

KONSEP KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN DAKWAH DALAM MENGHADAPI GENERASI DIGITAL

Dwi Budiman Assiroji
dwi@stidnatsir.ac.id
STID Mohammad Natsir

Abstract

Research Objectives: This study aims to find out how the concept of da'wah communication should be carried out by a da'wah leader in facing the digital generation. **Research Methodology:** Qualitative-Literature. **Research Results:** from this study it was found that in facing the digital generation, a da'wah leader must pay attention to at least three things in communicating. Namely: first, you must be an example in your life, especially in the context of da'wah. Because the digital generation is a generation that really pays attention to the lives of its characters. Second, da'wah leaders must make maximum use of online media as a medium for preaching to the digital generation. Because the digital generation is a generation that is very familiar with online media. Third, the da'wah leader must have digital literacy in communicating with the digital generation. The three literacies are data literacy, technological literacy and human literacy. So that with this literacy, da'wah leaders can communicate well with the digital generation.

Keywords: communication concept, da'wah leadership, digital generation

Abstrak

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bermaksud untuk menemukan bagaimana konsep komunikasi da'wah yang sebaiknya dilakukan oleh seorang pemimpin da'wah dalam menghadapi generasi digital. **Metodologi Penelitian:** Kualitatif-Kepustakaan. **Hasil Penelitian:** dari penelitian ini ditemukan bahwa dalam menghadapi generasi digital, seorang pemimpin da'wah setidaknya harus memperhatikan tiga hal dalam berkomunikasi. Yaitu: **pertama**, harus menjadi teladan dalam kehidupannya, terutama dalam konteks da'wah. Sebab generasi digital adalah generasi yang sangat memperhatikan kehidupan para tokohnya. **Kedua**, pemimpin da'wah harus memanfaatkan dengan maksimal media online sebagai media da'wah kepada generasi digital. Sebab generasi digital adalah generasi yang sangat akrab dengan media online. **Ketiga**, pemimpin da'wah harus memiliki literasi digital dalam berkomunikasi dengan generasi digital. Literasi itu mencakup literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia. Sehingga dengan literasi yang dimilikinya itu, pemimpin da'wah dapat berkomunikasi dengan baik terhadap generasi digital.

Keywords: konsep komunikasi, kepemimpinan da'wah, generasi digital.

1. PENDAHULUAN

Salah satu kunci keberhasilan dalam gerakan da'wah adalah efektifitas kepemimpinan. Sebab dengan kepemimpinan yang efektif maka gerakan da'wah akan mampu menjalankan program-program da'wah yang telah direncanakan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini merupakan teori dasar dalam kepemimpinan dan organisasi. Karena itu, keberhasilan satu organisasi, termasuk organisasi da'wah, dalam menggapai tujuannya adalah sangat tergantung kepada kepemimpinan yang berjalan. Apakah kepemimpinan itu dapat menggerakkan seluruh potensi yang dimiliki organisasi secara efektif dan efisien atau tidak.¹

Tantangan bagi kepemimpinan da'wah hari ini salah satunya adalah menghadapi generasi digital. Sebab semakin hari semakin banyak generasi digital yang menjadi sasaran da'wahnya (*mad'u*), yang secara otomatis juga semakin banyak generasi digital yang bergabung dengan gerakan da'wah yang dipimpinya. Hal ini nampak misalnya dari hasil survey Badan Pusat Statistika (BPS) Nasional tahun 2020 yang menyebutkan bahwa 63% penduduk Indonesia adalah generasi digital. Dimana generasi digital ini terdiri atas generasi Milenial, generasi Z dan generasi Post Gen Z.²

Hasil penelitian dari Jazak Yus Afriansyah menjelaskan hal yang lebih spesifik lagi, bahwa keberadaan generasi digital di sebuah organisasi secara umum di Indonesia telah mencapai jumlah 50%-60% dari keseluruhan orang yang terlibat dalam organisasi. Penelitian ini juga memperkirakan bahwa jumlah tersebut akan terus bertambah hingga menyentuh angka 75% di tahun 2025.³ Artinya, ke depan generasi digital ini harus menjadi perhatian prioritas gerakan da'wah karena mereka menjadi generasi mayoritas.

