

Digitalisasi Dakwah; Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah di Era Pandemi

Digitizing Da'wah; Efforts to Increase the Competitiveness of Cordial Islam in the Pandemic Era

Achmad Fairuzi

Sejarah Peradaban Islam Nusantara, Pascasarjana UNUSIA Jakarta
e-mail: fairuzi@unusia.ac.id

Sulistya Ayu A

Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
e-mail: sulistya.ayu19@mhs.uinjkt.ac.id

Artikel diterima 23 September 2020, diseleksi 24 September 2020
dan disetujui 18 November 2020

Abstrak: Artikel ini membahas tentang upaya meningkatkan daya saing Islam ramah pada masa pandemi. Adanya Covid-19 menuntut seluruh aktivitas dilakukan secara daring, termasuk dakwah. Tulisan ini hendak meneliti daya saing, kompetensi antara kedua dakwah "Islam ramah" dan "Islam marah" pada masa pandemi. Pendekatan deskriptif-analitis dalam teori competitive superiority dan efektivitas dakwah digunakan sebagai alat untuk menganalisis artikel ini. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis konten dakwah dalam situs (Nu.or.id, Panrita.id dan ppanwarulhuda.com) dan channel youtube (164 Chanel dan Tawaf TV), sebagai representasi Islam ramah. Sementara konten dakwah dalam situs (Hidayatullah.com, Eramuslim.com, dan Voa-islam.com) dan channel youtube (Hidayah.Indonesia dan SAP Chanel) sebagai representasi "Islam marah". Tulisan ini menyimpulkan bahwa dakwah Islam ramah di era pandemi masih lemah sehingga perlu dilakukan optimalisasi. Tulisan ini merekomendasikan digitalisasi dakwah dengan lima langkah yang harus diupayakan; 1) sentralisasi media dakwah, 2)

responsif untuk menjadi problem solving, 3) memberi penekanan (emphasize) pada isu penting, 4) framing and authoritative, 5) digital friendly.

Kata Kunci: Digitalisasi dakwah, Daya saing, Islam ramah, Covid-19

Abstract: *This article discusses efforts to increase the competitiveness of cordial Islam during the pandemic. The existence of Covid-19 requires all activities to be carried by online, it is including da'wah. This paper intends to examine the competitiveness, the competence between two types of da'wah of "cordial Islam" and "Islamic harsh" during the pandemic. The descriptive-analytical approach in the theory of competitive superiority and the effectiveness of da'wah is used as a tool to analyze this article. This research was conducted by analyzing the da'wah content on websites (Nu.or.id, Panrita.id and ppanwarulhuda.com) and YouTube channels (164 Chanel and Tawaf TV), as representations of cordial Islam. Meanwhile, the da'wah content on the websites (Hidayatullah.com, Eramuslim.com, and Voa-islam.com) and the YouTube channel (Hidayah.Indonesia and SAP Chanel) as a representation of "Islamic harsh". This paper concludes that cordial Islam da'wah in the pandemic era is still weak, so the optimization needs to be done. This paper recommends digitizing da'wah with five steps that must be pursued; 1) centralization of da'wah media, 2) responsive to be problem solving, 3) emphasizing on crucial issues, 4) framing and authoritative, 5) digital friendly.*

Keywords: Digitizing da'wah, Competitiveness, cordial Islam, Covid-19

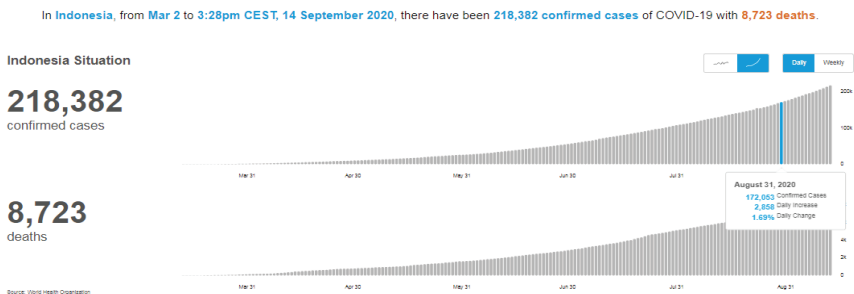
A. Pendahuluan

Wabah Covid-19 (*Coronavirus Disease*) merupakan bencana¹ yang melanda hampir seluruh negara. Hasil penelitian badan kesehatan dunia, *World Health Organization* (WHO) mengemukakan, Wabah Covid-19 mengakibatkan terjadinya pandemi di seluruh dunia, pandemi global.² WHO memastikan +210 negara di berbagai benua telah terjangkit virus korona dengan tiga negara persentase tertinggi, India (4,846,427 jiwa terkonfirmasi), Brazil (4,315,687 jiwa terkonfirmasi) dan United States of America (1,823,220 jiwa terkonfirmasi).³

Laporan WHO per 10 September mengungkapkan bahwa persebaran virus korona tidak dapat dikendalikan serta tidak dapat diprediksi. Kondisi ini memiliki dampak negatif pada seluruh lini kehidupan manusia, mulai dari beban psikologi yang terus-menerus *was-was*, persentase kesejahteraan yang turun drastis, kondisi sosial yang tak teroganisir, hingga pada proses ibadah serta efektivitas dakwah yang tidak bisa dijalankan sebagaimana mestinya. Di Indonesia sendiri, ledakan wabah Covid-19 dapat dihitung berawal sejak pertengahan Februari 2020.⁴ Sementara masyarakat Indonesia memiliki tingkat interaksi sosial tatap muka yang cukup tinggi. Karena itu, wabah Covid-19 dengan sangat cepat menginfeksi ratusan, bahkan ribuan warga di berbagai tempat. ingga pada saat penelitian ini dilakukan pun persebaran wabah Covid-19 belum memperlihatkan penurunan yang berarti.

Tabel A.1

Grafik Perkembangan Jumlah Kasus Covid-19 di Indonesia



Dalam rangka menyikapi wabah ini pemerintah Indonesia terus berupaya mengurangi, atau bahkan memutus mata rantai penularan virus ini. Salah satu usahanya adalah menetapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau yang lebih akrab kita sebut dengan *lockdown*. Kebijakan ini ditetapkan dan diberlakukan sejak 3 April.⁵ Jubir Pemerintah untuk Covid-19 dr. Achmad Yurianto dalam siaran pers kemkes.go.id per 15 Mei menerangkan bahwa ditetapkannya PSBB untuk mengurangi, bahkan memutuskan rantai penularan dari kasus positif Covid-19 di masyarakat agar tidak menular ke orang lain. Sehingga dari

itu kegiatan sosial yang normalnya dilakukan secara tatap muka, mulai beralih pada sistem daring. Lihat misalkan semua sistem kerja berbasis online, atau yang kita kenal dengan *Work from Home* (WFH), kegiatan belajar mengajar (KBM) juga dilakukan dengan online yang dikenal dengan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ).⁶ Begitu pula dengan aktivitas sosial hingga kegiatan-kegiatan keagamaan dengan mendadak beralih pada sistem digital

Kebijakan pemerintah dalam menyikapi wabah Covid-19 dengan ditetapkannya PSBB di beberapa tempat menuai kontroversi respon dari masyarakat. Terutama ketika aktivitas perekonomian mulai lumpuh dan kegiatan keagamaan mulai dibatasi. Berabagi bentuk pernyataan sikap dari masyarakat atas PSBB yang peling kencang disuarakan dalam bentuk dakwah. Dibatasinya aktivitas keagamaan menjadi pemantik meningkatnya *campaign* perlawanan terhadap pemerintah. Para ustadz yang sejak awal memiliki jejak ideologi untuk menggantikan sistem negara, dari sistem demokrasi ke sistem negara Islam (khilafah), kembali mengumbar narasi dan wacana destruktif.⁷ Kampanye mereka dibungkus dengan dakwah yang kerap kali diiringi dengan dalil-dalil *nash* (al-Qur'an dan Hadis) *qoth'i*. Sehingga sebagian masyarakat Indonesia yang sedang dalam kondisi tidak stabil ikut serta mendelegitimasi pemerintah.

Pada dasarnya, aktivitas dakwah dalam merespon fenomena apapun harus mencerahkan dan menyegarkan umat, termasuk dalam merespon kasus Covid-19. Para penceramah mestinya bertanggung jawab dalam mengedukasi, membimbing serta mengarahkan masyarakat pada perilaku positif,⁸ terutama dalam menghadapi wabah Covid-19. Para dai dituntut untuk menyampaikan materi dakwah dan *tausiyah* yang mampu menjaga stabilitas masyarakat. Dalil-dalil yang mestinya disampaikan berupa ayat, hadis, dan *maqolah* yang menyeru pada pentingnya persatuan dan kesatuan umat dalam menghadapi musibah. Namun pada faktanya, ada sekelompok penceramah yang justru mencemaskan masyarakat dengan narasi Covid-19 sebagai kutukan tuhan. Lebih dari itu, terdapat pula penceramah yang menyeru masyarakat dengan dalil-

dalil agama untuk tidak mematuhi kebijakan pemerintah. Meminjam istilahnya Muchammad Bayu Tejo Sampurno, pendakwah model ini “menunggangi” isu Covid-19 untuk kepentingan kelompok mereka.⁹ Model-model dakwah seperti inilah yang menjadi objek kajian peneliti dalam artikel ini.

