

Implementasi Dakwah Digital melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai

Ridwan Rustandi
UIN Sunan Gunung Djati Bandung
ridwanrustandi@uinsgd.ac.id

Abstract

Da'wah activities in virtual space are faced with various realities and problems. This can be seen from potential digital threats and challenges from a technological, sociological, and psychological perspective and the commodification of da'wah messages that intersect with internet use. One of them relates to the dissemination of manipulative harmful content, hate speech, and even cyber-terrorism. This study aims to analyze the form of implementation of digital da'wah carried out by the organization of Virtual World Peace Ambassadors (D3M) BNPT RI West Java Region through Peace Village Creative Content Training. This activity aims to increase understanding of digital literacy as capital in strengthening positive narratives in virtual space. Specifically, the research is directed at exploring the level of digital literacy, mapping conceptual and operational skills in accessing, designing, producing, and sharing positive content in virtual space. The research was conducted using a qualitative approach by observing various events during the training. The research location is in Margamukti Village, Pangalengan District, Bandung Regency. The research was carried out by describing the process of creating content training, which was carried out from March to December 2021. Data was collected using observation, interview, documentation and literature study techniques. The results of the study concluded that implementing digital da'wah can be done by first increasing the digital literacy of internet users. Digital literacy is an asset in developing the potential for digitizing Islamic da'wah. This is an effort to strengthen the narrative of goodness (al-choir) through the activities of amar ma'ruf nahi munkar in virtual space. The Virtual World Peace Ambassadors West Java Regional implements digital da'wah activities through creative village content training to strengthen user knowledge, abilities, and attitudes at personal, interpersonal, communal, and social levels.

Keywords: Digital Da'wah; Creative Content; Peace Ambassador

Abstrak

Aktivitas dakwah di ruang virtual dihadapkan dengan realitas dan permasalahan yang beragam. Hal ini dapat dilihat dari adanya potensi ancaman dan tantangan digital baik dari sisi teknologis, sosiologis, psikologis, dan komodifikasi pesan dakwah yang bersinggungan dengan proses penggunaan internet. Salah satunya berkaitan dengan diseminasi konten negatif yang bersifat manipulatif, ujaran kebencian, dan bahkan *cyber-terorisme*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk implementasi dakwah digital yang dilakukan oleh organisasi Duta Damai Dunia Maya (D3M) BNPT RI Regional Jawa Barat melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman literasi digital sebagai modal dalam menguatkan narasi positif di ruang virtual. Secara Spesifik penelitian diarahkan untuk menggali tingkat literasi digital, pemetaan keterampilan konseptual dan operasional dalam mengakses, mendesain, memproduksi, dan membagikan konten positif di ruang virtual. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan mengamati berbagai peristiwa yang terjadi selama pelatihan dilakukan. Lokasi penelitian berada di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. Penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan proses pelatihan konten kreatif yang dilakukan sejak Maret sampai dengan Desember 2021. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa implementasi dakwah digital dapat dilakukan dengan terlebih dahulu meningkatkan literasi digital pengguna internet. Literasi digital menjadi modal dalam mengembangkan potensi digitalisasi dakwah Islam. Hal ini sebagai upaya untuk menguatkan narasi kebaikan (*al-khoir*) melalui aktivitas *amar maruf nahi munkar* di ruang virtual. Duta Damai Dunia Maya Jawa Barat mengimplementasikan aktivitas dakwah digital melalui pelatihan konten kreatif desa damai sebagai upaya menguatkan *knowledge, ability, dan attitude* pengguna baik pada level personal, antarpersonal, komunal, maupun sosial.

Kata Kunci: Dakwah Digital; Konten Kreatif; Duta Damai.

A. PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 menandai adanya perubahan dalam berbagai dimensi dan ruang lingkup kehidupan manusia. Perubahan ini terjadi diakibatkan pesatnya penggunaan teknologi digital dalam berbagai aktivitas keseharian manusia. Rekayasa teknologi informasi dan komunikasi yang menciptakan platform media internet memengaruhi aktivitas interaksional manusia. Salah satunya dengan digunakannya internet sebagai media komunikasi manusia.