Dalam kepemimpinan, menghadapi generasi digital memerlukan perhatian khusus, karena menurut Prenski generasi digital (yang dalam bahasa Prenski disebut dengan istilah *digital native*) ini memiliki karakter yang berbeda cukup signifikan dengan generasi sebelumnya. Prensky menjelaskan:

*These differences go far further and deeper than most educators suspect or realize. "Different kinds of experiences lead to different brain structures," says Dr. Bruce D. Perry of Baylor College of Medicine. As we shall see in the next installment, it is very likely that our students' brains have physically changed – and are different from ours – as a result of how they grew up. But whether or not this is literally true, we can say with certainty that their thinking patterns have changed. I will get to how they have changed in a minute.*⁴

¹ Abd. Wahab dan Umiarso, *Kepemimpinan Pendidikan dan Kecerdasan Spiritual*, hal. 81

² <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/85>, ahad, 14 Februari 2021.

³ Hasril Atieq Pohan, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol. 3, No 2, 2019, hal. 158

⁴ Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001, hal. 1.

Dengan demikian maka kepemimpinan da'wah harus memiliki pendekatan tersendiri dalam menghadapi generasi digital tersebut.

Aspek penting dari kepemimpinan, baik secara umum maupun secara khusus dalam kepemimpinan da'wah, adalah aspek komunikasi. Dimana seorang pemimpin dalam menjalankan kepemimpinannya sangat memerlukan kemampuan komunikasi yang baik. Sehingga ide-ide yang dimilikinya dapat ia komunikasikan dengan baik kepada anggota gerakan da'wah maupun kepada sasaran da'wah dari gerakan da'wah yang dipimpinya. Dengan demikian, kemampuan komunikasi yang baik dari seorang pemimpin itu akan sangat mempengaruhi efektifitas organisasi. Karena itu Daniel Katz dan Robert Kahn mengatakan, "*Communication ... is the very essence of social system organization*".⁵

Terlebih ketika seorang pemimpin da'wah dituntut untuk menghadapi generasi digital. Sebab generasi digital memiliki karakter yang khas, termasuk dalam konteks komunikasi. Sehingga tidak jarang terjadi mis-komunikasi antara generasi digital dengan orang yang memimpin mereka, jika sang pemimpin tidak dapat menyesuaikan cara berkomunikasinya dengan karakter generasi digital.

Karena itu diperlukan penelitian khusus untuk memformulasikan konsep komunikasi kepemimpinan da'wah dalam menghadapi generasi digital ini.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Konsep Komunikasi

Istilah komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin *communicatio* (*communis*) yang memiliki arti sama makna. Dengan demikian komunikasi dapat difahami secara bahasa sebagai kegiatan untuk mewujudkan kesamaan makna antara dua orang atau lebih.⁶

Sementara secara istilah, komunikasi sering kali didefinisikan sebagai sebuah proses pengiriman pesan dari seseorang kepada satu atau beberapa orang lain melalui simbol-simbol yang bermakna.⁷ Definisi yang agak berbeda disampaikan oleh Carl I. Hovland, dimana ia menjelaskan bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.⁸

Definisi Hovland ini menjelaskan kepada kita bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, tapi juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial kita memiliki peranan yang amat penting. Namun yang perlu diingat adalah bahwa komunikasi seseorang itu akan dapat mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain apabila komunikasinya berjalan efektif, dalam pengertian pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima

⁵ Daniel Katz dan Robert Kahn dalam Dede Mahmudah, *Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Dan Motivasi Dalam Organisasi*, Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, Vol. 19, No. 2 (Juli - Desember 2015), hal. 286.

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Rosda, 2016, cet. 27, hal. 10.

⁷ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012, hal. 6

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek*, hal. 10.

dengan baik oleh komunikan.⁹

Dengan demikian, maka manusia sebagai aktor komunikasi (baik sebagai komunikator maupun komunikan) merupakan sosok yang sarat dengan muatan nilai. Tidak ada manusia yang bebas nilai, sehingga setiap kali ia merespons suatu pesan yang datang kepada dirinya, maka ia meresponnya dengan nilai yang dianutnya. Nilai yang dianut manusia dalam berkomunikasi itu dapat bersumber dari budaya, tradisi, norma sosial yang berlaku dalam masyarakat, atau bahkan agama dan kepercayaan. Latar belakang nilai inilah yang kemudian ikut mempengaruhi faktor persepsi ketika seseorang memaknai simbol yang diterima sekaligus merumuskan pesan yang akan disampaikan. Karena itu pesan dalam komunikasi selalu sarat nilai.¹⁰

