



IDRIS

InDonesian Journal of Islamic Studies

<https://yambus-lpkas.com/index.php/IDRIS/index>

Vol. 2 No. 1 Tahun 2024 | 124 – 144

Strategi Muslim Muda Dalam Berdakwah Di Era Digital Melalui Komunitas Remaja Islam Berprestasi (Kreasi)

Achmad Rafif Ramadhan

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

ahmadrafiframadhan@gmail.com

Fina Lailatusyifa

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

fina@gmail.com

Isna Fitri Choirun Nisa'

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

isnafitri@gmail.com

Sri Wahyuningsih

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

wahyuningsih@iainkudus.ac.id

Moh. Anwar Yasfin

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

myasfin@iainkudus.ac.id

Abstrak

Salah satu cara berdakwah yaitu dengan mengajak generasi muda untuk memperkuat ilmu agama dengan cara mengikuti kajian dan bergabung dalam wadah komunitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi dakwah muslim muda di komunitas remaja islam berprestasi "kreasi" Kudus di era digital untuk mengetahui strategi dan tantangan pengembangan dakwah muslim muda oleh komunitas "kreasi" Kudus. Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan mengenai implementasi dakwah muslim muda di komunitas "kreasi" diantaranya yaitu aktif dalam media sosial, mendukung anak muslim muda untuk mencari jati diri, menentukan

visi kehidupan, esensi kehidupan dan mengembangkan skill agar lebih berprestasi. Selain itu penulis membahas tantangan yang menghambat pada komunitas "kreasi" seperti kurangnya sumber daya manusia, kurangnya komunikasi dan biaya operasional. Hasil penelitian ini memberikan implikasi kepada kalangan akademisi dalam bidang dakwah untuk menelaah lebih dalam tentang strategi dan planning berdakwah di media sosial.

Kata kunci: Dakwah digital, Komunitas Kreasi Kudus, Strategi dakwah, Muslim Muda

Abstract

Young Muslims' Strategy for Preaching in the Digital Era Through the High Achieving Islamic Youth Community (Kreasi). One way of preaching is by inviting the younger generation to strengthen their religious knowledge by taking part in studies and joining community forums. The aim of this research is to analyze the implementation of young Muslim da'wah in the Kudus "kreasi" community of high-achieving Islamic teenagers in the digital era to find out the strategies and challenges of developing young Muslim da'wah by the Kudus "kreasi" community. The research method used by the author is a qualitative method, with data collection through interviews, observation and documentation. The results of this research show the implementation of young Muslim da'wah in the "creative" community, including being active on social media, supporting young Muslim children to find their identity, determining their vision of life, the essence of life and developing skills to be more accomplished. Apart from that, the author discusses the challenges that hinder the "creation" community, such as lack of human resources, lack of communication and operational costs. The results of this research provide implications for academics in the field of da'wah to examine more deeply the strategies and plans for preaching on social media.

Keywords: Digital Da'wah, Holy Creation Community, Da'wah strategy, Young Muslims

A. Pendahuluan

Dakwah adalah setiap kegiatan yang menggunakan siasat dan media yang sejalan dengan prinsip Islam dalam rangka mengajak manusia (masyarakat) untuk berbuat baik dan melarang berbuat buruk dengan maksud mendatangkan

keridhaan untuk manusia di dunia dan di akhirat (Lestari, 2020). Seperti hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori yaitu Dari Abdullah bin Amr Radhiyallahu Ta'ala 'Anhu bahwa Nabi Shalallaahu 'Alaihi Wassalam bersabda "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat". Menurut hadits ini, beliau memerintahkan agar umat Islam memiliki kewajiban untuk berbagi dan mengajarkan agama mereka, meskipun hanya sedikit. Dengan maksud agar manusia selalu bergerak ke arah kebenaran yang diridhai Allah SWT. Apalagi di era milenial saat ini yang banyak mengalami pergolakan akhir-akhir ini. Salah satunya adalah pesatnya perkembangan teknologi (Mardiana, 2020). Dalam hal ini bisa menjadi kesempatan untuk menyebarkan Islam atau dakwah menggunakan strategi, metode, dan media baru dan kekinian.

Era modern mengajarkan bahwa dakwah bukan lagi kewenangan seorang ulama karena pada dasarnya setiap umat manusia berhak untuk berdakwah di mana saja, kapan saja dan dengan cara apa saja. Bagaimanapun juga, setiap muslim memiliki tuntutan untuk berdakwah yang harus dijalankan dengan tanggungjawab dan sepenuh hati sehingga menjadi kebiasaan yang berlanjut dari waktu ke waktu. Dakwah yang diperintahkan oleh Allah kepada setiap muslim untuk menyebarkan ajaran agama Allah kepada sesama umat manusia dari kemuliaan dan ketinggian agama merupakan bentuk ketaatan setiap muslim terhadap perintah Allah (Pimay & Savitri, 2021). Seperti masa sekarang ini bahwa perkembangan dakwah di Indonesia telah berkembang pesat ditandai dengan adanya fenomena maraknya komunitas hijrah diberbagai Kota. Jadi dapat kita lihat bahwa dakwah bukan lagi kewenangan seorang ulama saja akan tetapi setiap umat manusia juga berhak berdakwah.

