang da'i yang memiliki misi sebagai saksi atas kehidupan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap Problematika Umat menjadi sangat penting.
15. Wawasan tentang Lingkungan: Pemahaman tentang lingkungan dalam arti menyeluruh, baik fisik maupun non-fisik, merupakan hal yang penting. Dakwah juga harus berorientasi pada upaya pemeliharaan lingkungan secara menyeluruh.²⁰

Selain memperhatikan wawasan untuk para da'i sebelum terjun ke dunia dakwah, Dewan Pertimbangan MUI Menyusun kode etik dakwah yang wajib dijalani para da'i, yaitu:

²⁰ M. AG Dr. Tedi Priatna, "Scanned by CamScanner کمزاری," *A psicanalise dos contos de fadas. Tradução Arlene Caetano*, 2015, 48.

1. Setiap orang Islam harus melihat seorang yang beragama Islam sebagai saudara sekeyakinan. Sehingga wajib memberlakukan saudaranya dengan penuh kasih sayang, serta dilandasi dengan kejujuran, serta memiliki rasa belas kasih serta senasib sepenanggungan.
2. Orang Islam fardu ain memupuk tali persaudaraan kepada sikap saling bahu-membahu terhadap budaya serta saling melindungi.
3. Setiap Muslim mengutamakan kehidupan berjamaah dan dapat mendayagunakan organisasi sebagai alat dakwah dan perjuangan. Dalam hal ini, organisasi hanyalah alat, bukan tujuan.
4. Organisasi Islam harus memandang organisasi Islam lainnya sebagai kawan atau saudara, sehingga harus mengembangkan budaya serta kerjasama, tidak saling merasa paling benar.
5. Dalam kebijakan politik, seperti saat pesta rakyat, baik pemilihan umum dsb. Orang Islam wajib mengedepankan persaudaraan mauapun kemaslahatan umat muslim, dan menjadikannya prinsip nomor satu.
6. Para ulil amri serta tokoh Islam wajib menghidupkan silaturahmi tanpa memandang perbedaan suku, etnik, organisasi, kelompok atau aliran politik.
7. Setiap pemimpin dan tokoh Islam perlu menahan diri untuk tidak menajamkan dan mempertentangkan persoalan khilafiyah, keragaman ijthad dan perbedaan mazhab dalam khutbah, tajwid dan sebagainya, apalagi dengan mengklaim pendapat atau golongan tertentu yang paling benar dan menyalahkan pendapat atau kelompok lainnya.
8. Hubungan antar sesama ormas Islam harus dilandasi oleh pandangan positif (husnudzon) dan selalu mengutamakan saling menghargai peran dan kontribusi

- masing-masing dalam membangun umat.
9. Setiap amal dan prestasi organisasi Islam harus dilihat sebagai bagian dari karya dan prestasi umat Islam secara keseluruhan, dalam arti organisasi Islam lainnya wajib menghormati, menjaga dan melindunginya.
 10. Setiap orang Islam diharuskan memandang sesama Muslim di berbagai negara dan belahan dunia, sebagai bagian dari dirinya dan berkewajiban untuk membangun solidaritas dan tolong menolong dalam berbagai bidang kehidupan.²¹

D. Kesimpulan

MUI mengadaptasi pola komunikasi dakwah yang selama ini diterapkan dalam bentuk konvensional ke dalam bentuk yang lebih relevan dengan era Society 5.0 dan bagaimana pola komunikasi tersebut mempengaruhi efektivitas dakwah yang dilakukan MUI. Seiring dengan evolusi teknologi, cara pandang manusia terhadap dunia juga terus berkembang. Dari Industri 1.0 hingga Industri 4.0, perubahan-

perubahan telah mengarah pada konsep Society 5.0, sebuah visi yang mengintegrasikan sumber daya teknologi dalam berbagai bidang, dengan tujuan menciptakan masyarakat yang lebih harmonis, inklusif, dan berkelanjutan.

Makna masyarakat 5.0 adalah keharusan hidup yang hadir dalam peradaban dunia baru, yang berusaha mendistribusikan kekayaan ke seluruh lapisan masyarakat menggunakan teknologi kecerdasan buatan dan Internet of Things (IoT). Society 5.0, juga disebut masyarakat super cerdas yang pertama kali diperkenalkan oleh Jepang, adalah gagasan mantan Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe pada tahun 2019 yang mengusulkan rencana sains dan teknologi fundamental. Teknologi. Society 5.0 dapat digambarkan sebagai masyarakat yang berpusat pada manusia melalui sistem yang menggabungkan dunia maya dan ruang fisik.

Society 5.0, yang ditandai oleh peran teknologi dalam transformasi masyarakat, mempengaruhi pola komunikasi dakwah MUI di Indonesia. Jurnal tersebut mungkin menjelaskan bagaimana MUI beradaptasi dengan perubahan ini dan menggunakan teknologi untuk menyebarkan pesan dakwah. Serangan Informasi Negatif Era

²¹ Dr. Tedi Priatna.

digital juga membawa dampak negatif berupa serangan informasi yang bertentangan dengan nilai-nilai agama. Misinformasi, propaganda, dan konten yang tidak sesuai dengan ajaran agama dapat mudah menyebar melalui media sosial dan platform digital lainnya.

E. Daftar Pustaka

- Abdurahman Jemani, M. A. Z. (2020). *Tantangan Pendidikan Islam Di Era Revolusi Industri 4.0. Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 16(2), 126–140.
- Ahmad Abdullah, H. N. D. (2020). *Pendidikan Humanis dalam Perspektif Pendidikan Islam. Islamic Resources*, 17(2), 76–94.
- Akinboboye, J. T., & Ayanwale, M. A. (2021). *Bloom Taxonomy Usage and Psychometric Analysis of Classroom Teacher Made Test. African Multidisciplinary Journal of Development (Amjd)*, 10(1), 2021.
- Al Walidah, I. (2017). Tabayyun di era generasi millennial. *Jurnal Living Hadis*, 2(2), 317-344.
- Arsyad, A. (2011). Media pembelajaran.
- Bloom, B.S., (Ed). (1956). *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goal. In Handbook I: Cognitive Domain.*<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Jamadu, L. (2020). *Dakwah dan Media Sosial, Rahasia Kesuksesan Ustadz Abdul Somad.*
- Jemani, A., & Zamroni, M. A. (2020). *Tantangan Pendidikan Islam di Era Revolusi Industri 4.0. Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 16(2), 126-140.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(02), 148-158.
- Pesan, d. T. Daya tarik pesan komunikasi pemasaran di media sosial the attractiveness of marketing communication messages in social media.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210-234.
- Wibowo, A. (2021). Profesionalisme Dai di Era Society 5.0: Mengulas Profil dan Strategi Pengembangan Dakwah. *Wardah*, 22(1), 1-13.
- Zakariya, I., Maskuri, M., & Hidayatullah, M. F. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Multikultural Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sma Islam Sabilurrosyad Gasek. *Vicratina: Jurnal Ilmiah Keagamaan*, 6(6), 32-40.
- Zakariya, I., Maskuri, M., & Hidayatullah, M. F. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Multikultural Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sma Islam Sabilurrosyad Gasek. *Vicratina: Jurnal Ilmiah Keagamaan*, 6(6), 32-40.