Dalam kaitannya dengan nilai inilah, latar belakang sosial budaya (*socio-cultural situation*) para pelaku komunikasi sangat berpengaruh terhadap komunikasi yang dilakukannya. Terkait hal ini, Asep Saeful Muhtadi menjelaskan, *"Setiap aktor komunikasi merupakan individu yang tumbuh dan berkembang dalam suatu lingkungan kebudayaan tertentu. Lingkungan budaya inilah yang pada gilirannya akan ikut membentuk aspek psikologis yang melekat pada perkembangan seseorang."*¹¹

Dengan demikian, jelaslah bahwa budaya digital juga akan memberikan pengaruh terhadap cara seseorang berkomunikasi. Sehingga seseorang yang masuk dalam kategori generasi digital, maka ia akan melakukan proses komunikasi sesuai dengan nilai-nilai dari budaya digital yang dianutnya. Sehingga dengan demikian seorang pemimpin yang ingin berkomunikasi dengan generasi digital itu pun harus menyesuaikan cara berkomunikasinya dengan nilai-nilai yang dianut generasi digital itu. Agar komunikasi yang dilakukan pemimpin da'wah terhadap generasi digital itu berjalan efektif.

Pengertian Kepemimpinan Da'wah

Salah satu definisi tentang kepemimpinan yang paling sering dikutip orang adalah definisi yang diberikan oleh James Stone. Dimana Stone mengatakan bahwa kepemimpinan adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktivitas yang berkaitan dengan tugas dari anggota kelompok.¹²

Adapun menurut Harold Kontz kepemimpinan dapat diartikan sebagai pengaruh, maksudnya satu seni atau proses mempengaruhi orang-orang sehingga mereka akan berusaha mencapai tujuan kelompok yang sudah ditentukan dengan kemauan dan antusias yang tinggi.¹³

Sementara terkait pengertian da'wah, ada beberapa definisi yang dapat

⁹ *Idem*, hal. 10.

¹⁰ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, hal. 16

¹¹ *Idem*, hal. 16

¹² James Stoner dkk, *Manajemen Jilid II*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 1996, hal. 161.

¹³ Harold Kontz dalam Naerul Edwin Kiky Aprianto, *Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengembangan Organisasi Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol.4, No.2 (Juli - Desember 2016), hal. 268.

dikutip. Diantaranya adalah definisi da'wah menurut Ibnu Taimiyah yang menjelaskan bahwa da'wah adalah usaha mengajak seseorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para Rasul-Nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan.¹⁴

Sayyid Muhammad Nuh memberikan penjelasan agak rinci tentang da'wah. Menurutnyanya di dalam dakwah terkandung beberapa bagian, ia menjelaskan,

*“Dakwah adalah mengumpulkan manusia dalam kebaikan, menunjukkan mereka jalan yang benar dengan cara merealisasikan manhaj Allah di bumi dalam ucapan dan amalan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, membimbing mereka kepada shiratal mustaqim dan bersabar dalam menghadapi ujian yang menghalangi di perjalanan.”*¹⁵

Amrullah Ahmad memberikan definisi da'wah yang juga rinci, dimana ia menjelaskan bahwa da'wah adalah aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia dengan menggunakan cara tertentu.¹⁶

Maka dapat difahami jika Mahmudin menjelaskan, *“Kepemimpinan dakwah merupakan suatu kemampuan khusus yang dimiliki oleh pelaksana dakwah untuk mempengaruhi perilaku orang lain sesuai yang diinginkan oleh pelaksana dakwah.”*¹⁷

Dari beberapa definisi tentang kepemimpinan dan da'wah di atas, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan da'wah itu adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi bawahan untuk melaksanakan aktivitas yang berkaitan dengan usaha mewujudkan ajaran Islam dalam kehidupan.