Komunitas merupakan suatu perkumpulan masyarakat yang diciptakan melalui hubungan emosional antar pribadi timbal balik dan timbal balik untuk pertukaran kebutuhan yang dibagikan. Menurut pengertian ini, pembentukan suatu struktur sosial tidak dapat disebut sebagai komunitas jika hubungan antar pribadi bersifat satu arah atau dua arah, jika tidak didasarkan pada faktor emosional, atau jika mengabaikan pertukaran kebutuhan bersama (Pratama,

2020). Akan tetapi dalam hal ini, yang dimaksud komunitas oleh penulis yaitu sebuah komunitas dakwah atau perkumpulan remaja muda islam dengan tujuan tertentu berdasarkan ciri, karakteristik dan kesamaan kepentingan yang dimiliki.

Beberapa penelitian tentang sarana dakwah telah dilakukan oleh para peneliti. Hikmawati & Farida (2021) mengungkapkan bahwa dakwah bisa dilakukan lewat media social salah satunya Tik-Tok, dengan memanfaatkan banyaknya followers untuk membagikan pesan dakwah atau sejarah Islam, yang mana pesan tersebut dikemas dalam bentuk video berdurasi pendek dan diiringi sholawat atau lagu islami. Toybah (2017) melaporkan bahwa akun instagram @haditsku merupakan akun sosial media yang menyebarkan dakwah. Postingan yang dibagikan memuat beberapa hal yang bisa diambil untuk kehidupan sehari-hari, termasuk panduan tentang moralitas, syariah, dan masalah agama. Dominan pesan yang disampaikan adalah pesan akhlak yang berbentuk motivasi diri yang berguna untuk intepesksi diri. Senada dengan peneliti sebelumnya, Ummah dkk (2020) menjelaskan podcast juga bisa menjadi salah satu strategi atau media dakwah di era digital yang efektif. Jenis platform Podcast yang bermacam-macam menjadikan peluang para da'i untuk memperluas jangkauan objek dakwah.

Selain media sosial, majlis taklim juga bisa digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan dakwah. penelitian lain mengungkapkan bahwa masyarakat Paseh melaksanakan kegiatan keagamaan yaitu kegiatan majelis taklim, yang mana majelis taklim adalah media aksi yang sangat dekat dan berpengaruh langsung terhadap dampak dalam semua bidang masyarakat. Majelis taklim sering digunakan oleh masyarakat Paseh sebagai tempat dan sarana untuk menimba ilmu agama Islam (Rahmat & Mansur, 2021). Selanjutnya Irwan dkk (2022) mengungkapkan dalam menjalankan salah satu tugasnya, majelis taklim memiliki peran yang sangat strategis dalam mendidik dan melayani masyarakat. Salah satu majelis taklim tersebut adalah An-Nur di Desa Rompo, Kabupaten Bima, yang mayoritas beranggotakan perempuan terutama ibu-ibu.

Pemanfaatan dakwah digital oleh Komunitas Kreatif membuka kemungkinan baru untuk berdakwah melalui media baru. Karena eksis di dunia maya, jadi komunitas dakwah online dapat diibaratkan sebagai dunia maya, yang mana hal ini dapat menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Selain itu, komunitas "kreasi" ini memenuhi tujuan dakwah kepada pelajar dan mahasiswa yang selama ini cenderung dilakukan secara tradisional. Dengan pesatnya kemajuan teknologi, kelompok dakwah baru ini pada akhirnya akan ditanggapi serius oleh masyarakat dan mampu menunjukkan eksistensinya, khususnya di kalangan pelajar.

Penelitian-penelitian di atas menekankan bahwa sarana dakwah bisa dilakukan melalui majlis dimana mad'u atau audiens lebih didominasi oleh orang tua (bapak/ibu) dan sosial media. Akan tetapi, komunitas dakwah yang sasarannya khusus para muslim muda (perempuan dan laki-laki) melalui KREASI terutama di Jawa Tengah belum banyak diteliti oleh orang lain. Dan kajian seperti ini lebih sulit untuk dilakukan karena di dalam tahap perekrutan anggota dan kaderisasi, tentu lebih sulit pada suatu komunitas, yang mana hal ini tidak ada sistem estafet kepemimpinan yang terdapat didalam panduan berkomunitas, semua murni dari inovasi dan ide ide menarik yang terdapat dari masing masing karakter pemuda, berbeda dengan organisasi yang memang sudah terdapat anggaran dasar (AD) dan anggaran rumah tangga (ART) yang menjadikan pedoman mereka dalam menjalankan estafet kepemimpinan. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dakwah di KREASI dan tantangan dalam berdakwah.

B. Metode

Terdiri dari jenis/ pendekatan penelitian, populasi dan sampel, instrumen, validitas dan realibilitas instrumen, dan cara analisis data,

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dari awal penelitian hingga analisis data dalam metode kualitatif ini penulis yang menjadi instrumennya. Pengamatan langsung terhadap subjek penelitian sesuai dengan bidang penelitian, dan teori untuk mendukung penelitian berdasarkan bidang pembahasan. Mengidentifikasi data melalui para

narasumber sekaligus pengurus pusat komunitas. Proses analisis digunakan untuk menentukan teknik implementasi atau penerapan metode dakwah pemuda muslim dan tantangannya di era digital khususnya pada komunitas Kreasi Kudus, setelah terkumpul data lapangan dan literatur yang sesuai dengan penekanan penelitian.