Perubahan pola struktur interaksi manusia terjadi tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik manusia saja, tetapi juga berpengaruh pada dimensi metafisik yang didalamnya berkaitan dengan *mindset* dan *mentality* manusia sebagai pengguna media internet. Perubahan ini terjadi dalam berbagai ruang lingkup aktivitas manusia, mulai dari aspek budaya, sosial, ekonomi, politik, pendidikan, dan bahkan agama. Dalam bidang agama, salah satu fenomena yang berkembang sebagai implikasi kehadiran internet adalah pesatnya pemanfaatan teknologi digital sebagai platform dakwah Islam. Transmisi, diseminasi, dan transformasi pesan-pesan keislaman tidak hanya mengandalkan media dakwah yang bersifat konvensional dan modern saja, tetapi juga menggunakan kecanggihan internet sebagai media telekonferensi Islam.

Perspektif dakwah memandang bahwa aktivitas dakwah yang memanfaatkan teknologi internet dikenal dengan istilah dakwah digital¹ *cyberdakwah*², dan mediatisasi dakwah³. Ketiganya digunakan untuk mendefinisikan aktivitas penyampaian pesan *amar makruf nahi munkar* dengan memanfaatkan teknologi internet⁴. Aktivitas dakwah digital dilakukan melalui proses kreatif dalam mendesain pesan dakwah yang tidak hanya bersifat auditif

¹ Fakhruroji, M. *Dakwah di Era Media Baru*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017), hlm. 65.

² Rustandi, R. Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam, *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3 (2), 2019, hlm. 84-95.

³ Mukarom, Z., Rosyidi, I., & Muzzammil, F. Mediatization Of Da'Wah In Disruption Era (Study of Islamic Da 'wah in Social Media). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4c(9), 2020. hlm. 190–202.

⁴ Mazaya, Vyki.. "Cyberdakwah sebagai Filter Penyebaran Hoax", *Islamic Communication Journal*, Vol. 4 No. 1 Januari-Juni 2019. Lihat juga Rustandi, R., *ibid.*

saja, tetapi juga mengkombinasikan visualisasi pesan baik dalam bentuk gambar, *image*, foto, animasi, video, teks, dan simbol⁵.

Istilah dakwah digital semakin populer sebagai sebuah kajian sejak munculnya teknologi internet yang digunakan untuk mengemas konten-konten keislaman. Pengemasan konten ini dilakukan secara kolektif yang melibatkan bukan hanya figur da'i atau mubaligh secara tunggal, tetapi juga melibatkan tim kreatif media meliputi *script writer*, *cameraman*, *editor*, *talent*, dan lain sebagainya. Karenanya, dakwah dalam ruang digital merupakan dakwah kolektif yang dilakukan untuk menjangkau berbagai objek dakwah yang sama-sama terhubung di internet.

Karakteristik utama dakwah di ruang digital bersandar pada aktivitas berinternet yang *interconnectivity* dan *interactivity*. Internet merupakan platform teknologi yang bersifat *connected*, sehingga memudahkan interaksi dan aktivitas di antara penggunanya. Interaksi yang terjalin bersifat *two-way communication* sehingga mendorong adanya partisipasi, demokratis, dan keterbukaan. Selain itu, aktivitas berinternet berlangsung dalam waktu yang relatif cepat, biaya relatif murah, dan daya jangkau yang relatif luas⁶. Sehingga pelaksanaan aktivitas dakwah Islam dilakukan tidak hanya secara *face to face*, tetapi juga dengan format *mediated communication*.

Pelaksanaan dakwah melalui internet dipandang memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan manusia. Arifuddin⁷ menilai bahwa setidaknya terdapat tiga alasan penting kenapa dakwah digital melalui internet begitu penting, antara lain: Pertama, internet menjadi gudang informasi yang menghimpun berbagai konten dan dapat diakses oleh siapapun secara mudah. Dalam hal ini, internet

⁵ Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies 10(1), 113–28. Lihat juga Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial @islampopuler, Jurnal Bimas Islam, 13(2), hlm. 203-234.

⁶ Faroqi, Adam., & Ismail, Nanang. "Portal MUI Online: Optimalisasi Dakwah Islam melalui Internet (Studi Kasus MUI Kecamatan Ujungberung)" dalam ISTEK, Vol. 7 No. 1 Juli 2013.

⁷ Arifuddin. "Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia" dalam Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies, Vol. 3 No. 1 June 2016.

memberikan kemudahan dalam layanan informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan konten keagamaan.

Kedua, aktivitas dakwah digital dapat dikatakan sebagai model dakwah masa depan. Hal ini didasarkan pada fakta peningkatan pengguna internet di dunia dan di Indonesia yang semakin meningkat. Karenanya, teknologi internet semakin dikembangkan melalui berbagai aplikasi, fitur, dan program yang menawarkan berbagai potensi pengembangan dakwah Islam. Ketiga, dakwah melalui internet dapat dikatakan sebagai metode dakwah kontemporer yang memanfaatkan media baru di tengah modernitas, pluralitas, multikulturalitas, dan heterogenitas masyarakat sebagai objek dakwah.