Sementara dalam perspektif komunikasi sebuah teori menyatakan bahwa kepemimpinan adalah proses kontekstual yang melibatkan kinerja bicara dan/atau tindakan yang oleh orang lain dipandang bergerak ke arah pencapaian tugas penting. Karena itu, kepemimpinan itu diciptakan. Kepemimpinan didasarkan pada kinerja orang dalam interaksi, pada ketepatan dan efektivitas, dan kontekstualitas, yang berarti pola komunikatifnya perlu sesuai dengan situasi agar orang melihat pola ini sebagai kepemimpinan.¹⁸

Gail Fairhurst, membuat perbedaan penting antara dua cara utama yang

¹⁴ Sayid Muhammad Nuh, *Dakwah Fardiyah*, Solo: Era Intermedia, 2000, cet ke II, hal. 14

¹⁵ *Idem*, hal. 16

¹⁶ Amrullah Ahmad dalam Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: GIP, 1998, hal. 68.

¹⁷ Mahmuddin, *Kepemimpinan Dakwah*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 2, Desember 2014, hal. 180

¹⁸ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss (Ed), *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (terj), Jakarta: Kencana, Jilid 2, Hal. 710

digunakan sarjana kepemimpinan untuk mengkonseptualisasikan komunikasi, yaitu Psikologi Kepemimpinan dan Kepemimpinan Diskursif.

Psikologi Kepemimpinan memandang komunikasi sebagai bentuk transfer informasi, sedangkan pemimpin perlu mengkodekan pesan dengan tepat dan menyampaikannya kepada audiens dalam rangka memberi informasi dan membujuk mereka untuk bergerak ke arah tertentu. Teori jalur-tujuan kepemimpinan Robert House adalah satu contoh dari teori psikologi kepemimpinan ini. Dimana dalam kerangka House, situasi mungkin didefinisikan dalam term struktur tugas, kejernihan atau ambiguitas tujuan yang hendak dicapai, dan sarana untuk mencapainya. Situasi ini mendorong perilaku komunikatif. Karena tujuan dan cara adalah jelas, situasi yang sangat terstruktur membutuhkan perilaku berorientasi relasional yang mendukung individual. Sebaliknya, situasi yang sangat tidak terstruktur membutuhkan perilaku berorientasi tugas yang dapat menunjukkan jalur yang perlu diambil individu untuk mencapai tujuannya.¹⁹

Adapun Pendekatan Kepemimpinan Diskursif, memperlakukan komunikasi sebagai kekuatan kreatif-aktif yang secara sosial mengkonstruksi identitas personal dan profesional, relasi, kelompok, organisasi dan masyarakat.²⁰

Dari pembahasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepemimpinan da'wah adalah satu seni atau kemampuan seseorang pemimpin da'wah untuk mempengaruhi anggota organisasi da'wahnya agar dapat bersama-sama bekerja untuk mencapai tujuan organisasi sebagaimana yang sudah ditetapkan.

Pengertian Generasi Digital

Banyak ahli yang menggunakan batasan usia dalam menjelaskan generasi digital. Misalnya Karl Mannheim dengan Generation Theory-nya. Dimana menurut mereka, generasi digital dimulai dari generasi Milenial dan generasi setelahnya. Generasi Milenial sendiri diartikan sebagai generasi yang lahir dari tahun 1980 sampai tahun 2000. Generasi ini dimasukkan kedalam kategori generasi Milenial karena ketika mereka tumbuh dewasa, dunia digital sudah mulai berkembang.²¹

Namun yang dimaksud dengan generasi digital dalam artikel ini sedikit berbeda dengan pengertian di atas. Dimana dalam artikel ini generasi digital lebih diartikan sebagai generasi yang kehidupannya sudah sangat lekat dengan dunia digital. Maka itu, Fakhruroji menjelaskan bahwa generasi digital (digital natives) bukan semata konsep yang menjelaskan satu generasi dengan ciri batasan kelahiran, namun adalah konsep yang menjelaskan tentang generasi yang memiliki gaya hidup digital. Ia menjelaskan:

¹⁹ *Idem*, Hal. 711

²⁰ *Idem*, Hal. 711

²¹ Hasril Atieq Pohan, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, hal. 158

“Digital natives lebih merupakan konsep yang menjelaskan gaya hidup, budaya dan pola pikir sebuah generasi yang compact, praktis, serta terkadang bersifat teknologis. Mereka lahir pada era informasi, yakni sebuah era yang segala sesuatunya tidak lagi diukur berdasarkan satuan volume atau bentuk fisik, tetapi bersifat digital dalam bentuk satuan bit. Mereka membaca dan saling bertukar buku elektronik yang tidak lagi dihitung dari jumlah halaman, tetapi jumlah bit yang dimiliki buku elektronik tersebut. Mereka sudah sangat terbiasa dengan storage (media penyimpanan digital) yang tersebar dalam hampir setiap perangkat yang mereka miliki—di smartphone, notebook, usb flashdisk, bahkan berbentuk virtual storage berbasis internet.”