C. Pembahasan

1. Komunitas Dakwah Era Sekarang

Berdakwah pada saat ini merupakan suatu tantangan bagi umat muslim, karena *culture* dan kebiasaan masyarakat sekarang yang jauh berbeda daripada zaman dahulu. Berdakwah di masjid yang hanya mendengarkan ceramah dari seorang pendakwah cenderung sudah dianggap hal yang biasa. Pada era sekarang umat muslim dituntut untuk kreatif dalam hal berdakwah. Beberapa kota besar dan terkenal sekarang sudah mempunyai suatu komunitas untuk berdakwah. Seperti komunitas dakwah bernama “ngasango” yang terletak di kota Pamekasan hadir dengan bersikap akomodatif dan kultural pada masyarakat. Implementasi dakwah di komunitas ini cenderung melalui pendekatan-pendekatan yang cukup ramah dengan budaya yang dianut dengan masyarakat setempat. Kepanjangan dari istilah “ngasango” diambil dari kata ngaji sambil ngopi. Model dakwah di komunitas ini cenderung terjun langsung di masyarakat setempat untuk mensyiarkan ajaran agama islam (Rosi & Rahman, 2023).

Komunitas dakwah lain juga menggunakan nama yang menarik yaitu “Yuk Ngaji” yang ada di Solo. Komunitas ini memiliki tujuan sebagai wadah untuk anak muda yang ingin mengubah hidupnya menjadi lebih baik dengan ilmu yang cukup dan sarana yang memadai. Metode dakwah yang digunakan yaitu mengajak masyarakat untuk hadir di majlis ilmu dengan mendatangkan penceramah muda yang mempunyai ciri khas menarik dalam menyampaikan *mauidhah hasanah* nya. Selain itu juga terdapat metode *bil hikmah* dengan cara menyesuaikan bahasa dan gaya jamaah sehingga para jamaah lebih antusias untuk mendengarkan dan hadir dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas dakwah “Yuk Ngaji” di Solo (Aula & Abas, 2020).

Komunitas dakwah lainnya juga terdapat di Surakarta dengan mendirikan “Omah Ngaji” yang implementasi dakwahnya dilakukan dengan cara menyelenggarakan kajian dengan beberapa ilmu yang bermacam-macam seperti terdapat kelas ilmu tauhid, ilmu fiqih, ilmu nahwu sharaf, dan sejarah agama islam. Komunitas ini didirikan dengan visi misi yang kuat yaitu mengajarkan nilai-nilai ahlussunnah wal jamaah kepada generasi milenial untuk menangkal hoax, radikalisme, dan terorisme untuk menciptakan indonesia yang aman dan damai (Kristina, 2020).

Komunitas dakwah lain juga menggunakan nama yang unik yaitu bernama “Pejuang Mahar” yang memiliki cara tersendiri untuk berdakwah pada zaman sekarang. Komunitas ini memiliki tujuan untuk mengajak para pemuda agar mengikuti kajian yang diadakan dengan membahas tema terkait batasan-batasan syariat tentang hukum pacaran dan seputar kajian pranikah. Hal ini dilakukan agar pemuda zaman sekarang untuk menghindari pacaran dan selalu bertakwah kepada Allah SWT serta diharapkan sebagai pejuang halal dalam hal menemukan jodohnya (Nurjanah & Fatoni, 2019).

2. Peran Media Sosial dalam Aktivitas Dakwah

Dalam berdakwah terdapat beberapa cara dan metode yang digunakan dan diterapkan oleh suatu komunitas untuk menyampaikan ajaran islam. Metode dalam berdakwah termasuk hal yang sangat berperan penting untuk menarik masyarakat untuk mengikuti dakwah yang semakin tergerus oleh zaman. Kedekatan anak muda dengan *gadget* dan sosial media, membuka peluang besar untuk umat muslim muda untuk berdakwah dan mengembangkan konten-konten dakwah yang sesuai pada zaman sekarang. Era digitalisasi termasuk salah satu faktor pendukung untuk berdakwah dalam media sosial dengan sasaran dari berbagai umur dan mudah dalam akses menyampaikan ilmu agama. Memberikan ilmu agama bagi kaum muda sangatlah penting untuk membekali keilmuan ditengah-tengah zaman yang seperti saat ini. Kalangan muslim muda diharapkan bisa menjadi pencetus untuk menghasilkan pelajar yang kompeten dan menjiwai

ajaran agama islam dalam kehidupannya serta memahami komunikasi dakwah agar dakwahnya berjalan secara efektif.

Saat ini penyebaran informasi sangatlah cepat karena teknologi yang semakin canggih. Generasi milenial sudah tidak asing lagi dalam bermedia sosial. Zaman digitalisasi seperti saat ini sangatlah selaras dengan berdakwah melalui konten yang edukatif di *platform* yang sering dijumpai. Pemanfaatan media sosial yang baik akan memberikan pengaruh kepada pengguna media sosial agar tidak terjerumus dalam kesesatan yang memicu rusaknya moral, pergaulan yang keliru, dan sangat jauh dengan ajaran agama. Mayoritas anak muda melakukan komunikasi di media sosial dengan terlebih dahulu memiliki akun untuk bertukar pesan, seperti whatsapp, instagram, twitter, line, facebook, dan media sosial lainnya.