Fokus penelitian ini adalah realitas dakwah yang dilakukan para dai selama masa pandemi. Ruang lingkup penelitian ini terdapat di dunia digital. Spesifikasi penelitian ini terletak pada telaah konten dan materi dakwah. Untuk mempertajam serta memfokuskan telaah dalam penelitian ini, peneliti tidak akan menganalisis seluruh aktivitas dakwah digital yang dilakukan selama masa pandemi, akan tetapi peneliti memilih tiga (3) topik yang sering didiskusikan selama masa pandemi, yaitu topik korona/wabah Covid-19, topik demokrasi dan topik jihad. Dalam praktiknya, pertama kali peneliti akan mengumpulkan seluruh konten dakwah yang memuat tiga topik tersebut—selama masa pandemi—lalu dicarikan masing-masing sumber medianya. Setelah itu peneliti akan memetakan temuan-temuan fenomena dakwah tersebut kedalam dua (2) kategori besar, yaitu dakwah “Islam ramah” dan dakwah “Islam marah”. Setelah dipetakan, masing-masing dua kategori dakwah ini akan dianalisis kekuatan dan kelemahannya. Sehingga dari itu, peneliti mampu menjelaskan persaingan serta daya saing dari kedua kelompok dakwah tersebut.

Kerangka berpikir serta alur kerja penelitian ini didasarkan pada kerangka metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Yaitu telaah yang saksama tentang suatu kasus tertentu yang memiliki kekhususan, kompleksitas, keunikan, nilai penting serta kemanfaatan bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya. Berdasarkan kerangka ini, maka studi yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah kasus dakwah digital tentang tiga (3) topik yang sering didiskusikan selama masa pandemi sebagaimana telah disebutkan di atas. Fenomena dakwah digital ini dipilih sebagai kasus penting karena di dalamnya ada pertarungan kuat antara dakwah “Islam ramah” versus dakwah “Islam

marah” yang berebut pengaruh selama masa pandemi. Rentang waktu masa pandemi yang dipilih dalam penelitian ini dibatasi pada periode September-Oktober 2020. Kasus kompetisi dakwah digital tersebut, dengan kekhususan topik dan waktu yang telah ditentukan akan dikumpulkan dan dianalisis secara mendalam.

Sebagai standar dan alat bantu penelitian ini secara akademik, peneliti mengaplikasikan konsep teori *effects theory*-nya Schramm dan Roberts (1977)¹⁰ serta teori *effectivity* media-nya Steers (1985).¹¹ Kedua teori yang secara spesifik berkaitan dengan efektivitas media digital ini akan dijadikan pisau analisis terhadap temuan-temuan kasus yang telah dikumpulkan dan diklasifikasikan melalui kerangka metode studi kasus di atas. Maka, dalam aplikasinya, kedua teori ini akan menjadi pijakan dan standar akademik dalam mengukur kemampuan daya saing serta efektivitas dakwah digital selama masa pandemi ini.

Penelitian ini penting segera dilakukan guna meminimalisir atau bahkan menekan angka pengingkaran protokol Covid-19, aksi deligitimasi pemerintah hingga seruan penegakan *dar al-Islam* yang selama masa pandemi masih “membanjiri” media digital. Pada faktanya, kasus-kasus ini seringkali terjadi karena dakwah “Islam marah” masih cukup kuat memengaruhi opini publik. Sebagaimana disampaikan Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis dalam *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* bahwa, pengaruh media mampu mengubah pikiran orang, sementara penikmat media (masyarakat Indonesia) cenderung rapuh dan tidak bisa mengontrol media yang memanipulasi data.¹² Maka, meningkatkan daya saing serta efektivitas dakwah digital Islam ramah harus terus diupayakan.

Kajian yang mendalam serta telaah kritis dalam penelitian ini akan menyuguhkan *grand design* dakwah digital yang harus dibenahi dan dioptimalkan oleh aktivis dakwah Islam ramah. *Grand design* dakwah digital yang ditawarkan dalam artikel ini akan meningkatkan daya saing serta efektivitas dakwah digital Islam ramah sehingga mampu mengatasi

masalah deligitimasi pemerintah, seruan penegakan *dar al-Islam* hingga pengingkaran protokol Covid-19 yang harus segera dilakukan dengan saksama.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Memahami Dakwah Islam Ramah dan Karakteristiknya

Secara etimologi dakwah berarti memanggil, mengajak, menyeru. Kata dakwah sendiri sudah terserap dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, disebutkan artinya sebagai penyiaran, propaganda, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.¹³ Dari artikulasi tersebut, berdakwah merupakan kegiatan/aktivitas mengajak (menyerukan) untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran agama. Sedangkan Nasaruddin Umar memberikan penekanan yang sedikit berbeda. Baginya, dakwah tidak hanya sebatas lisan (*bi al-lisan*) saja, ada juga dakwah keteladanan (*bi al-hal*), dakwah tulisan (*bi al-kitabah*), bahkan dakwah di dunia perfilman (*bi al-aflam*).¹⁴ Dalam penelitian ini, dakwah didefinisikan sebagai komunikator yaitu dai, dimana adalah pemilik tulisan dari berbagai kanal digital (sosial media) yang memberikan pesan-pesan mengenai ajaran agama baik ucapan, tingkah laku, etika, kepada *mad'u* (pendengar).

Istilah dakwah Islam ramah yang dipakai penulis dalam penelitian ini merupakan parafrase yang terdiri dari dua suku kata: dakwah dan Islam ramah. Kedua istilah ini penting untuk selalu disandingkan—nyaris tidak dapat dipisahkan—karena pada abad akhir ini ada fenomena dakwah yang mengatas namakan Islam namun kontennya caci-maki, hinaan, umpatan dan propaganda yang jauh dari ajaran dan nilai-nilai Islam itu sendiri.

Secara leksikal, istilah Islam ramah merupakan kata lain dari *Islam rahmatan li al-alamin* (Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam) yaitu Islam yang santun, lembut dan indah. Secara terminologis Islam ramah dapat diartikan sebagai pola, bentuk, fragmen dan perwujudan ajaran

Islam yang santun, sopan, inklusif, toleran dan 'anti kekerasan' dalam merespon segala bentuk realitas sosial yang dinamis.¹⁵

Dalam diskursus berbagai riset ilmiah, Islam ramah selalu berlawanan dengan Islam yang suka "marah-marah". Islam ramah adalah Islam yang selalu mengedepankan rasa cinta kasih dan perdamaian. Islam ramah dalam diskursus ini dipandang sebagai bentuk keberislaman yang selalu lekat dengan sifat dan sikap lembah lembut, damai, tenteram, toleran dan luwes. Maka tentu keberislaman model ini tidak kaku, tidak kagetan, tidak tekstual dan moderat. Mendasari telaah lebih lanjut tentang "Islam ramah" buku dengan judul *Agama Adalah Cinta, Cinta Adalah Agama* yang ditulis Edi AH Iyubenu menarik diketengahkan sebagai satu telaah pustaka awal.

Bagi Edi, Islam ramah memiliki dua pendekatan. *Pertama*, selalu bersifat terbuka dan argumentatif. Seorang muslim dituntut untuk selalu belajar dan menggunakan kemampuan daya akalnya untuk mencari *maslahah ammah* dalam menyikapi segala persoalan yang sebelumnya belum terpecahkan. Melalui kemampuan nalar sehat yang ditopang dengan kemauan untuk selalu memahami perbedaan, seorang akan mampu menemukan khazanah keilmuan yang banyak. Dengan begitu, ia akan memiliki ragam alternatif jawaban ketika dihadapkan pada suatu persoalan. *Kedua*, toleran dan luwes. Seorang yang memiliki akal sehat dan cukup pengetahuan tidak akan mudah jatuh pada sifat dan sikap fanatisme. Sehingga ia tidak mudah menyalahkan orang lain tanpa dasar yang jelas. Bahkan ia tidak akan memecahkan persoalan, menghukumi suatu hal atas dasar tafsiran pribadi atas satu ayat semata.¹⁶ Dari dua pendekatan ini, Edi menyimpulkan bahwa penganut Islam ramah selalu ditopang dengan spirit positif dalam menghadapi realitas sosial yang dinamis. Sehingga ia mampu menyikapi keragaman dengan sikap lembut kepada setiap manusia lintas ras, suku, bangsa dan agama.¹⁷

Spirit Islam ramah pada hakikatnya telah diteladankan oleh Rasulullah Saw. Karen Armstrong mencatat bahwa sekalipun Nabi Muhammad Saw. sering ditampilkan sebagai panglima perang, dan tidak segan menumpas

kafir Quraisy yang menyerangnya, pada kenyataannya Nabi Muhammad Saw. terpaksa melakukan peperangan demi mempertahankan nyawanya. Karen menegaskan bahwa Nabi Muhammad Saw. tidak pernah memaksa siapapun untuk berpindah ke agamanya.¹⁸

Kesaksian Karen ini memperoleh justifikasi dari Quran Surat An-Nahl Ayat 125:

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

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. [An-Nahl: 125]

Ayat tersebut dengan sangat tegas mengonfirmasi kesaksian Karen. Bahwa Rasulullah Saw. selalu dan senantiasa bersikap ramah, sopan, lemah lembut termasuk dalam mendakwahkan ajaran Islam. Persis dengan kesaksian Karen, bahwa sosok Muhammad Saw. yang kerap kali disandingkan dengan perang itu semata hanya untuk membela diri, dan kelompok Islam yang terus menerus didzalimi oleh kaum musyrik.

Pentingnya Islam ramah ini telah berulang kali diserukan oleh Allah Swt. dalam kitab-Nya. Bahwa setiap muslim diwajibkan untuk bersikap lemah lembut, ramah kepada sesama, kepada setiap umat manusia. Sebab hanya dengan sifat dan perilaku ramah inilah ajaran Islam akan mudah diterima oleh semua kalangan, terlebih Islam mampu menyikapi segala kontestasi masa yang terus berkembang dinamis.