Adapun mengenai tipologi aktivitas dakwah digital dapat dibedakan ke dalam enam kategori utama antara lain: pertama, dakwah digital berbasis *website*, situs, dan jejaring media sosial. Dakwah digital dengan tipologi ini berbasis pada teks, simbol, dan *image* yang dikemas secara menarik dan atraktif. Kedua, dakwah digital berbasis *mailing list* yang disampaikan secara *bil-qalam*. Dakwah digital ini biasanya diformat dalam bentuk tulisan yang disebarluaskan secara digital melalui email atau group email.

Ketiga, dakwah digital berbasis youtube yang dikemas secara audio-visual baik dalam bentuk video, film, animasi, dan lain sebagainya. Keempat, dakwah digital yang dikemas dalam bentuk chatting melalui aplikasi messenger tertentu seperti *whatsapp*, *line*, *facebook messenger*, dan lain sebagainya. Kelima, dakwah digital berbasis grafis dalam bentuk *meme*, komik, *webtoon*, dan lain sebagainya. Keenam, dakwah digital dalam bentuk e-book, digital magazine, digital bulletin, poster digital, dan lain sebagainya.

Perkembangan dakwah digital berlangsung dengan cepat dan pesat seiring dengan perkembangan teknologi digital. Saat ini, perkembangan dakwah digital bukan hanya sebatas pemanfaatan teknologi internet sebagai platform media dakwah Islam, tetapi juga bermetamorfosa seiring dengan perkembangan fitur dan aplikasinya. Misalnya, dakwah digital dilakukan dalam format online meeting dengan memanfaatkan media sosial dalam bentuk *live streaming* kajian keislaman atau penggunaan aplikasi zoom meeting dan sejenisnya. Format lainnya,

dikembangkan dalam format *virtual reality*, di mana telekonferensi dilakukan dalam ruang maya yang menduplikasi realitas pada umumnya.

Namun demikian, secara praktik aktivitas dakwah digital tidak hanya disuguhkan dengan potensi kemudahan penggunaan perangkat internet sebagai media dakwah yang terbuka, serba cepat, super canggih, dan daya jangkauan luas. Tetapi juga dihadapkan dengan tantangan dan ancaman digital yang seringkali bercampur atau mengkontaminasi sakralitas pesan-pesan keislaman yang ditransmisikan. Dalam hal ini, ancaman dan tantangan digital dipandang sebagai implikasi teknologis, sosiologis dan psikologis dalam proses interaksi dan komunikasi di antara penggunanya. Salah satunya berkaitan dengan konten-konten media yang tidak sedikit menampilkan sisi negatifnya. Misalnya, pesan yang bernada *hoaks*, *hatespeech*, ejekan, pelecehan, dan penghinaan di antara para penggunanya.

Problematika sosiologis yang muncul sebagai akibat perubahan struktur interaksi manusia menghadirkan permasalahan etika berinternet. Dengan kata lain, aspek moralitas dan etika pengguna internet perlu mendapat perhatian lebih dalam konteks pelaksanaan dakwah Islam. Sebab, teknologi internet menyebabkan adanya fenomena '*high tech low touch*' dan dehumanisasi digital. Super canggih secara teknologi, tetapi berakibat pudarnya empati dan bahkan hilangnya kesadaran kemanusiaan dari penggunanya. Karenanya, pada titik inilah, aktivitas dakwah digital mesti disertai dengan peningkatan kesadaran literasi bermedia, literasi digital, dan literasi dakwah Islam yang mengatur secara komprehensif berbagai aktivitas manusia dalam berbagai dimensi ruang dan waktu.

Aktivitas dakwah di ruang virtual dihadapkan dengan realitas dan permasalahan yang beragam. Hal ini dapat dilihat dari adanya potensi ancaman digital baik dari sisi teknologis, sosiologis, psikologis, dan komodifikasi pesan dakwah yang bersinggungan dengan proses penggunaan internet sebagai media komunikasi dan interaksi baru dalam kehidupan manusia. Dakwah di ruang virtual beriringan dengan pesatnya perkembangan perangkat teknologi digital yang memengaruhi berbagai ruang lingkup aktivitas manusia.