22

Semakna dengan Fakhruroji, Karl Mannheim dalam teori tentang generasinya menjelaskan bahwa generasi Milenial memiliki karakter unik. Salah satu ciri utama generasi milenial ini ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi ini memiliki ciri-ciri kreatif, informatif mempunyai *passion* dan produktif. Generasi milenial berteman baik dengan teknologi sehingga dalam segala aspek kehidupan selalu melibatkan teknologi. Bukti nyata yang dapat dirasakan langsung adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan penggunaan ponsel pintar para milenial dapat menjadi lebih produktif dan efisien.²³

Fakhruroji menjelaskan, dalam konteks komunikasi generasi digital adalah generasi yang berada satu tahap di atas generasi audiens media elektronik, yaitu generasi yang secara berkala dan terus-menerus terhubung dengan media konvensional seperti TV, radio, dan surat kabar. Generasi digital, dengan akses media *online* yang semakin mudah, menjadi generasi yang memiliki kebebasan dan otoritas sendiri dalam mengakses media *online* dan konten media *online* yang mereka kehendaki. Sehingga munculah fenomena *faith online*, *cyber-religion*, *net-religionist* dan sebagainya.²⁴

3. METODOLOGI

Penelitian ini adalah jenis penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang lebih memerlukan olahan filosofis dan teoritis daripada uji empiris di lapangan. Karena sifatnya yang teoritis dan filosofis, penelitian kepustakaan lebih sering menggunakan pendekatan filosofis (*philosophical approach*) dibandingkan pendekatan yang lain. (Noeng Muhadjir, 1996:169) Dengan demikian sumber data seluruhnya berasal dari bahan-bahan kepustakaan seperti buku, jurnal, majalah dan bahan pustaka lainnya. Adapun data dan hasil penelitian diformulasikan dalam bentuk deskriptif analitis.

²² Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, hal. 31

²³ Hasril Atieq Pohan, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, hal. 158

²⁴ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru*, hal. 33

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tugas seorang pemimpin dalam dunia da'wah adalah bagaimana ia dapat menyampaikan pesan-pesan da'wahnya agar dapat difahami oleh mad'u (objek da'wah) sehingga kemudian pesan-pesan da'wah itu dapat membentuk pemikiran dan perilaku mad'u agar semakin sesuai dengan ajaran Islam. Mad'u dalam hal ini dapat berupa ummat Islam secara luas, atau juga secara khusus bawahan pemimpin dalam satu organisasi da'wah.

Dalam konteks komunikasi, pesan-pesan da'wah itu harus disampaikan dengan cara yang sesuai dengan kondisi mad'u yang sedang dihadapinya. Termasuk ketika kepemimpinan da'wah berhadapan dengan generasi digital, dimana karakter generasi ini tentu sangat dipengaruhi oleh budaya digital yang dianutnya. Sebagaimana yang sudah dijelaskan di bagian sebelumnya.

Maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh seorang pemimpin da'wah dalam menjalankan kepemimpinannya ketika menghadapi generasi digital. Diantaranya adalah:

Pemimpin Harus Menjadi Teladan

Menjadi pemimpin di era digital harus siap "ditelanjangi" oleh publik. Sebab di era ini, informasi begitu terbuka, bahkan dengan media sosial, hal-hal yang bersifat pribadi sekalipun dapat menjadi sesuatu yang sangat terbuka. Karena itu, Generasi Digital adalah orang-orang yang memiliki rasa ingin tahu yang amat tinggi. Mereka begitu ingin tahu mengenai tokoh-tokoh yang ada di sekitar mereka. Termasuk para pemimpin da'wah.