Dengan melihat fakta yang demikian, menyebarkan ajaran agama islam sangatlah mudah, tetapi hal ini termasuk dalam tantangan ketika penyebaran dakwah tidak mengoptimalkan dalam menggunakan media sosial tersebut. Konten dakwah sekarang haruslah kreatif dan unik serta harus mudah untuk diakses dengan tujuan menarik pengguna media sosial untuk tertarik melihatnya kemudian akan tergugah untuk mengimplementasikan poin penting dari dakwah tersebut. Sehingga, kajian dan cara berdakwah di zaman milenial sangat penting untuk dikaji secara lebih detail, supaya dapat mengetahui cara metode berdakwah yang harus dilakukan, supaya berdakwah dapat tersampaikan dengan baik dan *content* dakwah dapat tersampaikan secara menyeluruh (Nugraha dkk., 2020). Dengan penyebaran dakwah melalui media sosial diharapkan para generasi muda dapat termotivasi dalam berhijrah dan memperbaiki diri menjadi lebih baik serta dapat mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Keunikan Dakwah dari Berbagai Komunitas

Dalam berdakwah tentunya harus mempunyai strategi. Strategi pada dasarnya adalah suatu perencanaan (planning) dan management untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai suatu tujuan, strategi tidak hanya berfungsi

untuk peta jalan yang hanya berfungsi mengarahkan saja tetapi harus mengetahui cara oprasionalnya. Dengan demikian strategi dakwah merupakan perpaduan antara planning dan management dakwah agar mencapai tujuan awal berdakwah. Dalam mencapai tujuan strategi dakwah harus dapat memperlihatkan cara kerja yang harus dilakukan dengan matang mengenai pendekatan atau metode dakwah yang sewaktu-waktu dpat berubah. Strategi sebelum berdakwah sangatlah penting karena harus merencanakan dengan matang mengenai rangkaian dan pola dakwah di suatu komunitas agar tercapai tujuan yang diharapkan.

Salah satu strategi dakwah yang menarik juga terdapat di kota Bandung mendirikan komunitas bernama "Yuk Ngaji" yang merangkul para kaum muda untuk bisa mengaji. Komunitas ini juga mempunyai empat sesi untuk memperdalam ilmu agama yaitu sesi aqidah, hijrah, dakwah dan sejarah. Tujuan komunitas ini yaitu mrngajak anak muda untuk mengaji dengan cara online maupun offline. Hal ini sesuai dengan *tageline* atau semboyan dari komunitas ini yaitu "*the power of ngaji*", diharapkan para *member* yang mengikuti dapat memiliki perubahan yang positif dan memiliki bekal ilmu untuk masa depan (Sopian, 2020).

Setiap komunitas dakwah pasti memiliki cara tersendiri untuk menarik perhatian audiens dan sasaran yang dituju. Salah satu caranya yaitu dengan menciptakan keunikan yang belum didapatkan dari komunitas lain. Salah satu contoh keunikan dari berbagai komunitas yaitu aktif menyebarkan ilmu agama di media sosial, berdakwah virtual dengan cara mengunggahnya di akun youtube, instagram, podcast. Serta berdakwah dengan cara santai dan tetap kekinian dengan mengundang penceramah muda tetapi sanad keilmuannya sudah jelas. Adapun keunikan dari komunitas remaja islam berprestasi (KREASI) ini juga memiliki kegiatan yang menarik diantaranya yaitu *study comperhenshif* yang merupakan wadah para remaja untuk mengasah kemampuannya dengan diadakan pelatihan untuk menunjang pengetahuan dalam dunia digital seperti kelas *public speaking*, editing ,dan juga kelas *tahsin*.

Agenda lainnya juga terdapat seminar dengan mengangkat tema yang relevan dikalangan anak muda serta materi aktual yang sedang ramai diperbincangkan. Hal ini juga termasuk suatu yang dapat membuka ruang tanya jawab dan akan menambah pengetahuan antara tema terkait dan juga pandangan menurut hukum agama. Selain itu komunitas KREASI juga membuka kelas dengan hobi panahan, secara tidak langsung komunitas ini telah memperkenalkan dan melestarikan olahraga sunnah yang disukai oleh Rasulullah. Demikian penjelasan mengenai komunitas remaja islam berprestasi yang telah dipaparkan diatas, hal ini yang membuat penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini lebih spesifik membahas suatu komunitas remaja islam yang semangat dalam berdakwah serta memanfaatkan media sosial untuk berdakwah.

4. Implementasi dakwah muslim muda melalui komunitas Kreasi

Dakwah atau kajian yang dilakukan di masjid tidak lagi penting bagi anak muda di era digital ini sebagai sarana penyelesaian persoalan hidup mereka. Dakwah di masjid-masjid dikatakan tidak menarik bagi kaum muslim muda karena sering kurang bervariasi, teknik dan tema yang digunakan untuk diskusi membosankan, serta mengabaikan kebutuhan mereka para muslim muda. Oleh karena itu, di komunitas kreasi ini ketika mengadakan suatu kajian atau sekedar sharing- sharing lebih memilih tempat yang menarik, seperti di hotel, cafe dan di restoran, mereka meyakini bahwa mengajak generasi muslim muda ke tempat seperti itu akan mudah di terima isi dari kajiannya. Selain itu juga komunitas kreasi ini memfasilitasi bagi kaum muda yang belum bisa menghadiri kajiannya secara langsung, pengurus komunitas menyediakan siaran langsung melalui akun sosial media instagram kreasi.