Terdapat beberapa tantangan dakwah di ruang virtual, antara lain: pertama, pada aspek *connection*. Tantangan dakwah ini berkaitan dengan keterampilan dan kesadaran pelaku dakwah saat terkoneksi dengan perangkat digital. Kecakapan digital (*digital skill*) yang melingkupi aspek *knowledge*, *skill*, dan *access* baik secara fisik maupun psikis memengaruhi proses dan aktivitas dakwah yang akan dilakukan. Tantangan ini misalnya dalam bentuk keterampilan teknis pelaku dakwah dalam menguasai teknologi digital sehingga mampu memanfaatkannya sebagai platform media dakwah.

Kedua, pada aspek *content*. Tantangan dakwah berkaitan dengan pola pengemasan pesan dakwah yang mampu menarik perhatian audiens. Pelaku dakwah dihadapkan dengan pertarungan ideologi yang terbuka dan beragam. Tantangan dakwah dalam aspek ini berkaitan dengan upaya pelaku dakwah dalam menghadirkan semangat Islam yang *rahmatan lil alamin*, sehingga mampu membangun kontra narasi terhadap konten-konten media yang menyudutkan Islam seperti isu islamophobia dan terorisme. Tantangan dakwah dalam hal ini berkaitan dengan keterampilan konseptual (*concept*) para pelaku dakwah dalam mendesain dan mendiseminasikan pesan dakwah.

Ketiga, pada aspek *context*. Tantangan dakwah ini berkaitan dengan kreativitas dan inovasi pelaku dakwah dalam menghadirkan nilai dan semangat Islam di ruang virtual. Para pelaku dakwah dituntut untuk mampu mendesain dan mengelola pesan dakwah yang menyentuh dimensi rasionalitas dan emosionalitas audiens, sehingga audiens tergerak untuk bertindak berdasarkan kontekstualisasi pesan yang disampaikan. Selain itu, pelaku dakwah harus mampu membangun kesadaran dan tanggung jawab audiens sebagai bagian inheren dari aktivitas dakwah yang dilakukan. Pelaku dakwah harus menciptakan atmosfer dakwah Islam yang bersifat *connective action*, di mana objek dakwah terpenggil dan merasa menjadi bagian dari aktivitas dakwah yang dilakukan secara partisipatif dan emansipatif.

Keempat, pada aspek *contact*. Tantangan ini berkaitan dengan aspek *attitude*, *emphaty*, dan kesadaran moralitas pelaku dakwah dalam memberikan keteladanan kepada audiens. Pelaku dakwah harus mampu menampilkan sikap

bersahaja dan menjadi panutan bagi objek dakwah. Salah satunya berkaitan dengan kepribadian, karakter, dan pengendalian diri dalam membangun interaksi dengan objek dakwah. Saat itu, tidak sedikit pelaku dakwah yang menampilkan sikap yang paradoksal saat tampil di ruang virtual dengan di dunia nyata. Hal ini mengakibatkan pesan dakwah yang disampaikan sebatas penyampaian pesan secara kognitif dan tidak mampu menyentuh perasaan dan kesadaran objek dakwah secara afektif.

Keempat tantangan dakwah digital di atas harus disikapi secara bijak dalam bentuk menyiapkan sumber daya dakwah yang memiliki kualifikasi keilmuan yang mumpuni, khazanah pengetahuan yang luas dan berwawasan, serta keterampilan teknologis yang memadai, sehingga mampu menopang dan menampilkan wajah Islam yang rahmatan lil alamin di ruang virtual. Sebab pada dasarnya aktivitas dakwah digital dilakukan sebagai sebuah upaya membangun narasi ajaran agama yang komprehensif dan merumuskan kontra narasi pesan dakwah yang menyudukan Islam dan umat Islam.

Salah satu strategi implementasi dakwah digital dilakukan oleh organisasi Duta Damai Dunia Maya (D3M) BNPT RI Regional Jawa Barat. Organisasi ini merupakan organisasi kerelawanan yang bergerak dalam mendiseminasikan pesan-pesan perdamaian di internet. Penyebaran konten-konten positif yang diproduksi untuk melakukan kontra narasi terhadap berbagai ancaman teknologi digital dalam ruang lingkup interaksional manusia. Produksi ini dilakukan melalui pengemasan pesan-pesan yang bertujuan untuk menarasikan nilai-nilai perdamaian sekaligus sebagai promotor di dunia maya. Para relawan melakukan produksi konten dalam bentuk tulisan (blog), desain grafis, meme, dan konten kreatif lainnya. Berdasarkan amatan penulis, Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat secara konsisten melaksanakan aktivitas positif di dunia maya dengan membangun kontra narasi konten hoaks, hatespeech, radikalisme, dan terorisme digital⁸.