Maka, sebagai pemimpin da'wah di era digital, ia harus mampu menjadi teladan dalam seluruh aspek kehidupannya. Seperti yang dijelaskan oleh Mahmudin bahwa pemimpin da'wah harus menjadi figur teladan dalam kehidupannya sehari-hari. Lebih jauh ia menjelaskan,

*"Sebagai pemimpin dakwah, ia harus menjadi figur terdepan di dalam cara hidup, sifat, sikap, tindak-tanduknya sehari-hari kepada masyarakat, terutama kepada orang yang dipimpinnya. Pemimpin dakwah merupakan pemimpin dari segala tindak tanduk dan penyuluh di tengah-tengah masyarakat. oleh karena itu, pemimpin dakwah harus mampu menjadi teladan yang baik dalam pola aturan terhadap anggotanya atau masyarakatnya."*²⁵

Ditambah lagi, dalam konteks da'wah, keteladan ini merupakan satu metode yang sangat efektif, dan lebih penting dari itu, dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Asep Saeful Muhtadi menjelaskan bahwa da'wah melalui perbuatan (*da'wah bil hal*) merupakan bagian dari pelaksanaan prinsip *ibda binafsik* (mulailah dari diri sendiri). Dalam konteks inilah Rasulullah dikenal sebagai *uswatun hasanah*, yaitu sosok yang menjadi pola dalam membentuk perilaku manusia. Menurut Asep,

²⁵ Mahmuddin, *Kepemimpinan Dakwah*, hal. 183

pendekatan *bil hal* ini juga dikenal dengan istilah metode demonstratif, yaitu upaya memperkenalkan ajaran ke dalam perilaku yang menyejarah dengan menampilkan atau mendemonstrasikan pengalaman ajaran itu. *“Dalam peribahasa Inggris dikenal istilah seeng is believing. Sesuatu yang dapat dilihat jauh lebih mudah dipahami dan dipercaya dibanding dengan sesuatu yang hanya didengar. Pendekatan ini mensyaratkan adanya uswah dengan terlebih dahulu dilakukan oleh penyeru sendiri,”* Asep menjelaskan.²⁶

Jelaslah bahwa keteladanan bagi seorang pemimpin generasi digital merupakan sesuatu yang sangat penting. Disamping hal itu memang sudah menjadi keharusan bagi seorang pemimpin da’wah, sebagaimana yang dicontohkan Rasulullah, juga karena di era digital ini, mad’u begitu mudah mendapatkan informasi tentang sosok dari pemimpin da’wah tersebut.

Terkait dengan keterbukaan di era digital ini, maka pemimpin da’wah juga dituntut untuk hati-hati dalam mengunggah apapun ke dalam media sosial miliknya. Jangan sampai unggahannya menjadi bahan *“bullying”* sehingga menjatuhkan kehormatannya sebagai seorang pemimpin da’wah. Jika seorang pemimpin da’wah sudah dianggap tidak pantas menjadi teladan, maka generasi digital akan dengan mudah meninggalkannya dan beralih ke pemimpin da’wah lainnya.

Aktif Berkomunikasi Melalui Media Berbasis Internet

Salah satu karakter generasi digital adalah keakraban mereka dengan alat komunikasi dan teknologi digital berbasis internet. Sehingga generasi digital memiliki karakter sangat komunikatif. Generasi digital sangat suka berkomunikasi, baik langsung maupun dan terutama melalui media *online*. Maka seorang pemimpin da’wah harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan generasi digital, baik secara luring (luar jaringan) maupun daring (dalam jaringan). Terkait hal ini Hasril Atieq dalam penelitiannya menjelaskan,

*“Aspek komunikasi yang dilakukan pemimpin menjadi vital karena keunikan generasi milenial ini adalah keakrabannya dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Pemimpin di era milenial harus mampu mengkomunikasikan dengan baik kepada anggotanya baik secara langsung maupun melalui pemanfaatan media dan teknologi digital.”*²⁷

Maka Asep Saeful Muhtadi menyarankan agar pemimpin da’wah dalam menghadapi generasi digital ini harus menguasai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Lebih dari itu, pemimpin da’wah juga harus menguasai teknik pemanfaatan media untuk mengkomunikasikan pesan-pesan da’wahnya. Maka pemimpin da’wah harus memahami berbagai pendekatan dan strategi dalam menggunakan media tersebut. *“Sebab corak dan gaya penyampaian pesan-pesan yang disalurkan melalui media massa tidak selalu sama dengan corak dan gaya paparan lisan yang biasa disampaikan secara konvensional di atas mimbar,”* Asep menjelaskan.²⁸