“Mengajak anak muda untuk mengikuti kajian di masjid itu sulit dan mereka menganggap hal itu sudah biasa, maka dari itu kita sebagai pengurus Kreasi menawarkan kemasan dakwah kita kepada mereka ke tempat yang menarik, seperti di hotel, cafe dan restoran, dan tanpa meminta uang tiket masuk untuk mengikuti kegiatan tersebut alias gratis” (Wawancara dengan narasumber III, 4 Juni 2023)

Gambar 1. Kegiatan Kajian Komunitas “Kreasi”



Gambar 2.

Perkumpulan Rutin Komunitas “Kreasi”



Hal
senada

diungkapkan oleh narasumber III yang secara singkat menjelaskan bahwa media dakwah yang baru akan membuat para pemuda muslim tertarik dan penyampaian dakwah itu bisa lebih sampai kepada jiwa nurani mereka, sehingga menimbulkan rasa penasaran mereka terhadap agama. Sesuai dengan Visi komunitas Kreasi, yakni menjadi komunitas terdepan dalam mendampingi kaum anak muda untuk menumbuhkan kesadaran perubahan yang positif dan memiliki bekal ilmu untuk masa depan. Kalangan muslim milenial saat ini semakin banyak yang memilih

kajian agama online karena tema ceramahnya mudah dipahami dan tidak terlalu rumit, serta dikontekstualisasikan untuk memahami minat dan semangat anak muda. Di media daring (online), mereka juga mendapatkan solusi yang lebih detail atas permasalahan hidup mereka. Selain itu, lebih bermanfaat dan efektif serta dapat di ikuti kapanpun dan dimanapun (Wahid dkk., 2019).

Media sosial dan sumber informasi online telah digunakan sebagai sarana pembelajaran oleh generasi muslim muda yang terbiasa dengan teknologi, seperti belajar tentang ajaran agama Islam melalui sumber digital seperti reels instagram, tiktok, dan youtube. Untuk mendapatkan informasi seputar pemuka agama yang mereka idolakan, biasanya butuh popularitas atau seringnya muncul di media massa, sehingga mereka mampu untuk dijadikan sebuah tokoh atau publik figur bagi muslim muda. Tokoh agama yang ramah digital lebih mudah diterima karena dapat dengan mudah diterjunkan dimanapun dan kapanpun mereka mau. Kehadiran media sosial telah memperkuat peran pendidikan agama dalam keluarga, termasuk di lembaga dan organisasi pendidikan.

Dengan bekal keahlian Ilmu teknologi yang dimiliki oleh pengurus pusat kreasi, generasi muda muslim di era digital, dapat menangkap peluang atau keuntungan strategis dalam mewujudkan dakwah Islam yang baik, toleran dan damai. Generasi muda muslim dapat berpartisipasi aktif dalam gerakan hijrah di media sosial. Kegiatan dakwah Islam harus menyesuaikan dengan situasi generasi muda muslim saat ini. Ciri-ciri generasi muda muslim yang memiliki ide-ide positif, jiwa produktif dan kreatif, sikap percaya diri, selalu bersemangat, selalu siap menghadapi perubahan, lebih banyak menggunakan smartphone dan terkoneksi dengan internet dapat berkembang menjadi inovasi agen Dakwah. Salah satu kegiatan yang dilakukan komunitas "kreasi" dalam berdakwah di media sosial yaitu memberikan quotes atau kata-kata mutiara di instagram, membuat video ceramah dengan durasi pendek yang diupload di tiktok, selain itu juga mengadakan kelas offline yang isinya terdapat pelatihan *public speaking, editing, programming* dan juga kelas tahsin tujuannya untuk mengasah soft skill dari member komunitas "kreasi".

Komunitas pada umumnya terbentuk karena terdapat kesamaan hobi, salah satu kegiatan mengenai hobi yaitu mengadakan kegiatan panahan yang isinya olahraga memanah bersama komunitas "kreasi" hal ini termasuk salah bentuk melestarikan olahraga yang disukai oleh rasulullah dan juga termasuk memperkenalkan sunnah nabi. Komunitas "kreasi" ini saling mengajak generasi milenial untuk melakukan kebaikan dan selalu berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas keilmuan agama melalui kajian yang berkelanjutan, itulah yang menjadikan nilai positif dari berkumpulnya para muslim pemuda didalam komunitas tersebut, berbeda dengan sebuah organisasi yang dimana memang sudah ada visi misi yang jelas dan tertatanya manajemen sejak berdirinya.

Saat ini, Media sosial telah ramai tentang isu keagamaan, sehingga beragam komunitas ikut serta meramaikan isu tersebut, begitu pula minat umat islam untuk belajar ajaran islam melalui sosial media semakin meningkat. Itulah yang membuat individu seseorang atau kelompok menjadi lebih peduli dengan berdakwah, apalagi melalui media digital yang mana pengguna selalu disajikan dengan informasi yang cepat dan *ter-uptodate* secara langsung, dan dapat melakukan komunikasi dengan mudah. Hal-hal seperti inilah yang mendorong para da'i muda pada era digital untuk mengubah cara mereka memanfaatkan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Tiktok, dan lainnya. Dengan pertimbangan bahwa media sosial mempermudah konsumsi informasi dan konten yang mengandung dakwah karena tidak harus tertulis dan bisa berbentuk gambar, flyer, meme, suara, video, dan infografis.