⁸ Rustandi, R., & Muchtar, K.. Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme dan Radikalisme di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun @dutadamaijabar), *Jurnal Komunikatif*, 9 (2), 2020, hlm.134-153.

Secara praktis, Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat melaksanakan dua bentuk aktivitas kontra naratif, yakni secara *offline* dan *online*. Secara *offline*, dilakukan dalam bentuk memberikan pelatihan jurnalistik dalam program Jurnalis Damai Sekolah (JDS) dengan sasaran pelajar di SMP dan SMA yang merupakan pengguna aktif internet dan media sosial terbanyak. Melaksanakan Dialog Perdamaian dengan berbagai komunitas lainnya dalam program *PeaceTalk*. Melaksanakan FGD bersama pemimpin muda kreatif dan inovatif dalam bentuk Leadership Millennial Forum (LMF). Temu Kebangsaan dalam bentuk Millennial Camp yang melibatkan pengurus OSIS dan ROHIS dari SMA/SMK/MA/SLB se-Jawa Barat. Serta memberikan pelatihan konten kreatif bagi pemuda desa dalam bentuk program Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai.

Secara *online*, kegiatan Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dilakukan dalam bentuk produksi konten kreatif yang mengkampanyekan pentingnya persatuan, kesatuan, toleransi, keharmonisan, kerukunan, dan perdamaian. Konten dibuat dalam beberapa bentuk baik secara tulisan (*blog*), dan desain grafis seperti meme, quotes, infografis, videografis, dan lain sebagainya. Produk-produk konten kreatif tersebut didiseminasikan baik melalui website resmi Duta Damai Jawa Barat, www.dutadamaijwabara.id maupun dalam berbagai kanal media sosial (*facebook*, *instagram*, *twitter*, *tiktok*, dan *youtube*). Bahkan, dalam beberapa kesempatan relawan Duta Damai Jawa Barat melakukan format diskusi, pelatihan, seminar, dan *talkshow* secara virtual baik melalui *live streaming* di media sosial, maupun melalui *live conference* menggunakan *Googlemeet* atau *Zoom Meeting*.

Salah satu kegiatan Duta Damai yang menarik untuk dikaji adalah Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai. Kegiatan ini diinisiasi untuk meningkatkan literasi digital pengguna internet di daerah pedesaan. Berdasarkan pemaparan salah seorang relawan, disampaikan bahwa Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai sebagai upaya membangun ekosistem perdamaian Indonesia dari desa. Hal ini didasarkan fakta bahwa pengguna internet di Indonesia tidak hanya di daerah perkotaan, tetapi juga penetrasinya sudah sampai ke daerah pedesaan secara signifikan. Tingkat penetrasi penggunaan internet di kawasan *urban* mencapai 74,1 persen, dan di

kawasan *rural* mencapai 61,6 persen⁹. Pelatihan Desa Damai ini juga bertujuan untuk menguatkan kewaspadaan dan kesadaran para pengguna internet di kawasan *rural* berkaitan dengan potensi ancaman dan bahaya konten-konten internet yang bersifat negatif.

Berdasarkan amatan, Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai dilaksanakan di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. Kegiatan ini dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang dan jumlah instruktur sebanyak 10 orang. Kegiatan ini dilaksanakan secara berkala sejak Maret sampai Agustus 2021 dengan durasi waktu selama 3 jam atau 180 menit/pertemuan dan dilaksanakan setiap dua pekan sekali. Kegiatan Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai diformat sebagai salah satu upaya menanamkan nilai-nilai perdamaian untuk mewujudkan pribadi dan lingkungan sosial yang toleran, harmonis, dan damai. Dengan kata lain, kegiatan yang dikemas dalam bentuk pelatihan ini bertujuan untuk menguatkan nilai-nilai toleransi dan persatuan di tengah kemajemukan masyarakat Indonesia. Dalam perspektif dakwah, kegiatan yang digagas oleh Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dapat dikategorikan sebagai salah satu strategi dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan (*amar maruf nahi munkar*) dengan orientasi mewujudkan kebaikan secara universal (*al-khoir*).