Dalam Surah Ali Imran ayat 159 Allah Swt. menegaskan pentingnya Islam ramah. Yaitu salah satunya agar tidak menjauhkan manusia dari ajaran Islam itu sendiri.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ

Artinya:

Dengan sebab rahmat Allah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentu mereka menjauh dari sekelilingmu. [Ali Imran : 159]

Secara tekstual ayat tersebut—dengan sangat jelas—menerangkan bahwa agama Islam memiliki spirit persaudaraan, kekerabatan bahkan kebangsaan yang dibangun dengan sifat dan perilaku ramah dan santun. Maka, Islam ramah selalu berlawanan dengan sikap kasar, keras, arogan. Karena kekerasan hanya akan menjauhkan manusia dengan Islam itu sendiri.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sifat ramah merupakan hakikat ajaran agama itu sendiri. Dan hanya dengan sifat ramah ini pula ajaran agama mampu menjadi *the common good* yang diterima oleh semua kalangan.

Jika fenomena akhir-akhir ini terdapat sekelompok manusia yang mengatasnamakan Islam namun tampil garang, arogan dan selalu identik dengan sikapnya yang keras, secara spontan mereka telah mengingkari ajaran Islam. Ketegasan Al-Quran Surat An-Nahl: 125 sebagaimana telah disebutkan di awal, cukup kuat menjadi alasan yang kuat untuk menjauhi pola dan dakwah Islam yang suka marah-marah.

Berkaitan dengan itu, Casanova menawarkan satu bentuk paradigma kuat sebagai dasar dan pegangan seorang dalam mengembangkan dakwah Islam ramah. Yaitu dengan cara mengedepankan dialog diskursif (diskursus/dialog).¹⁹ Bagi Casanova, seorang yang berwawasan luas, memiliki kedalaman ilmu agama yang ditopang dengan pola pikir yang terbuka, tidak sektarian, anti fanatisme, akan mampu mensinergikan nilai dan ajaran agama yang selaras dengan segala bentuk dinamika sosial.

Dari berbagai deskripsi kerangka pemikiran di atas, penulis memetakan bentuk keberislaman dengan dua model, yaitu “Islam ramah” dan “Islam marah”. Berikut penulis sajikan berbagai karakter dan ciri khas kedua model tersebut.

Mendiskusikan Islam ramah sebagai suatu bentuk pendekatan dalam dakwah selalu dibayangi logika yang inklusif. Ardiyansyah dalam bukunya *Islam Ramah Bukan Marah* mengidentikkan Islam ramah dengan karakter khusus. *Pertama*, toleran. Toleran dalam hal ini diartikan dengan suatu keberadaan dimana ia mampu menerima, menghargai, membiarkan, membolehkan pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan yang berbeda. *Kedua*, inklusif. Inklusif dalam hal ini lebih kepada paradigma, pola pikir dimana ia selalu terbuka (*welcome*) terhadap segala perubahan dan perbedaan apapun. Seorang yang memiliki sifat inklusif akan mengedepankan dialog untuk menemukan titik temu yang sama. *Ketiga*, plural. Plural dalam hal ini berarti menerima kemajemukan sebagai bagian dari *sunnatullah*²⁰.

Selain ketiga hal tersebut, Masdar Hilmy menambahkan lima karakter Islam ramah. *Pertama*, ideologi tanpa kekerasan dalam menyebarkan Islam. *Kedua*, mengadopsi cara hidup modern dengan semua turunannya, termasuk sains dan teknologi, demokrasi, hak asasi manusia dan sejenisnya. *Ketiga*, penggunaan cara berfikir rasional. *Keempat*, pendekatan kontekstual dalam memahami Islam. *Kelima*, penggunaan ijtihad (kerja intelektual untuk membuat opini hukum jika tidak ada justifikasi eksplisit dari al-Quran dan Hadist).

Setiap umat beragama mempunyai hak untuk menikmati ruang dakwah di sekitarnya. Tentu dengan catatan, selama penggunaan hak tersebut tidak merugikan orang lain. Berkenaan dengan ini, acap kali hilang dengan penyampaian dakwah yang sama sekali tidak ramah. Karakter keberislaman yang suka “marah-marah” ditandai berbagai ciri khas spesifik yang telah diabstraksikan oleh berbagai tokoh. Menurut Nasr Hamid Abu Zayd keberislaman model ini identik dengan lima karakter. *Pertama*, menyatukan ajaran agama dengan hasil pemikiran.

Mereka mencampur adukkan antara ajaran agama dengan pemahaman terhadap agama. Bahkan mereka menggunakan dalil agama untuk menjustifikasi pemahaman mereka. *Kedua*, teologisasi fenomena sosial dan alam. Mereka mengingkari hukum alam dan hukum kausalitas. Semua kejadian yang ada di bumi ini dikembalikan kepada Tuhan selaku pencipta alam. *Ketiga*, interdependensi (ketergantungan) antara salaf dan tradisi (*turats*). Hasil ijtihad ulama terdahulu sudah dipandang cukup dan tugas sekarang hanya dalam konteks praktiknya saja. *Keempat*, fanatisme pendapat dan menolak dialog. *Kelima*, mengingkari dimensi historis. Semua kejadian di masa lalu bukan ciptaan dari interaksi sosial namun sudah menjadi kehendak Tuhan bahwa sejarah itu berubah.²¹

Profesor Hasbi Amiruddin menambahkan lima karakter lain yang identik dengan bentuk keberislaman yang suka marah-marah. *Pertama*, klaim kebenaran tunggal. Mereka menolak keragaman tafsir, perbendaan pendapat serta pemahaman keagamaan yang kompleks. *Kedua*, memperberat ibadah yang sebenarnya ringan (*sunat, red*), seakan-akan wajib. Menerima tidak menerima *rukhsah*. *Ketiga*, kasar dalam berinteraksi, keras dalam berbicara dan emosional. *Keempat*, sensitif dan selalu berburuk sangka kepada orang lain di luar kelompoknya. *Kelima*, mudah menyalahkan, membidahkan bahkan mengafirkan orang lain walau sesama muslim.²²

Tabel B.1.
Perbandingan Karakteristik Dakwah

Islam Ramah	Islam Marah
Anti kekerasan, santun dan harmonis	Kasar, keras, arogan dan ekstrim
Menerima perbedaan, toleran, pluralis	Anti perbedaan, menyalahkan, intoleran
Melek modernisasi dan turunannya	Interdependensi salaf, anti modernis
Tidak menutup pintu ijtihad	Klaim kebenaran tunggal dan final

Kontekstialis, dinamis	Tekstualis, kaku & statis
Diskursif, dialogis	Fanatik, anti dialog
Rasional	Sensitif
Inklusif	Ekklusif

Kedua karakteristik tersebut, dalam penelitian ini akan dijadikan standar serta kerangka teoritik dalam melihat realitas dakwah selama masa pandemi. Sehingga dengan begitu, peneliti akan menganalisis data persaingan dakwah antara penganut “Islam ramah” versus pengasong “Islam marah” di dunia digital selama masa pandemi. Bahan analisis ini pada selanjutnya akan memberikan satu temuan penting tentang kekuatan serta daya saing dakwah Islam ramah.

Dalam realitasnya, karakter kedua model keberislaman ini terimplementasi dalam tiga bentuk dakwah, kampanye dan tindakan sosial, yaitu jihadis, reformis, dan rejeksionis. Jihadis adalah bentuk aksi politik berupa tindakan kekerasan atas nama jihad memperjuangkan agama. Reformis adalah bentuk aksi politik berupa tekanan terhadap pemerintah tanpa melakukan kekerasan yang akan mengganggu stabilitas nasional. Rejeksionis adalah bentuk penolakan terhadap sistem demokrasi dan melakukan tekanan-tekanan terhadap berbagai kebijakan.²³

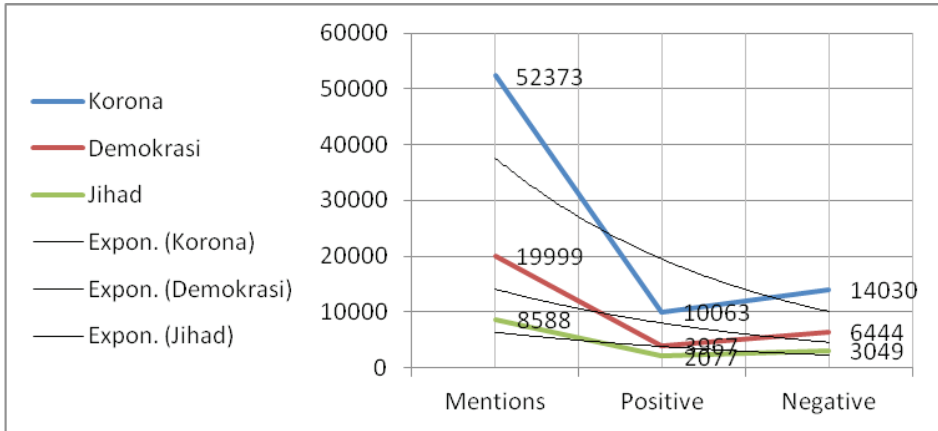
2. Persaingan Dakwah “Islam Ramah” dan “Islam Marah” di Era Pandemi

Aktivitas dakwah di masa pandemi hanya dapat dilakukan secara daring. Sebagaimana lumrahnya, para dai menyampaikan materi dakwah sesuai dengan kapasitas, latar belakang dan paham keagamaan mereka. Datangnya wabah Covid-19, semakin memperjelas afiliasi, pola pikir dan paham keagamaan yang disampaikan para dai selama ini. Mereka (dai) mulai berbondong-bondong membahas topik korona dengan berbagai perspektif yang beragam, mulai dari korona perspektif sejarah, cara-cara Islam menyikapi Covid-19, hingga hubungan wabah

Covid-19 dengan sistem negara dan tingkat keimanan seorang. Topik ini (wabah Covid-19) nyaris disampaikan oleh seluruh aktivis dakwah dengan pendekatan dan pola pandang yang beragam. Pada bagian ini, peneliti menemukan dua model pendekatan tentang wabah Covid-19 ini, yaitu pendekatan “Islam ramah” dan “Islam marah”. Pendekatan model ini selama ini telah berlaku pada seluruh materi dakwah. Artinya, pola pandang *mainstream* dua model keislaman ini yang selalu melekat pada setiap topik dan materi dakwah, termasuk pada topik wabah Covid-19, menunjukkan adanya persaingan antara kedua kelompok tersebut dalam dunia dakwah. Keduanya saling berebut pengaruh dalam kondisi bagaimanapun.