Apabila teknologi informasi dan komunikasi sebagai media dakwah mampu di manfaatkan dan di kelola dengan baik oleh kalangan mahasiswa maka semakin banyak jamaah tertarik untuk mengikutinya. Komunitas Remaja Islam Berprestasi "Kreasi" muncul di tengah era digitalisasi dalam rangka ikut serta mewarnai Kegiatan positif para remaja di dunia nyata maupun sosial media dengan menawarkan konsep dakwah ala komunitas Hijrah dan mengajak para muslim muda dengan ajaran Islam berlandaskan aswaja berdasarkan misi komunitas

yakni berorientasi pada hasil yang efektif dan berkualitas sehingga muncul kesadaran tinggi untuk berdakwah dengan sesama umat muslim muda.

Ada beberapa jalur media sosial yang di minati oleh anggota komunitas Kreasi dalam menyampaikan dakwahnya, di antaranya melalui reels instagram, whatsapp, dan tiktok yang sedang trend saat ini. Media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat dan seringkali memiliki dampak yang signifikan. Bagi sebagian besar masyarakat, media sosial dapat menjadi sumber berita dan informasi. Salah satunya alasannya adalah cepat untuk diakses dimanapun, kapanpun dan mudah didapat. Oleh karena itu, pemuda muslim di era digital mampu memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah untuk menebar banyak kemanfaatan kepada pemuda dan anggota masyarakat lainnya melalui sajian keilmuan yang tidak memprovokasi kepada pemuda muslim maupun non-muslim di indonesia.

Hal-hal seperti ini sebagai gambaran pengaruh teknologi digital yang turut mendukung pertumbuhan berbagai media sosial dan dapat memfasilitasi interaksi yang lebih mudah antara audiens atau pengguna. Sehingga dengan memanfaatkan media sosial, kini dapat berkomunikasi kapan pun, di mana pun, dan tanpa batasan apa pun, bukan hanya secara langsung atau tatap muka. Salah satu cara Komunitas Kreasi menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi dakwah kepada sebanyak mungkin mad'u adalah melalui acara dakwah online. Pemanfaatan ini sebagai upaya untuk mendapatkan penerimaan masyarakat, khususnya di kalangan pemuda muslim dan generasi milenial. Pemanfaatan berupa berbagi meme, cerita pendek, video lucu mengandung isi dakwah yang mudah dipahami dengan ditambahkannya caption di postingan Instagram untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam. Cerita pendek menjadi gambar yang efektif, seperti motivasi hijrah, ajakan untuk melakukan kegiatan positif dalam kehidupan muslim muda, gambar muslim muda beserta kata-kata/ucapannya, promosi kegiatan yang digelar oleh komunitas, dan lainnya.

Salah satu kegiatan yang dilakukan komunitas "kreasi" dalam berdakwah juga mengadakan kelas offline yang isinya terdapat pelatihan *public speaking*, *editing*, *programming* dan juga kelas tahsin tujuannya untuk mengasah soft skill dari member komunitas "kreasi". Komunitas pada umumnya terbentuk karena terdapat kesamaan hobi, salah satu kegiatan mengenai hobi yaitu mengadakan kegiatan panahan yang isinya olahraga memanah bersama komunitas "kreasi" hal ini termasuk salah bentuk melestarikan olahraga yang disukai oleh Rasulullah dan juga termasuk memperkenalkan sunnah nabi. Komunitas "kreasi" ini saling mengajak generasi milenial untuk melakukan kebaikan dan selalu berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas keilmuan agama melalui kajian yang berkelanjutan, itulah yang menjadikan nilai positif dari berkumpulnya para muslim pemuda didalam komunitas tersebut, berbeda dengan sebuah organisasi yang dimana memang sudah ada visi misi yang jelas dan tertatanya manajemen sejak berdirinya.

"Kita mengajak para remaja untuk hijrah menuju sesuatu yang lebih baik, agar suatu saat nanti bisa menjadikan ladang panen amal kebaikan kita waktu di akhirat, akan tetapi didalam strategi pendekatan kita menggunakan proporsi dakwah yang memang jarang di gunakan atau jarang disentuh oleh para pendakwah lainnya, seperti menggunakan pendekatan individu, bimbingan kepada para remaja untuk menemukan jati dirinya, lalu mengajarkan tentang esensi kehidupan. Strategi dakwah yang kita berikan kepada mereka mampu diterima dengan baik karena metode ini dianggap tidak radikal oleh mereka". (Wawancara dengan narasumber II, 4 Juni 2023).

Untuk menaati perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya agar dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat sesuai dengan syariah, seseorang harus dapat mengkomunikasikan pesan dakwah kepada sesama umat manusia, contohnya seperti Rasulullah SAW (Supratman & Suhendi, 2022). Jadi dapat disimpulkan bahwa dakwah juga bisa dikatakan sebagai suatu upaya yang dikerjakan atau dilakukan oleh setiap umat muslim baik secara lisan ataupun perbuatan. Di era digital, pengintegrasian teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu tantangan dakwah. Dakwah di masa sekarang ini sudah banyak berkembang, yang mana perkembangan ini selalu mengikuti kemajuan zaman. Seperti yang

dikemukakan oleh Ummah (2020) upaya dakwah yang sebelumnya dilakukan secara tradisional namun seiring berkembangnya zaman dakwah beralih ke arah digital, yang mana hal ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media, sehingga kegiatan penyebaran Islam di ranah publik telah berubah. Komponen lain, khususnya media dakwah, menjadi pendorong beragamnya kegiatan dakwah.