Penelitian mengenai dakwah digital sudah banyak dilakukan, namun yang menganalisis proses implementasi dakwah digital dalam bentuk pelatihan dan literasi digital di pedesaan belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokus penelitian di salah satu desa di Kabupaten Bandung Propinsi Jawa Barat. Penelitian dilakukan dengan menganalisis proses implementasi dakwah digital yang dilakukan oleh organisasi Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dalam bentuk pelatihan konten kreatif di Desa Margamukti. Dalam hal ini, implementasi dakwah digital dilakukan dengan meningkatkan pemahaman literasi digital bagi masyarakat pedesaan. Hal ini

⁹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2018. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 19 Oktober 2021.

didasarkan fakta dan data bahwa tingkat penetrasi penggunaan internet di pedesaan terus meningkat dan berpengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Duta Damai Dunia Maya (D3M) Regional Jawa Barat dalam menanamkan semangat universalitas Islam (dakwah). Secara spesifik, penelitian diarahkan untuk memetakan aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai. Aspek lainnya, penelitian mengamati adanya upaya penguatan *digital competence* dari peserta pelatihan dalam mengoperasikan perangkat teknologi bahkan menjadi produsen pesan-pesan kreatif yang positif, bijak, dan berorientasi dalam mewujudkan harmonisasi sosial.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek penelitian yang diteliti¹⁰. Pendekatan ini mengemukakan pemahaman (*understanding*) yang memandang realitas sebagai hasil komunikasi dan interaksi¹¹. Pendekatan ini digunakan dengan mengamati berbagai peristiwa yang terjadi selama pelatihan dilakukan. Lokasi penelitian berada di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. Penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan proses pelatihan konten kreatif yang dilakukan sejak Maret sampai dengan Desember 2021.

Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pelatihan yang menggambarkan interaksi di antara instruktur dan peserta pelatihan. Wawancara dilakukan dengan informan kunci adalah instruktur yang berjumlah 10 orang dan peserta pelatihan sebanyak 20 orang. Wawancara dilakukan untuk mengkonfirmasi proses implementasi dakwah digital yang dilakukan dalam bentuk pelatihan konten

¹⁰ Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010), hlm. 71

¹¹ Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta, 2007), hlm. 50.

kreatif desa damai. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data pelatihan baik dalam bentuk arsip, foto, maupun gambaran lainnya yang menampilkan proses pelatihan sebagai upaya implementasi dakwah digital. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan sumber lainnya dari artikel, jurnal, dan hasil penelitian lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian.

Analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yakni reduksi data dengan menyeleksi data penelitian yang dikumpulkan melalui berbagai teknik pengumpulan. Penyajian data sebagai hasil reduksi data yang bersinggungan langsung dengan tujuan penelitian. Serta penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menganalisis data penelitian yang berkaitan dengan kegiatan pelatihan konten kreatif desa damai sebagai proses implementasi dakwah digital.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Urgensi Literasi Digital bagi Pengguna Internet di Desa

Berdasarkan hasil wawancara disampaikan bahwa tujuan pelaksanaan kegiatan pelatihan konten kreatif desa damai adalah untuk meningkatkan kesadaran pengguna internet di desa dalam memahami potensi dan ancaman digital. Teknologi digital menjadi ruang interaksional yang memungkinkan setiap pengguna internet melakukan apapun, mengakses apapun, mendesain apapun, dan membagikan apapun. Karenanya, pelatihan konten kreatif tidak hanya terfokus pada peningkatan keterampilan operasional dalam memproduksi konten internet, tetapi juga mengembangkan keterampilan konseptual dalam memanfaatkan teknologi internet.

Hal ini didasarkan pada tantangan digitalisasi kebudayaan sebagai dampak berkembangpesatnya teknologi internet yang memengaruhi pengguna baik pada tingkatan personal, antarpersonal, komunal, dan sosial. Sebagaimana disampaikan informan IM selaku *Head Project* Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai yang menyatakan bahwa:

“Hari ini kita hidup ditengah berkembang teknologi digital yang masif. Didalamnya ibarat hutan rimba yang serba ada dan serba mungkin untuk siapapun. Internet berkembang tidak hanya di kota, tetapi juga di desa, sementara kami menilai ada ketimpangan dari sisi pemahaman dalam

menggunakan internet secara bijak dan kritis. Karenanya, ini dilakukan sebagai upaya untuk menguatkan pemahaman masyarakat desa dalam berinteraksi dan beraktivitas di dunia virtual”

Informan menyatakan bahwa pelaksanaan pelatihan konten kreatif desa damai diformat dengan memperhatikan potensi dan ancaman penggunaan internet di desa baik pada aspek *connect, content, context*, dan *contact*. Di mana keempat aspek ini memengaruhi secara signifikan *mindset, mentality, skillset* dan *social skill* para pengguna dalam mengakses, mendesain, menyeleksi, dan membagikan informasi di ruang virtual.