Selama masa pandemi, ada tiga topik dakwah yang kerap kali diperdebatkan: Korona, Demokrasi dan Jihad. Ketiga topik ini selalu dielaborasi dengan realitas masyarakat muslim Indonesia. Sehingga dari itu didapati lima sub pembahasan turunan: 1) Korona dan cara muslim menyikapinya, 2) Korona dalam pandangan Islam, 3) Korona dan kebijakan negara non-Islam, 4) perdebatan demokrasi di tengah pandemi, 5) ruang gerak jihad di masa pandemi. Tema-tema ini dianggap penting karena dua alasan. *Pertama*, tema ini selalu menjadi *trend* topik selama masa pandemi. *Kedua*, tema ini selalu ditarik pada perdebatan “Islam ramah” versus “Islam marah”. Dalam satu bulan terakhir, ketiga topik ini berada di atas sepuluh ribu sebutan (*mention*). Berikut tabel trafik *mention* ketiga topik tersebut yang dikumpulkan oleh *tool* band24 selama periode September-Oktober 2020:

Tabel B.2
Persentase 3 Topik Dakwah di Dunia Digital



Sumber: Google Tends + aplikasi Brand 24 diakses pada 20 September 2020.

Dari data di atas dapat diketahui bahwa perbincangan dunia digital tentang korona berjumlah 52.373 *mentions* dengan persentase *sentiment positive* 41.8% dan *sentiment negative* 58.2%, perbincangan tentang demokrasi berjumlah 19.999 *mentions* dengan *sentiment positive* 38.1% dan *sentiment negative* 61.9%, dan perbincangan tentang jihad berada di angka 8.588 *mentions* dengan *sentiment positive* 40.5% versus *sentiment negative* 59.5%. Jumlah *sentiment negative* pada masing-masing topik yang notabene lebih tinggi dari *sentiment positive*-nya menunjukkan suatu fakta bahwa dakwah Islam ramah belum cukup kuat mempengaruhi serta menggiring opini publik ke arah yang positif.

Faktanya di lapangan, ada dua akun YouTube dan tiga portal media Islam yang saling berhadap-hadapan. Dari media “Islam marah” ada Hidayah.Indonesia, SAP Channel (akun youtube) dan Hidayatullah.com, Eramuslim.com, serta Voa-islam.com (situs online). Kelima media tersebut yang senantiasa mengampanyekan “Islam marah” selalu ditepis oleh media-media dan portal “Islam ramah”. Media “Islam ramah” yang secara *vis to vis* menyanggah media “Islam marah” adalah Tawaf TV, 164 Chanel (akun youtube) dan Panrita.id, Nu.or.id serta ppanwarulhuda.com (situs online).

Dalam kutipan dakwah yang dirilis oleh Hidayah.Indonesia disebutkan bahwa korona sebagai pelajaran bagi umat manusia, termasuk kepada orang kafir. Dalam ceramahnya, dai mencoba menghubungkan korona dengan negara masyarakat non-muslim. Menurutnya, wabah Covid-19 yang diturunkan oleh Allah Swt. pertama kali di China karena mereka tidak percaya kepada Allah Swt. yang gaib ini.²⁴ Dari itu Allah Swt. turunkan korona sebagai bukti atas keberadaan dan kekuasaan Allah Swt. Selain itu, penceramah dalam channel ini juga memandang korona sebagai pelajaran bagi orang-orang komunis dan *atheis* di seluruh penjuru dunia, termasuk juga di Indonesia. Penyangkut-pautan korona dengan keimanan dan sistem kepercayaan manusia tidak dapat dibenarkan dalam etika dakwah. Begitu pula ketika wabah ini dihubungkan dengan suatu negara yang mayoritas penduduknya non-muslim. Karena pada hakikatnya tidak ada pengetahuan yang pasti terhadap kehendak Allah Swt. Bahwa korona sengaja diturunkan kepada masyarakat non-muslim, komunis dan atau *atheis*.

Konten dakwah berikutnya yang juga membahas korona terdapat dalam akun youtube SAP Channel. Penceramah memandang fenomena wabah korona dari sudut pandang teologis. Menurut chanel ini korona sebagai teguran Allah Swt. kepada hambanya yang banyak berbuat dosa. Untuk menguatkan argumennya, penceramah mengutip ayat Al-Quran surat An-Nisa Ayat 123:

لَيْسَ بِأَمَانِيِّكُمْ وَلَا أَمَانِي أَهْلِ الْكِتَابِ ۗ مَنْ يَعْمَلْ سُوءًا يُجْزَ بِهِ
وَلَا يَجِدْ لَهُ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلِيًّا وَلَا نَصِيرًا

Artinya:

(Pahala dari Allah) itu bukanlah menurut angan-anganmu yang kosong dan tidak (pula) menurut angan-angan Ahli Kitab. Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, niscaya akan diberi pembalasan dengan kejahatan itu dan ia tidak mendapat pelindung dan tidak (pula) penolong baginya selain dari Allah.

Konten dakwah yang cenderung menggunakan dalil-dalil al-Qur'an menurut Ali Chozin lumrahnya dilakukan oleh ustadz-ustadz Salafi dan Wahabi. Kalangan berminat untuk mengembalikan segala hal apapun kepada al-Qur'an dan Hadis.²⁵ Maka tak ayal jika konten dakwah yang disampaikan dalam chanel ini tentang korona pun juga dikaitkan dengan prinsip-prinsip teologis dan disertai dengan dalil Al-Quran dan Hadis. Model dakwah yang demikian pada satu sisi mampu mengeratkan warga muslim dengan ajaran agamanya, namun pada satu sisi ia lupa pada hukum kausa logis dan hukum alam yang juga merupakan bagian dari ajaran agama.²⁶

Penyampaian dakwah yang cenderung teologi sentris serta menyangkutkan pautkan wabah Covid-19 dengan masyarakat non-Islam (kafir) mendapat bantahan dari penceramah lain, yaitu Al Habib Ali Bin Abdul Rahman Al-Jufri. Pihaknya mengharapkan umat muslim tidak lagi menyeret wabah ini ke ranah teologis belaka. Sebab, jika prinsip-prinsip teologis tidak diimbangi dengan hukum rasionalitas maka akan cenderung ekstrim kanan. Selain itu, ia juga melarang umat muslim memperolok-olok Tiongkok, Wuhan, China dan negara-negara lain yang mayoritas non-muslim. Karena pada hakikatnya Allah Swt. itu maha lembut pengasih dan penyayang kepada manusia, maka virus korona yang terjadi di berbagai belahan dunia tidak boleh hanya semata dipandang sebagai teguran, atau bahkan murka Allah Swt.²⁷ Pandangan dakwah yang disampaikan Habib Al Jufri sebagaimana dikutip dalam chanel Tawaf TV, menghendaki adanya pola pikir terbuka dalam memandang musibah wabah Covid-19. Pola pandangan model ini berdampak pada perilaku umat muslim yang dengan sabar menerima ujian Allah Swt. sebagaimana lazimnya. Dari itulah sikap *ikhtiyar* untuk meminimalisir terjadinya persebaran wabah dapat diimplementasikan dalam bentuk taat menjalankan protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah.

Realitas dakwah berikutnya tentang topik korona yang dikaitkan dengan Islam ditemukan dalam postingan situs hidayatullah.com

edisi 20 April. Situs ini menarasikan wabah Covid-19 sebagai murka Allah Swt. Dalam postingan situs ini mengingatkan umat Islam pada fenomena wabah yang menimpa Mesir di tahun 748-750. Dengan melansir syair Ibnu Al-Wardy, mereka menanamkan keyakinan bagi kalangan muslim bahwa dalam sejarahnya kasus wabah *ta'un* pernah menimpa masyarakat Islam di saat kondisi negara sedang kacau. Di sana sini banyak kerusakan dan kezaliman. Sering terjadi pembegalan dan penyamunan. Urusan negara banyak diselesaikan dengan uang (bukan keadilan).²⁸ Syair tersebut berbunyi:

قالوا فساد الهواء يردى ... فقلت يردى هوى الفساد
كم سيئات وكم خطايا ... نادى عليكم بها المنادى

“Mereka berkata: Rusaknya udara yang membinasakan. Sementara aku mengatakan, Hawa nafsulah yang membuat kerusakan. Betapa banyak kejahatan, berapa banyak kesalahan-kesalahan. Yang diserukan oleh penyeru kepada kalian.”