Komunitas dakwah adalah kelompok atau perkumpulan beberapa orang yang memiliki tujuan untuk menyebarkan dan mengajarkan ajaran agama islam kepada sesama umat manusia, yang mana mereka berkomitmen untuk memperkuat iman dan mengajak orang lain untuk mendekatkan diri kepada allah. Seperti halnya dalam Komunitas Remaja Islam Berprestasi (KREASI) Kudus mereka menjadikan komunitas sebagai wadah dalam melakukan dakwahnya di era maraknya media sosial sebagai tempat penyampaian dakwah. Meskipun memiliki tujuan yang mulia untuk membawa kebaikan dan petunjuk kepada orang lain, dakwah juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi dalam suatu komunitas.

Adapun dalam komunitas “kreasi” kudu yang mana komunitas ini memiliki tujuan untuk mengajak para remaja islam untuk hijrah ke yang lebih baik lagi, akan tetapi dalam suatu komunitas dalam menjalankan tujuan dakwahnya banyak mengalami tantangan untuk mencapai tujuan yang diinginkannya. Salah satu tantangan dalam komunitas “kreasi” kudu adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang mana keterbatasan sumber daya manusia ini menjadi penghambat dalam proses penyampaian dakwah oleh komunitas “kreasi” Kudus untuk memperluas pembelajaran agama Islam di Kudus. Jumlah pengurus yang ada di komunitas “kreasi” Kudus ada 10 orang dan jumlah tersebut masih kurang memadai dengan program serta kegiatan yang akan di adakan. Terbatas nya sumber daya manusia (SDM) dapat menghambat suatu kegiatan yang akan diadakan komunitas “kreasi” Kudus. Sebagaimana yang disampaikan oleh narasumber II mengenai keterbatasan sumber daya manusia sebagai salah satu tantangannya melalui hasil wawancara sebagai berikut :

“Untuk memilimalisir minimnya sumber daya manusia (SDM) yang ada di komunitas “kreasi” Kudus salah satunya dengan cara memberikan ruang yang sesuai dengan hobi mereka, karena dengan adanya ruang khusus yang sesuai dengan para hobi pengurus dan jamaah, mereka merasa saling di hargai dan dihormati, sehingga semangat mereka didalam mengembangkan komunitas semakin meningkat karena hobinya sendiri mampu diapresiasi didalam ruang lingkup komunitas”. Namun demikian, meskipun dalam keterbatasan sumber daya manusia di komunitas “kreasi” Kudus dalam menjalankan kegiatan rutin seperti kajian 2 minggu sekali mereka tetap berusaha dan memaksimalkan kinerjanya, agar kegiata-kegiatan yang diadakan dapat berjalan dengan baik dan semestinya. Selain itu kurangnya komunikasi antar pengurus dan anggota dalam suatu komunitas menjadi tantangan serius yang dapat menghambat pertumbuhan dan efektivitas komunitas tersebut. Ketika komunikasi tidak berjalan dengan baik, informasi yang penting sering kali terlewat atau salah dipahami, dan kolaborasi antara anggota dan pengurus menjadi sulit”. (wawancara dengan narasumber II, 4 Juni 2023).

Selain itu kurangnya komunikasi antar pengurus dan anggota dalam suatu komunitas menjadi tantangan serius yang dapat menghambat pertumbuhan dan efektivitas komunitas tersebut. Ketika komunikasi tidak berjalan dengan baik, informasi yang penting sering kali terlewat atau salah dipahami, dan kolaborasi antara anggota dan pengurus menjadi sulit. Semua keputusan komunitas harus melibatkan seluruh pengurus dan anggota komunitas agar tidak terjadi miskonsepsi yang dapat merugikan komunitas. Selain itu, setiap pengurus dan anggota harus mengetahui semua informasi yang berkaitan dengan komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber I

“Di dalam suatu komunitas komunikasi antar anggota dan pengurus sangat penting karna di dalam komunitas perlu adanya informasi untuk anggota-anggota yang lainnya, bagaimana saja persiapan untuk kegiatan yang akan datang, seperti apa kegiatan yang akan di jalankan. Maka dari situ komunikasi dalam sebuah organisasi ataupun komunitas sangat di butuhkan. Di kreasi ini masih sering terjadi kurangnya komunikasi antar pengurus dan anggota. Semua keputusan di dalam komunitas harus melibatkan seluruh pengurus dan anggota komunitas untuk menghindari terjadinya miskonsepsi yang dapat merugikan komunitas. Selain itu, setiap pengurus dan anggota komunitas harus saling mengetahui semua informasi yang terkait tentang”. (wawancara dengan narasumber I, 4 juni 2023)

Hal lain yang menjadi tantangan dalam komunitas “kreasi” Kudus ini adalah biaya operasional. Biaya operasional merupakan aspek penting dalam menjalankan suatu kegiatan. Salah satu sumber dana yang menjadi landasan bagi biaya operasional adalah dana pemasukan. Seperti yang dikemukakan oleh narasumber III :