Wawancara yang dilakukan terhadap 20 peserta pelatihan mengenai pemahaman dan kesadaran tentang konten-konten negatif di ruang virtual, menunjukkan adanya ketimpangan dari sisi konsep dan operasional. Sebagian peserta menunjukkan keterampilan operasional dalam mengakses dan menggunakan perangkat digital, tetapi sebagian besar masih sulit memilih, memilah, dan menyeleksi mana pesan yang bernada negatif. misalnya, ketika di tanya tentang konten yang bersifat hoaks dan *hatespeech*, sebagian besar informan menyatakan seringkali menerima pesan seperti itu namun sulit memverifikasi kebenaran pesannya. Sehingga, terkadang para peserta bukan sebatas menjadi korban, tetapi juga tanpa sengaja menjadi menyebarkan pesan tersebut kepada orang lain. Tabel 1. di bawah ini mendeskripsikan kondisi objektif peserta pelatihan konten kreatif desa damai dalam memahami potensi dan ancaman digital.

Tabel 1.
Kondisi Objektif Pemahaman tentang Literasi Digital Peserta Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai

No	Inisial Informan	Gender	Kompetensi Digital				Aspek Tantangan Digital
			DS	DC	DE	DS	
1	SR	P	P	P	P	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
2	SRA	P	P	KP	P	KP	Menggunakan internet 3-4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
3	MAA	L	P	P	P	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima dan menyebarkan pesan negatif
4	RN	L	P	P	P	P	Menggunakan internet 5 jam sehari dan pernah menerima dan menyebarkan pesan negatif

5	TN	L	KP	KP	P	KP	Menggunakan internet 2 jam sehari dan pernah menjadi korban pesan negatif di internet
6	IK	P	KP	KP	KP	KP	Menggunakan internet 3 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
7	RM	P	KP	KP	KP	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
8	OK	L	KP	KP	KP	KP	Menggunakan internet 3 jam sehari dan pernah menjadi korban dan pelaku penyebaran pesan negatif
9	AK	P	KP	KP	KP	KP	Menggunakan internet 2 jam sehari dan pernah menjadi korban pesan negatif di internet
10	DM	L	P	P	P	KP	Menggunakan internet 3 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
11	HH	P	P	P	P	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
12	DKN	P	P	P	P	KP	Menggunakan internet 3 jam sehari dan pernah menjadi korban dan pelaku penyebaran pesan negatif
13	NP	P	P	P	P	P	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
14	RF	P	P	KP	TP	TP	Menggunakan internet 3 jam sehari dan pernah menjadi korban dan pelaku penyebaran pesan negatif
15	AN	L	P	P	P	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
16	RA	L	P	KP	P	KP	Menggunakan internet 3-4 jam sehari dan pernah menerima pesan negatif
17	ZM	L	P	P	P	P	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima dan menyebarkan pesan negatif
18	AD	P	P	KP	TP	TP	Menggunakan internet 5 jam sehari dan pernah menerima dan menyebarkan pesan negatif
19	FA	P	P	KP	TP	TP	Menggunakan internet 2 jam sehari dan pernah menjadi korban pesan negatif di internet
20	IN	P	KP	KP	P	KP	Menggunakan internet 4 jam sehari dan pernah menerima dan menyebarkan pesan negatif

Sumber: Observasi Penulis, 2021

Keterangan:

Kompetensi Digital:	Aspek Tantangan Digital	Jawaban
DS: Digital Skill	C1: Connect	P: Paham dan Terampil
DC: Digital Culture	C2: Content	TP: Tidak Paham dan Tidak Terampil
DE: Digital Ethics	C3: Context	KP: Kurang Paham dan Terampil
DS: Digital Safety	C4: Contact	TT: Tidak Paham dan Tidak Terampil

Tabel 1 menunjukkan kondisi objektif pemahaman peserta pelatihan konten kreatif desa damai dalam aspek literasi digital dan tantangannya. Berdasarkan tabel 1 tersebut disimpulkan bahwa sebagian besar peserta pelatihan memiliki pemahaman dan keterampilan operasional cukup tinggi dalam mengoperasikan perangkat digital. Namun, pada aspek pemahaman budaya, etika, dan kewaspadaan terhadap keamanan perangkat digital masih dipandang sedang dan bahkan cukup rendah. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan peserta yang menyampaikan masih kebingungan dalam memilih dan memilah konten-konten negatif di ruang virtual. Bahkan sebagian besar peserta menyatakan masih tidak sadar telah menjadi pelaku penyebaran konten negatif di internet, terutama konten yang berkaitan dengan pesan hoaks dan *hatespeech*.