الله ينفذه إليهم عاجلا ... ليمزق الطاغوت بالطاعون

“Allah segera melaksanakan kehendaknya pada mereka... Untuk merobek Thaghut (kekuasaan yang zalim) dengan Thagut.”

Dari pilihan dua syair tersebut, sangat jelas bahwa ada motif dakwah yang dilakukan hidayatullah.com, dengan tujuan untuk menggiring opini publik bahwa diturunkannya wabah Covid-19 sebagai peringatan, teguran dan murka Allah Swt. bagi warga negara yang kacau balau, meninggalkan nilai-nilai ajaran Islam (*taghut*). Maka pantas jika Allah menurunkan wabah bagi penganut sistem *taghut*. Selain itu, deskripsi ini juga dapat menginspirasi pembaca untuk membandingkan kondisi kerusakan Mesir dengan kondisi Indonesia saat ini.

Tabel B.2
Respon Dakwah Digital dengan Topik Korona

Media Ramah	Media Marah
Dialogis inklusif	Ideologis eksklusif
Rasionalisasi Covid	Teologisasi Covid
Covid-19 sebagai ujian Allah	Covid-19 sebagai teguran Allah
Menghubungkan covid dengan gejala alam	Menghubungkan covid dengan keimanan
Patuh protokol kesehatan	Acuh protokol kesehatan
Menjalankan ibadah di rumah	Berkerumun di rumah ibadah
Mendukung kebijakan pemerintah terkait Covid	Menolak kebijakan pemerintah terkait Covid

Mengiringi propaganda tentang wabah, mereka juga mengafirmasi konsep *dar al-Islam* dan *dar al-Kufr* yang termaktub dalam kitab-kitab fiqh. Mereka menyerukan umat muslim agar senantiasa terus memperjuangkan *dar al-Islam* serta memerangi *dar al-Kufr* beserta pembesar-pembasarnya, pemerintah. Bagi mereka konsep *dar as-Silmi* dan *Dar al-Harb* yang bermula sejak umat Islam melakukan penaklukan-penaklukan (*futuhah*) negeri-negeri non-Islam masih harus ditelaah dan ditanamkan pada aqidah umat muslim. Sehingga dari itu, umat muslim tersentak untuk memperjuangkan terbentuknya *dar al-Islam*. Sebab, bagi mereka demokrasi tidak relevan, sangat kuno dan diwariskan oleh orang-orang kafir, filsuf Yunani kuno abad 6 SM.²⁹ Bersamaan dengan ini, portal dakwah mereka yang juga menyerang sistem demokrasi dapat dilihat pada eramuslim.com. Dalam narasinya, media ini tetap saja *ngotot* untuk menanamkan pelajaran konsep negara Islam kepada para santri. Lebih dari itu, media ini juga menyarankan para ulama *mondok* lagi agar tidak gagal faham memahami pelajaran fiqh, terutama dalam bidang konsep *dar al-Islam*.³⁰

Propaganda dakwah yang dilakukan oleh situs online tersebut mendapat bantahan dari berbagai media dakwah Islam lain. Panrita. id menyatakan bahwa bangsa Indonesia abad ini sudah tidak perlu

risau dengan diskursus sistem negara. Literasi dakwah yang ditulis Azyumardi Azra menerangkan bahwa Indonesia sudah sesuai dengan fiqh siyasah. Indonesia dengan sistem demokrasinya sudah kompatibel dengan prinsip-prinsip dasar Islam tentang politik dan kenegaraan. Bahkan ulama-ulama Indonesia menggunakan istilah *Dar al-Mitsaq* (negara konsensus) untuk sistem negara ini. Pemimpin Muslim menerima Pancasila sudah Islam sebagai *kalimah as-sawa'*.³¹ Mendahului penrita.id, nu.or.id telah menjelaskan bahwa konsep ketata negaraan yang cocok bagi Indonesia bukanlah Dar al-Islam, akan tetapi Dar al-Mitsaq (negara kesepakatan) dimana semua elemen bangsa Indonesia, termasuk juga ajaran semua agama menyepakati konsep Pancasila, demokrasi dan UUD 45 yang telah lama dijalankan oleh NKRI. Bahkan lebih dari itu, dengan mengutip KH. Ma'ruf Amin, NU Online menegaskan bahwa masyarakat Indonesia telah mengamalkan Islam kaffah ma'al mitsaq (Islam yang menyeluruh dengan kesepakatan). Sehingga dari itu, tugas besar masyarakat muslim di Indonesia bukan jihad untuk mendirikan dar al-Islam, tapi berjihad untuk meneguhkan sistem negara yang telah disepakati bersama (*al-'audah alal mitsaq*).³²

Narasi serupa yang dibangun kelompok "Islam marah" untuk mengkritik demokrasi ditemukan dalam literasi dakwah yang diunggah oleh portal Voa-Islam.com pada 22 Agustus 2020 menyatakan bahwa sistem demokrasi mempermudah terjadinya oligarki. "Pada faktanya oligarki memang masih tumbuh subur dengan menggunakan jubah demokrasi. Ini adalah jenis oligarki malu-malu," tulis media itu.³³ Pada tulisan sebelumnya, media itu memosting tulisan dengan judul "Demokrasi Menghargai Kritik?". Secara tersirat postingan ini meminta dibukanya pintu kritik terhadap sistem demokrasi yang dijalankan Indonesia selama ini. Bentuk provokasi dalam artikel itu terdapat pada kutipan, "Yang terjadi justru upaya kriminalisasi terhadap para aktivis Islam. Bahkan ajaran Islam khilafah pun tidak luput dari upaya monsterisasi," yang terdapat pada paragraf ke tiga.³⁴

Berlawanan dengan itu, media dakwah yang dikelola oleh Pondok

Pesantren Anwarul Huda menyampaikan konten dakwah yang *counter* literasi dakwah Voa-Islam.com. Dalam ppanwarulhuda.com diterangkan bahwa sistem demokrasi menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Beberapa konsep Islam yang diimplementasikan dalam sistem demokrasi adalah: 1) konsep *ta'aruf* (saling mengenal), 2) konsep *mas}lah}lah* (mengutamakan kemaslahatan bersama) dimana setiap warga negara Indonesia harus saling mengenal, mengerti kebutuhannya sesama warga negara, kemudian dicarikan titik temu masalahnya bersama melalui metode (yang ke 3) *ta'awun* (gotong-royong). Konsep Islam selanjutnya yang juga telah dipraktikkan sistem demokrasi adalah, 4) *syu>ra* (permusyawaratan) dan 5) *al-adl* (keadilan), dimana setiap bangsa Indonesia selalu dituntut mengutamakan musyawarah dalam menetapkan suatu hal apapun dan lalu dijalankan secara adil. Selanjutnya, 6) konsep *taghyir* (perubahan),³⁵ konsep ini dalam sistem demokrasi dapat dilihat dalam perihal revisi UUD, pengajuan RUU baru dan seterusnya, ini senafas dengan konsep Islam yang telah mengajarkan *nasikh-mansukh* dan *tajdi>d al-ahka>m* dalam hukum fiqh.

Selain itu, siaran dakwah yang mendelegitimasi demokrasi selama masa pandemi juga ditemukan dalam channel YouTube Voa Islam TV. Dalam video yang diunggah pada 9 Juli 2020 dengan judul postingan "Komunisme Ajaran Malu-malu"³⁶ menerangkan, bahwa sistem negara kita sedang digrogoti oleh komunis, salah satu bukti yang disebutkannya adalah modus RUU HIP yang sempat menjadi *tranding issue* di bulan-bulan lalu. Lebih dari itu, mereka berusaha mengambil alih isu Pancasila, bahwa Pancasila hari ini telah dikuasai komunis, dan hanya akan tumbuh subur dan terselamatkan jika diserahkan ke tangan umat Islam.³⁷ Oleh karenanya, portal dakwah ini di video yang lain mengangkat topik "Teorisasi Penerapan Hukum Islam".³⁸ Topik ini secara lugas menggambarkan gerakan mereka yang memaksakan diri untuk tetap menerapkan hukum Islam di Indonesia.

Melihat berbagai dinamika realitas dakwah sebagaimana temuan di atas, penulis dapat menggaris bawahi, bahwa logika dakwah yang dinarasikan oleh portal media “Islam marah” — baik dalam bentuk literasi maupun siaran YouTube—lebih rapi dan tersusun secara sistematis dari pada narasi dakwah yang disajikan oleh kalangan “Islam ramah”. Dari ketiga sampel dakwah yang disajikan oleh chanel “Islam marah”, senantiasa terus menggiring opini publik untuk mendelegitimasi demokrasi, mengampanyekan *dar al-Islam* dengan memanfaatkan isu Covid-19 yang dibenturkan dengan kebijakan pemerintah. Secara sistematis konten dakwah “Islam marah” dapat dirumuskan dalam tiga point yang terstruktur: 1) membangun narasi demokrasi telah dikuasai komunis, dan Pancasila akan diubah, 2) menawarkan alternatif penyelamatan Pancasila dengan dipasrahkan kepada umat Islam, dan 3) menyisipkan teori-teori hukum Islam dalam bingkai demokrasi dan UUD.