“Finansial di komunitas “kreasi” ini memiliki hambatan berupa dana yang mana setiap kegiatan yang di adakan pasti memerlukan dana, komunitas “kreasi” ini tidak meminta uang iuran untuk kegiatan kajian rutin setiap 2 minggu sekali kepada para pengurus maupun kepada para jamaah, hanya saja KREASI menjalin kerjasama kepada para Pelaku UMKM dan para donatur khusus, dengan adanya kerjasama yang saling menguntungkan oleh kedua belah pihak maka kegiatannya mampu berjalan sesuai dengan target. Oleh karena itu, penting bagi suatu komunitas untuk memiliki strategi yang baik dalam mengelola dan memaksimalkan dana pemasukan. Adapun upaya untuk meningkatkan pendapatan dapat melalui berbagai cara, seperti mencari sponsor atau donatur”. (wawancara dengan narasumber III, 4 juni 2023)

Jadi dapat di simpulkan bahwa dalam mengerjakan suatu kegiatan atau program pasti memiliki berbagai macam hambatan tidak terkecuali pada kegiatan yang ada di Komunitas Remaja Islam Beprestasi (KREASI) Kudus dalam pengembangan dakwahnya. Selaku *founder* dan para pengurus berupaya mengatasi tantangan tersebut dengan menyiarkan dakwah terlebih dahulu melalui metode dakwah yang telah ditentukan, dengan merencanakan dan menerapkan strategi pengembangan dakwah yang ada di “Kreasi” Kudus, serta selalu mengevaluasi saat berlangsungnya dan sesudah dilakukan kegiatan-kegiatan dakwah tersebut.

D. Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdakwah pada era sekarang harus bisa selaras dengan zaman digital seperti sekarang. Media sosial bisa dimanfaatkan untuk berdakwah dan meyebarkan ajaran agama islam seperti halnya yang telah dilakukan oleh komunitas “kreasi” yang mengunggah video ceramah disertai dengan caption sebagai penjelasan lebih mendalam pada akun

instagram, dengan bahasa yang menarik dan mudah difahami. Cerita pendek menjadi gambar yang efektif, seperti menjelaskan motivasi hijrah, ajakan untuk melakukan kegiatan positif. Adapun tujuan untuk mengetahui implementasi dakwah muslim muda di komunitas remaja islam berprestasi "kreasi" Kudus di era digital serta untuk mengetahui strategi dan tantangan pengembangan dakwah. Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat bagi pengayaan khazanah pengetahuan Islam tentang cara berdakwah dikalangan muslim muda dalam zaman digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melalui pengumpulan data di satu komunitas "kreasi" Kudus saja. Penelitian ini merekomendasikan kepada kalangan akademisi dalam bidang dakwah untuk menelaah lebih dalam tentang strategi dan *planning* berdakwah di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aula, L. G., & Abas, Z. (2020). METODE DAKWAH PENCERAMAH DI KOMUNITAS “ YUK NGAJI ” SOLO. *Academic Journal Of Da’wa and Communication*, 1(2), 464–474.
- Hikmawati, S. A., & farida, luluk. (2021). Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>
- Irwan, I., Rahman, A., Hidayatullah, S., & Jayanti, M. I. (2022). Penguatan Peran Dakwah Majelis Ta’lim An-Nur Desa RompoKecamatan Langgudu Kabupaten Bima. *Taroo: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 52–59. <https://doi.org/10.52266/taroo.v1i1.761>
- Kristina, A. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial: Studi Atas Praktik Dakwah Di Komunitas Omah Ngaji Surakarta. *Muasarah:Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 11–25. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3665>
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 21(1), 41–58. <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(2). <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Nugraha, R. H., Parhan, M., & Aghia. (2020). Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital. *Jurnal Muharrik: Dakwah dan Sosial*, 3(02), 175–194. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>
- Nurjanah, T., & Fatoni, U. (2019). Dakwah Kelompok dalam Komunitas Pejuang Mahar. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(1), 34–49. <https://doi.org/10.15575/anida.v19i1.5041>
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika Dakwah Islam di Era Modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>
- Pratama, R. L. N. (2020). *Peran Komunitas Yuk Hijrah Lampung dalam Penyebaran Dakwah*.
- Rahmat, J., & Mansur, M. (2021). Majelis Taklim Sebagai Lembaga Dakwah Studi Tentang Tipologi Majelis Taklim Di Kecamatan Paseh Kabupaten Bandung. *JAWI*, 4(1). <https://doi.org/10.24042/jw.v4i1.9050>
- Rosi, B., & Rahman, H. (2023). Dakwah Kultural Komunitas “Ngasango” di Kabupaten Pamekasan. *DA’WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.36420/dawa.v2i2.222>

- Sopian, D. A. (2020). Strategi Dakwah Dalam Menerapkan Nilai Ajaran Islam di Komunitas "Yuk Ngaji" Wilayah Bandung. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(1), 1–11.
- Supratman, S. H., & Suhendi, H. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(1), 10–14. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748>
- Toybah, N. R. (2017). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku. *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 4(6). <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v4i6.1218>
- Ummah, A. H. (2020). *Dakwah Digital Dan Generasi Milenial*. 18(1).
- Ummah, A. H., Khairul Khatoni, M., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *KOMUNIKE*, 12(2), 210–234. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>
- Wahid, A., Abubakar, Irfan, Jahroni, Jajang, Lubbin Nuriz, M. Afthon, & Pranawati, rita. (2019). *Masjid di Era Milenial Arah Baru Literasi Keagamaan*. Center for the Study of Religion and Culture (CSRC).
- Widodo, H. P. (2014). *Methodological Consideration in Interview Data Transcription*. 3(1).