²⁶ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, hal. 38

²⁷ Hasril Atieq Pohan, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, hal. 158

²⁸ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, hal. 5

Lebih jauh, Fahrurroji menjelaskan bahwa salah satu kewajiban para pemimpin da'wah adalah harus mampu menciptakan lingkungan islami di internet (*cyber-islamic environments*). Dimana kondisi semacam ini dapat diimplementasikan melalui optimalisasi sejumlah layanan di internet untuk kepentingan umat Islam. Sehingga internet sebagai sebuah media tidak hanya menjadi media informasi, tapi juga menjadi ruang ekspresi keagamaan bagi para pemimpin da'wah tersebut.²⁹

Dengan demikian, pemimpin da'wah dapat berkomunikasi secara massif kepada generasi digital. Sehingga komunikasi yang disampaikan pemimpin da'wah dapat berjalan lebih efektif.

Memiliki Literasi Digital

Dalam menghadapi generasi digital, para pemimpin da'wah di waktu yang sama juga harus menghadapi fenomena revolusi industry 4.0. Sehingga dengan demikian diperlukan kemampuan literasi dalam menghadapi fenomena ini. Setidaknya ada tiga literasi digital yang perlu dimiliki oleh pemimpin da'wah, yaitu literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia.³⁰

Literasi data terkait dengan kemampuan seorang pemimpin da'wah dalam membaca, menganalisa dan membuat kesimpulan terhadap data dan informasi yang amat banyak (*big data*). Dengan hasil analisis dari *big data* itu, pemimpin da'wah dapat menyusun strategi da'wah yang akan dilaksanakan oleh organisasi da'wah yang dipimpinnya. Termasuk strategi dalam berkomunikasi dengan generasi digital. Dengan analisa terhadap *big data* itu, seorang pemimpin da'wah dapat memahami karakter komunikasi generasi digital dan isu-isu yang sedang banyak dibicarakan generasi digital. Kemampuan ini akan menopang efektifitas komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital.

Adapun literasi teknologi terkait dengan kemampuan seorang pemimpin da'wah dalam memahami cara kerja mesin. Sehingga kerja-kerja da'wah dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi teknologi atau berbasis produk teknologi lainnya sehingga diharapkan hasil yang diperoleh dapat lebih maksimal. Termasuk dalam proses komunikasi dengan generasi digital. Sehingga penggunaan teknologi ini dapat menopang efektifitas komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital.

Sementara literasi manusia adalah terkait dengan kemampuan untuk berkomunikasi, berkolaborasi, berfikir kritis, kreatif dan inovatif. Kemampuan ini adalah kemampuan yang diformulasikan oleh para ahli untuk menghadapi fenomena revolusi industri 4.0. Di Indonesia formula ini sudah diadopsi oleh Kementerian Pendidikan dalam penyusunan kurikulum.³¹ Sehingga dengan kemampuan ini pemimpin da'wah dapat mengkomunikasikan pesan-pesan da'wahnya secara lebih efektif.

Sebagai contoh, menurut Dr. Lynell Burmark, seorang konsultan pendidikan, pesan yang disampaikan secara visual jauh lebih kuat dibandingkan dengan pesan yang disampaikan secara lisan. Sebab kata-kata diproses oleh memori jangka pendek yang hanya dapat menangkap 7 keping informasi.

²⁹ Moch. Fahrurroji, *Dakwah di Era Media Baru*, hal. 218

³⁰ Poppy Ruliana dan Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, Depok: Rajagrafindo, 2019, hal. 231.

³¹ *Idem*, hal. 228.

Sementara gambar akan ditangkap oleh memori jangka panjang yang menyebabkan gambar tersebut akan terukir lama dan sulit terhapus.³² Maka dari pemahaman terhadap konsep ini, seorang pemimpin da'wah dituntut untuk kreatif dalam menyampaikan pesan-pesan da'wahnya secara visual. Pesan yang biasa disampaikannya dengan kata-kata, harus didesain dalam bentuk gambar.