Dari berbagai temuan realitas dakwah sebagaimana dijabarkan di atas, konten dakwah “Islam marah” dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu teologis-ideologis, jihadis-ekstremis, reformis dan Rejeksionis. Teologis-ideologis, yaitu dakwah dengan pendekakatan teologi murni yang didasarkan pada ideologi tertentu. Jihadis adalah bentuk aksi politik berupa tindakan kekerasan atas nama jihad. Reformis adalah bentuk aksi politik berupa tekanan terhadap pemerintah tanpa melakukan kekerasan yang akan mengganggu stabilitas nasional. Rejeksionis adalah bentuk berupa penolakan terhadap sistem demokrasi dan melakukan tekanan-tekanan terhadap berbagai kebijakan.

Tabel B.3

Respon Dakwah Digital dengan Topik Demokrasi dan Jihad

Media Marah	Media Ramah
Demokrasi <i>thaghut</i>	Demokrasi sudah islami

Demokrasi anti kritik dan cenderung oligarki Umat islam harus jihad menegakkan <i>dar al-Islam</i>	Demokrasi menerima konsep <i>syu>ra</i> dan <i>al-adl</i> Jihad umat Islam mengokohkan <i>dar al-Mitsaq</i>
Menolak NKRI karena <i>thaghut</i>	Menerima NKRI sebagai <i>kalimatun sawa'</i>

3. Mengukur Daya Saing Islam Ramah

Beberapa temuan realitas dakwah selama masa pandemi sebagaimana telah dijabarkan di awal, pada bagian ini peneliti akan mencoba mengukur kekuatan dan kelemahannya satu sama lain. Upaya ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui efektivitas serta kemampuan daya saing representasi kedua aliran dakwah tersebut, “Islam ramah” versus “Islam marah”. Dalam upaya ini peneliti menggunakan dua standar teoritik, *effects theory* dan *superiority media*. *Effects theory* adalah alat ukur efektivitas media yang dikemukakan oleh Schramm dan Roberts (1977). Menurutny efekktivitas dan kemampuan daya saing suatu media—termasuk juga media dakwah—dapat diukur dari besar-kecilnya *effect* (dampak) yang diberikan oleh media dakwah itu sendiri. Maka, suatu dakwah dianggap efektif dan memiliki daya yang kuat apabila mampu memengaruhi sikap pembaca dan atau pendengarnya dalam bentuk tindakan yang nyata. Schramm dan Roberts memerinci efek media dalam tiga bentuk, yaitu 1) efek kognitif (*cognitive effect*), pengaruh dakwah pada pola pikir seorang, 2) efek afektif (*affective effect*), pengaruh dakwah pada psikis dan emosional seorang, dan 3) efek behavioral (*behavioral effect*), dimana dakwah mampu memengaruhi tindakan seorang.³⁹ Dalam praksisnya, secara digital, *effect* ini telah dapat diketahui dari jumlah *like* atau *dislike*, jumlah *share* dan atau *repost* hingga jumlah *subscribe* dan atau langganan pada suatu media dakwah. Sebab tindakan-tindakan ini (*like* atau *dislike*, *share* dan *repost* serta *subscribe* dan langganan) merupakan representasi sederhana dari kemampuan konten dakwah memengaruhi pola pikir, membangkitkan perasaan emosional seorang. Hingga pada taraf yang lebih jauh, pengaruh dakwah digital juga dapat dilihat dari

sejauh mana orang tersebut tertarik mengamalkan muatan dakwah itu bersama orang lain yang dibuktikan dengan *share* dan *repost*.

Adapun teori *superiority* media adalah suatu teori yang digunakan untuk mengukur kuat dan lemahnya media yang dilihat dari luas jangkauan media itu sendiri. Teori ini dikemukakan oleh Steers. Menurutnya, suatu media dapat dianggap kuat jika mampu menjangkau dan memenuhi tujuan dan sasaran yang dialokasikannya sejak awal.⁴⁰ Bila ditarik pada konteks dakwah digital, teori ini dapat dilihat pada seberapa jauh akun dakwah itu menjangkau pembaca, pendengar (*viewers*), seberapa banyak akun dakwah tersebut memperoleh jamaah dan simpatisan (*followers, subscriber*), dan seberapa banyak para *followers, subscriber* mengamalkan serta mengajak orang lain mengamalkan pesan-pesan dakwah itu sendiri. Dari kerangka teori ini dapat dipahami bahwa efektivitas suatu dakwah dapat diukur dari seberapa jauh dakwah itu mencapai target (kuantitas, kualitas) dan sasaran persebarannya. Sehingga semakin besar persentase target audien (*viewer*) yang dicapai, maka semakin tinggi efektivitasnya.⁴¹

Bila merujuk pada kerangka teori ini, dari beberapa representasi dakwah digital yang telah dipaparkan di sub bab temuan, penulis dapat menyimpulkan bahwa realitas dakwah digital selama masa pandemi masih terjadi persaingan. Bahkan naifnya, dakwah digital Islam ramah masih dapat dibilang belum optimal. Ini dapat dibuktikan dengan masifnya dakwah “Islam marah” yang masih mengambil posisi-posisi dominan selama masa pandemi. Kondisi ini dapat dilihat pada rincian analisis sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel B.3.1
Dominasi Dakwah di Channel Youtube

No.	Akun	Subscribe	Konten	Viewer	Like	Dislike
	Hidayah. Indonesia	210.400	Korona kutukan	1.229.161	18.000	816

	SAP Chanel	186.000	Korona kutukan	493.891	5.700	215
	Tawaf TV	30.7000	Korona Musibah	36.340	131	17
	164 Chanel	119.000	Korona Musibah	1.496	101	1

Sumber: *id.noxinfluencer.com diakses pada 23 September 2020.*

Tabel di atas menunjukkan adanya ketimpangan dakwah antara “Islam ramah” dan “Islam marah” yang tersebar di tengah-tengah masyarakat Indonesia selama periode Covid-19. Konten-kontan di atas ditemukan *random* (secara acak) di *indexing* google dengan menggunakan *keyword* “korona kutukan atau musibah” yang masing-masing diambil dua sampel video dakwah. Maka, ketika temuan ini dianalisis dengan teorinya Schramm dan Roberts, sudah dapat disimpulkan realitas dakwah ramah masih terbilang lemah karena tidak mendominasi ruang-ruang digital selama masa pandemi. Angka 18 ribu *like* yang diperoleh Hidayah. Indonesia dan angka 5,7 ribu *like* pada SAP Chanel dengan postingan yang cenderung mengatakan korona sebagai kutukan dan murka Allah, akan jauh lebih besar *effect*-nya dibandingkan postingan dakwah ramah yang mengatakan korona sebagai musibah Allah sebagaimana lazimnya. Ini dapat dilihat dari postingan akun-akun dakwah Islam ramah yang sepi dari jamaah, penonton (*viewers*) dan sedikit sekali memperoleh jamaah, *subscriber*.

Kalahnya daya saing dakwah Islam ramah berikutnya, juga dapat dianalisis dengan teori efektivitasnya Steers yang mengemukakan bahwa, kuatnya daya saing suatu program dapat diukur dari sejauh mana jangkauan program dakwah itu sendiri. Bila melihat tabel di atas, jangkauan Hidayah.Indonesia dengan jumlah *viewer* 1.229.161 dan 210.400 *subscriber* serta jumlah 493.891 *viewer* dan 186.000 *subscriber* yang diperoleh oleh SAP Chanel dengan konten dakwah yang mengatakan korona sebagai kutukan dan murka Allah Swt. kepada manusia yang banyak dosa lebih jauh dominan dari pada dakwah Islam ramah yang

mengatakan korona sebagai musibah dalam postingan Tawaf TV 36.340 *viewer* dan 30.7000 *subscriber* maupun 164 Chanel yang hanya memperoleh 1.496 *viewer* dan 119.000 *subscriber*.

Tak hanya itu, lemahnya dakwah Islam ramah juga dapat dilihat dalam diterasi dakwah digital. Dari beberapa dakwah digital yang disampaikan melalui situs online dalam bentuk literasi, realitas dakwah Islam ramah masih dibilang sangat lemah. Ini dapat dilihat pada jumlah *viewers* dan *share* di masing-masing konten dakwah serta jumlah *visitor*, *pageviews* dan *ranking* media dakwah itu sendiri.

Tabel B.3.2
Dominasi Dakwah Situs Online

Akun	Rank		Daily		Konten	Viewer	Share
	Alexa	indo	Visitors	Page views			
Hidayatul-lah.com	102,758	2,311	4,645	10,219	Korona diturunkan kepada negara thaghut	971	35
Eramuslim.com	71,293	1,344	14,728:	6,694	Mengajak mempelajari dan menerapkan sistem <i>dar al-islam</i>	1.271	39
Panrita.id	3,010,836	N/A	349	158	Indonesia sudah islami sesuai dengan konsep fiqh al-siyasah	139	4
Nu.or.id	5,551	129	189,155	85,97	Pentingnya menguatkan Islam kaffah <i>ma'al mitsaq</i>	1.529	46
Voa-islam.com	311,819	8,752	3,367	1,530	Demokrasi Indonesia mengkriminalisasi Islam	391	8

ppanwarul- huda.com	N/A	N/A	1	1	Demokrasi menjungjung tinggi ajaran islam	18	0
------------------------	-----	-----	---	---	--	----	---

Sumber: *statshow.com diakses pada 23 September 2020.*

Tabel yang diberikan statshow.com atas beberapa representasi konten dakwah yang sebelumnya telah dijabarkan dalam sub bab realitas dakwah selama masa pandemi, bila dianalisis dengan teori efektivitasnya Steers, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah Islam ramah masih sangat lemah. Jumlah 1.271 *viewers* yang diperoleh eramuslim.com dengan 35 *share*, jumlah 971 *viewers* dan 39 *share* yang diperoleh hidayatullah.com serta 391 *viewers* dan 8 *share* jauh lebih dominan dari jumlah *wiewers* dan *share* yang diperoleh oleh konten-konten dakwah Islam ramah. Jangkauan pembaca yang ditunjukkan dengan banyaknya *viewers* pada tiap postingan konten dakwah dan *daily visitor* yang diperoleh oleh tiap konten dakwah, menurut Steers dapat dijadikan tolak ukur kemampuan daya saing media itu sendiri. Alih-alih, kekalahan dakwah ramah akan lebih tampak kelemahannya jika dilihat dari *effects theory*-nya Schramm dan Roberts. Jumlah *share* yang diperoleh tiap konten dakwah ramah menjadi tolok ukur sederhana bahwa dakwah ramah belum bisa memuaskan, menarik perhatian para pembaca. Sehingga dari itu, sedikit sekali dari penerima pesan dakwah Islam ramah yang ingin mengajak orang lain untuk membaca dan mengamalkannya bersama-sama.