Maka seorang pemimpin da'wah yang menguasai literasi manusia ini dapat menyesuaikan metode komunikasinya kepada generasi digital sesuai dengan karakteristik mereka. Misalnya ketika pemimpin da'wah memahami bahwa generasi digital lebih menyukai kolaborasi, maka dalam berkomunikasi ia akan berusaha untuk mengajak generasi digital terlibat. Ia gunakan metode komunikasi dua arah agar generasi digital merasa diajak untuk bersama-sama.

Dengan menguasai literasi digital ini, seorang pemimpin da'wah akan dapat memahami karakter dari generasi digital. Selain itu juga akan dapat mengimbangi cara generasi digital dalam berkomunikasi. Sehingga diharapkan komunikasi pemimpin da'wah terhadap generasi digital dapat berjalan secara efektif.

Demikianlah pembahasan mengenai konsep komunikasi pemimpin da'wah dalam menghadapi generasi digital.

5. KESIMPULAN

Generasi digital adalah generasi mayoritas hari ini. Maka kepemimpinan da'wah harus segera menyesuaikan gaya kepemimpinannya, termasuk gaya berkomunikasinya, dengan karakter generasi digital ini. Sebab generasi digital memiliki karakter yang unik yang dipengaruhi oleh budaya digital yang dianutnya. Diantara karakter generasi digital ini adalah: aktif, kreatif, komunikatif, terbuka, kolaboratif, dan kritis.

Maka seorang pemimpin da'wah ketika berkomunikasi menghadapi generasi yang memiliki karakter seperti itu, setidaknya harus melakukan tiga berikut:

Pertama, harus menjadi teladan. Sebab generasi digital memiliki karakter terbuka dan kritis, sehingga ia akan memandang pemimpin da'wahnya dengan pandangan terbuka dan kritis juga. Maka itu seorang pemimpin da'wah harus senantiasa menjaga diri agar selalu dapat menjadi teladan bagi generasi digital. Jika seorang pemimpin da'wah menjadi teladan bagi generasi digital, maka proses komunikasi yang dijalankannya akan berjalan efektif, lebih mudah diterima oleh generasi digital.

Kedua, harus memaksimalkan penggunaan media berbasis internet. Sebab karakter generasi digital adalah sangat akrab dengan media internet. Maka tidak ada kata lain bagi seorang pemimpin da'wah selain memanfaatkan media berbasis internet ini sebagai media komunikasi kepada generasi digital. Dengan demikian pemimpin da'wah akan dapat berkomunikasi secara intens dengan generasi digital.

Ketiga, harus memiliki literasi digital. Sebab generasi digital adalah generasi yang sangat menguasai dunia digital. Maka untuk memahami dan mengimbangi generasi digital itu, seorang pemimpin da'wah juga harus memiliki

³² Felix Y. Siau, *Art of Dakwah*, Jakarta: Al Fatih Press, 2018, cet. II, hal. 107

literasi digital. Dimana literasi digital ini terdiri atas literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia digital.

Dengan ketiga hal itu, diharapkan seorang pemimpin da'wah dapat berkomunikasi secara efektif dengan generasi digital. Sehingga gerakan da'wah yang dijalkannya pun akan menjadi efektif pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, Naerul Edwin Kiky, *Peran Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengembangan Organisasi Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, vol.4, no.2 (juli - desember 2016).
- Effendy, Onong Uchjana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Rosda, 2016, cet. 27.
- Fakhruroji, Moch., *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Hafidhuddin, Didin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: GIP, 1998.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss (Ed), *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (terj), Jakarta: Kencana, Jilid 2.
- Mahmuddin, *Kepemimpinan Dakwah*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 2, Desember 2014.
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Nuh, Sayid Muhammad, *Dakwah Fardiyah*, Solo: Era Intermedia, 2000, cet ke II.
- Wahab, Abd. dan Umiarso, *Kepemimpinan Pendidikan dan Kecerdasan Spiritual*
- Pohan, Hasril Atieq, *Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol. 3, No 2, 2019, hal. 158
- Prensky, Marc, *Digital Natives, Digital Immigrants*, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001, hal. 1.
- Ruliana, Poppy dan Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, Depok: Rajagrafindo, 2019.
- Siauw, Felix Y., *Art of Dakwah*, Jakarta: Al Fatih Press, 2018, cet. II.
- Stoner, James. dkk, *Manajemen Jilid II*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 1996.
- <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/85>, ahad, 14 Februari 2021.