Lebih lanjut, lemahnya daya saing dakwah digital Islam ramah juga dapat dilihat dari *superiority* media itu sendiri.⁴² Menurut Dimmick media dakwah yang memperoleh skor kepuasan terbesar akan menjadi dakwah yang superior dalam memenuhi kepuasan audiensnya (*gratification utility*).⁴³ Kerangka teoritik ini jika ditarik pada temuan realitas dakwah yang digambarkan tabel B.3.1 dan B.3.2 maka dapat disimpulkan bahwa media dakwah "Islam marah" lebih mendominasi. Ini dapat dilihat dari kuatnya pengaruh dan kepuasan chanel youtube Hidayah.Indonesia dengan 210.400 *Subscribe* dan SAP Chanel 186.000 *Subscribe* yang jauh

lebih besar dari pada chanel Tawaf TV dengan 30,7 rb *Subscribe* dan 164 Channel dengan 119 rb *Subscriber*. Begitu pula pada persentase dakwah digital yang terdapat di situs online. Hidayatullah.com berada diperingkat 2,311, Eramuslim.com berada diperingkat 1,344, Voa-islam.com berada diperingkat 8,752, yang itu mengalahkan portal-portal dakwah keislaman lainnya layaknya Panrita.id dan ppanwarulhuda.com yang sama sekali belum diindex oleh google (N/A). Hanya saja Nu.or.id yang memperoleh peringkat 129 se-Indonesia. Peringkat inipun dapat dibilang cukup tinggi karena ditopang oleh besarnya ormas yang menopang portal itu sendiri.

4. Upaya Meningkatkan Daya Saing Dakwah Islam Ramah

Elaborasi realitas dakwah di masa pandemi Covid-19 sebagaimana pada penjelasan di atas, penulis mencoba memberikan pertimbangan dan rekomendasi untuk meningkatkan daya saing dakwah Islam ramah. Sehingga dari itu, masukan pertimbangan dan rekomendasi ini mampu membantu memperbaiki laju jalannya portal media dakwah Islam dengan nuansa Islam ramah.

Pertama, Sentralisasi media dakwah. Regulasi yang belum ketat dan pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, mengakibatkan banyak portal online bermunculan dengan berbagai *platform* yang berbeda, maka sentralisasi media dakwah Islam ramah sangat dibutuhkan. Sentralisasi media dakwah yang dimaksudkan dalam hal ini adalah suatu usaha membangun dan mengembangkan kanal, akun khusus dakwah digital secara bersama-sama. Aktivis dakwah, para dai harus bersama-sama menyampaikan materi dakwahnya dalam kanal atau akun tersebut. Atau setidaknya pengelola media harus mampu mengumpulkan ceramah-ceramah para dai moderat dalam akun tersebut. Ini perlu dilakukan dalam rangka memudahkan masyarakat dalam mencari rujukan media dakwah. Sebab, dakwah yang dilakukan pada sejumlah media yang tak terkoordinir maupun dakwah yang dilakukan

dalam akun personal sulit dapat dijangkau publik. Apalagi media yang digunakan tidak memiliki banyak jamaah/*followers* yang aktif.

Kedua, konten dakwah harus responsif dan menjadi *problem solving* sesuai dengan kebutuhan umat. Para pendakwah (ulama, ustadz, dan tokoh ormas) mestinya menyajikan materi dakwah yang menjadi solusi pada permasalahan yang sedang terjadi saat ini. Pun begitu, mereka harus tetap menyertakan dalil dan rujukan yang dikontekstualisasikan dengan tuntutan situasi dan kondisi yang dibutuhkan umat pada hari ini.

Ketiga, konten dakwah harus memberi penekanan (*emphasize*) yang kuat pada tiap-tiap isu penting. Hal ini setidaknya dapat dilakukan dengan: 1) mengulang-ulang penyajian dakwah tentang topik-topik tertentu yang dianggap penting, dan 2) memperkaya wawasan dan perspektif dalam merespon kasus itu sendiri. Sehingga dengan begitu, konten dakwah tidak hanya mengikuti arus perkembangan isu yang ada, tapi juga selalu menguatkan topik-topik tertentu yang dikaitkan dengan *trending* isu sendiri.

Keempat, framing and authoritative. *Framing* yang dimaksudkan adalah para pendakwah (ulama, ustadz, dan tokoh ormas) harus mampu menunjukkan kemampuan serta kredibilitas dirinya kepada publik. Sementara yang dimaksudkan dengan *authoritative* adalah para dai harus terus meningkatkan kapasitas dan kemampuan dirinya hingga benar-benar dipandang layak dan otoritatif oleh publik. Dalam konteks dakwah digital, penceramah maupun media harus melakukan langkah *framing and authoritative* untuk memperoleh jamaah, *subscriber* dan *viewer* yang tinggi.

Kelima, digital friendly. *Digital friendly* yang dimaksudkan adalah kecakapan atau penguasaan atas algoritma media digital. Rekomendasi ini harus dilakukan oleh kedua belah pihak, para penceramah khususnya dan pengelola media pada umumnya. Beberapa hal yang perlu dilakukan adalah: 1) konten dakwah terbaru harus dikaitkan dengan konten

sebelumnya (berkesinambungan), 2) merujuk, mengutip dan merespon konten dakwah ulama-ulama lain, 3) *share and re-share* konten dakwah kepada publik secara berkala.

C. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan, bahwa selama masa pandemi dakwah Islam ramah masih belum optimal. Realitas dakwah ramah masih terbilang lemah karena belum mendominasi ruang-ruang digital selama masa pandemi. Konten dakwah yang menekan pemerintah dengan isu Covid-19, mengampanyekan korona sebagai kutukan, mendelegitimasi sistem demokrasi hingga mengajak kembali ke sistem *Dar al-Islam* menjadi rentetan polemik beragama, berbangsa dan bernegara. Akibatnya, sebagian masyarakat acuh dengan kebijakan pemerintah, mengabaikan protokol kesehatan, hingga mempertentangkan agama dengan negara. Pada umumnya, kelompok "Islam marah" selalu memanfaatkan isu serta dalil-dalil agama untuk menarik simpati masyarakat, termasuk dalam merespon kasus korona. Cara dan trik ini memiliki pengaruh yang besar pada efektivitas dakwah yang disampaikan kelompok "Islam marah" itu sendiri. Sehingga dakwah mereka berhasil mendominasi ruang-ruang digital selama ini.

Mengingat panggung dakwah digital didominasi oleh kelompok "Islam marah", serta tuntutan aktivitas daring (dalam jaringan) semakin meningkat selama masa pandemi, maka penting untuk dilakukan optimalisasi daya saing serta efektivitas dakwah Islam ramah. Artikel ini mengajukan satu *grand design* dakwah yang perlu dipertimbangkan serta diaplikasikan oleh para dai, aktivis dakwah beserta *stakeholders* yang melingkupinya. *Pertama*, sentralisasi media dakwah. Aktivis dakwah, para dai perlu membuat dan mengembangkan satu chanel, kanal, akun dakwah secara bersama-sama sebagai rujukan yang absah bagi umat. *Kedua*, responsif serta memberi *problem solving*, dalam hal ini aktivis dakwah, para dai harus cermat merespon dan memberi solusi atas kasus terkini, aktual. *Ketiga*, memberi penekanan (*emphasize*) pada isu penting.

Tema, isu atau kasus yang rentan disalah pahami harus juga selalu diberi pemahaman yang baik secara berulang-ulang. *Keempat, framing and authoritative*. Aktivis dakwah, para da'i harus memperkaya wawasan, memperkaya kajian, serta *membranding* dirinya sebagai orang yang kredibel dan otoritatif. *Kelima, digital friendly*. Aktivis dakwah, para dai maupun pengelola media digital harus menguasai ilmu tentang media digital. Upaya-upaya ini dilakukan sebagai langkah konkret dalam meningkatkan daya saing serta efektivitas dakwal digital Islam ramah. Sehingga semakin besar persentase target audien (*viewer*) yang dicapai, maka semakin tinggi efektivitasnya.

Daftar Pustaka

- Ahadi Pradana, Anung. "Pengaruh Kebijakan Social Distancing Pada Wabah Covid-19 Terhadap Kelompok Rentan di Indonesia." *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI*, No. 02 (2020): 65–66.
- Amstrong, Karen. *Sejarah Tuhan: Kisah 4.000 Tahun Pencarian Tuhan Dalam Agama-Agama Manusia*. Bandung: Mizan, 2020.
- Ardiyansyah. *Islam Ramah Bukan Marah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- Baran Stanley J. dan Dennis K. Davis. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Wadsworth Publishing, 2012.
- Casanova, José. *Public Religions in the Modern World*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1994.
- Hidayat. *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986.
- Iyubenu, Edi AH. *Agama Adalah Cinta, Cinta Adalah Agama*. Yogyakarta: Diva Press, 2020.
- John, Dimmick and E.W Rothenbuhler. "Competitive Displacement in the Communication Industries: New Media in the Old Environment "in" *The New Media: Communication, Research and Technology*". California: Sage Publications Ltd, 1984.
- Kementerian Pendidikan dan Budaya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2018.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/ Menkes/382 (2020).

- Kurniawati, Etiek Dwi, *Khilafah Islam Versus Pancasila: Studi Tentang Perdebatan Ideologi Di Kalangan Generasi Milenial Melalui Media Sosial*, Srikpsi UIN Jakarta, 2019.
- Ma'mur Asmani, Jamal. "Teologi Radikalisme di Indonesia, Menuju Islam Rahmatan lil alamin." *Jurnal Wahana Akademika* 4, no. 1 (2017): 4–5.
- Machasin. *Islam Dinamis Islam Harmonis*. Yogyakarta: LkiS, 2011.
- Manan Abdul dan Ika Ningtyas. *Di Bawah Pandemi dan Represi*. Jakarta Selatan: AJI Indonesia, 2020.
- Michael R, Solomon. *Consumer Behavior: Buying Having, And Being*. New Jersey. USA: Pearson Prentice Hall, 2011.
- Nova, Sari Puti, "Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai Pt.Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru.", *Jom Fisip* 5, No. 1 (2018): 8–9.
- Protokol Percepatan Penanganan Pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2019). Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19.
- Putri, Elsa Carinta, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzoo)*, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018.
- Richard, M Steers. *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku*. Jakarta: Airlangga, 1985.
- Sampurno, Muchammad Bayu Tejo, dkk, "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19." *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar'i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* 7, No. 6 (2020): 536.
- Siagian. *Manajemen*. Yogyakarta: Liberty, 1978.
- Singh, Bilveer dan Zuly Qodir. *Gerakan Islam Non-Mainstream dan Kebangkitan Islam Politik di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Siregar, Mawardi, "Menyeru Tanpa Hinaan (Upaya Menyemai Dakwah Humanis Pada Masyarakat Kota Langsa yang Pluralis)." *Jurnal Dakwah* XVI, No. 2 (2015): 206 – 207.

Susilo, Adityo, dkk. "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini." *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* 7, No. 1 (2020): 45 – 46.

Endnotes

1. Protokol Percepatan Penanganan Pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2019), Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, h. 5.
2. Adityo Susilo, dkk, "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini", dalam *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, Vol. 7, No. 1 (Maret, 2020), h. 45-46.
3. All time of Situation Corona Virus by Country, Territory or Area diakses dari <https://covid19.who.int/> pada Senin, 14 September 2020, pukul 22:10 WIB.
4. World Health Organization, "Coronavirus," last modified 2020, accessed April 3, 2020, https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1.
5. Anung Ahadi Pradana, "Pengaruh Kebijakan Social Distancing Pada Wabah Covid-19 Terhadap Kelompok Rentan di Indonesia," dalam *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI*, Vol. 09, No. 02 Juni, 2020, h. 65.
6. Abdul Manan & Ika Ningtyas, *Di Bawah Pandemi dan Represi*, (Jakarta Selatan: AJI Indonesia, 2020), h. 5-6.
7. Etiek Dwi Kurniawati, *Khilafah Islam Versus Pancasila: Studi Tentang Perdebatan Ideologi Di Kalangan Generasi Milenial Melalui Media Sosial*, Srikpsi UIN Jakarta, 2019, h. 73-75.
8. Mawardi Siregar, "Menyeru Tanpa Hinaan (Upaya Menyemai Dakwah Humanis Pada Masyarakat Kota Langsa yang Pluralis)" *Jurnal Dakwah*, Vol. XVI, No. 2 (tahun 2015), h. 206-207.
9. Muchammad Bayu Tejo Sampurno, dkk, "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19", *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar'i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Vol. 7, No. 6 (2020), h. 536.
10. Elsa Carinta Putri, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram@Nunuzoo)*, (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018), h. 67-68.
11. J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), h. 49
12. Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, (Wadsworth Publishing, 2012), h. 55.

13. Kementerian Pendidikan dan Budaya, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2018), h. 836.
14. <https://Republika.Co.Id/Berita/Nk28wd23/Prof-Nasaruddin-Umar-Dai-Dan-Ulama-Harus-Menulis>, (2015), Diakses pada 15 September 2020.
15. Machasin, *Islam Dinamis Islam Harmonis*, (Yogyakarta: LKiS, 2011), h. 225.
16. Edi AH Iyubenu, *Agama Adalah Cinta, Cinta Adalah Agama*, (Yogyakarta: Diva Press, April, 2020), h. 65.
17. Edi AH Iyubenu, *Agama Adalah Cinta, Cinta Adalah Agama*, h. 28
18. Karen Armstrong, *Sejarah Tuhan: Kisah 4.000 Tahun Pencarian Tuhan Dalam Agama-Agama Manusia*, terj. Zaimul Am, (Bandung: Mizan, 2014, cet. XI), hal. 245-246
19. José Casanova, *Public Religions in the Modern World*, (Chicago and London: The University of Chicago Press. 1994), h. 19.
20. Ardiyansyah, *Islam Ramah Bukan Marah*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017), h. 9-16.
21. Jamal Ma'mur Asmani, "Teologi Radikalisme di Indonesia, Menuju Islam Rahmatan lil alamin", dalam *Jurnal Wahana Akademika*, vol. 4, no. 1, (April 2017), h. 4-5.
22. Inilah 5 Ciri Paham Radikal yang Dapat Memicu Aksi-aksi, diakses dari <https://www.dutaislam.com/2019/08/inilah-lima-ciri-paham-radikal-yang-dapat-memicu-tindakan-radikal.html> Pada 18, September 01.33 WIB.
23. Bilveer Singh dan Zuly Qodir, *Gerakan Islam Non-Mainstream dan Kebangkitan Islam Politik di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h. 32-33.
24. <https://www.youtube.com/watch?v=Nkw386Gt2xg> Diakses pada 19 September 2020, pukul 11.46 WIB.
25. Muhammad Ali Chozin, "Strategi Dakwah Salafi di Indonesia", *Jurnal Dakwah*, Vol. XIV, No. 1 Tahun 2013, h. 14-15.
26. <https://www.youtube.com/watch?v=qNVBOzqzYOI>. Diakses pada 19 September 2020, pukul 13.12 WIB.
27. <https://www.youtube.com/watch?v=LSd6vKDvB3U>. Diakses pada 19

September 2020, pukul 14.00 WIB.

28. <https://www.hidayatullah.com/kajian/sejarah/read/2020/04/20/182152/belajar-dari-kasus-wabah-thaun-di-mesir-dan-syam-748-750-h.html>, Diakses pada 19 September 2020, pukul 21.27 WIB.
29. <https://www.hidayatullah.com/artikel/tsaqafah/read/2020/06/14/186053/kitab-fikih-dan-perang-salib-sebuah-kegaduhan-yang-kurang-pas.html> Diakses pada 19 September 2020, pukul 22.00 WIB.
30. <https://www.eramuslim.com/berita/nasional/sebut-fiqih-produk-perang-salib-imam-besar-masjid-istiqlal-disuruh-mondok-lagi-di-pesantren.html> Diakses pada 19 September 2020, pukul 22.18 WIB.
31. <https://panrita.id/2020/08/23/fiqh-siyasah-indonesia-siasat-politik-kontemporer/> Diakses pada 20 September 2020, pukul 19.47 WIB.
32. <https://www.nu.or.id/post/read/107831/kh-maruf-amin-sebut-indonesia-adalah-darul-mitsaq> Diakses pada 20 September 2020, pukul 20.30 WIB.
33. <https://www.voa-islam.com/read/world-analysis/2020/08/22/73381/oligarki-berubah-demokrasi/> Diakses pada 20 September 2020, pukul 22.07 WIB.
34. <https://www.voa-islam.com/read/world-analysis/2020/08/17/73299/demokrasi-menghargai-kritik/> Diakses pada 20 September 2020, pukul 22.30 WIB.
35. <https://ppanwarulhuda.com/buletin-al-anwar/islam-dan-demokrasi/> Diakses pada 20 September 2020, pukul 23.45 WIB.
36. <https://www.youtube.com/watch?v=OVr9-g5Nybq&t=450s> Diakses pada 21 September 2020, pukul 06.30 WIB.
37. <https://www.youtube.com/watch?v=supmehr8jWc>. Diakses pada 21 September 2020, pukul 07.15 WIB.
38. <https://www.youtube.com/watch?v=fiku4pOjsw>. Diakses pada 21 September 2020, pukul 08.20 WIB.
39. Solomon, Michael R, *Consumer Behavior: Buying Having, And Being*, Edisi-9, New Jersey, (USA: Pearson Prentice Hall, 2011)
40. M Steers Richard, *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku*, (Jakarta: Airlangga,

1985), h. 97.

41. Hidayat, *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1986), h. 35.
42. Siagian, *Manajemen*, (Yogyakarta: Liberty, 1978).
43. Dimmick, John and E.W Rothenbuhler, "*Competitive Displacement in the Communication Industries: New Media in the Old Environment*" in *The New Media: Communication, Research and Technology*", By Ronald E. Rice. Beverly Hills, (California: Sage Publications Ltd, 1984), h. 286.