Dari sisi aktivitas dan interaksi penggunaan internet, rata-rata menggunakan internet dengan berbagai fitur, aplikasi dan kepentingannya antara 2 sampai 5 jam dalam satu hari. Baik untuk kebutuhan pekerjaan, informasi, edukasi, dan rekreasi. Penggunaan internet ini dilakukan baik dalam bentuk mengakses, mendesain, memproduksi, dan membagikan informasi atau yang lainnya.

Apa yang disajikan pada tabel 1 di atas menunjukkan adanya tantangan yang harus diperhatikan oleh setiap pengguna internet dalam beraktivitas dan berinteraksi di ruang virtual. Hal ini sebagai upaya untuk menguatkan imunitas pengguna dalam memproteksi terhadap berbagai ancaman digitalisasi kebudayaan. karenanya, peningkatan literasi digital menjadi penting dalam membangun

kesadaran pengguna internet untuk memanfaatkan teknologi digital secara kritis dan bijak.

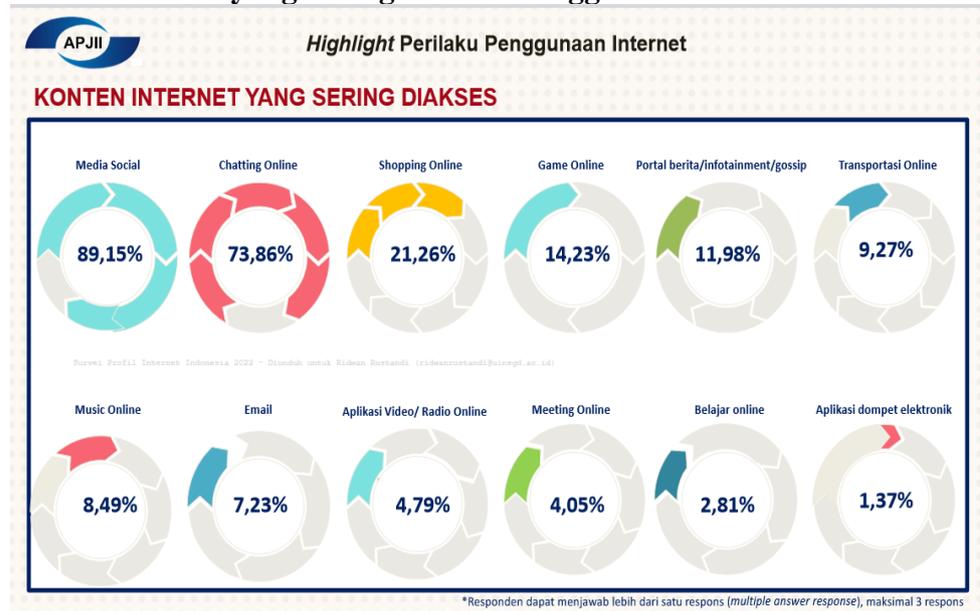
Berdasarkan data We Are Social (2022)¹², tercatat bahwa penetrasi pengguna internet di dunia sampai bulan Februari mencapai 4,95 miliar jiwa dari total populasi sebanyak 7,91 miliar jiwa. Penetrasi pengguna internet aktif di dunia ini naik empat persen dari tahun 2021. Sementara itu, di Indonesia total pengguna internet aktif mencapai 204,7 juta jiwa dari total populasi penduduk sebanyak 277,7 juta jiwa. Dari total pengguna internet aktif di Indonesia, sebanyak 191,4 juta jiwa menjadi pengguna aktif media sosial. Dari segi waktu, selama 8 jam 36 menit digunakan untuk mengakses internet dan 3 jam 17 menit dihabiskan untuk mengakses media sosial.

Akses konten yang paling banyak dikunjungi secara berurutan adalah konten media sosial (89,15%), *chatting online* (73,86%), *shopping online* (21,26%), *game online* (14,23%), dan *infotainment/gosip* (11,98%). Sementara konten yang paling jarang diakses adalah aplikasi *meeting online*, *belajar online*, dan dompet elektronik¹³. Gambar 1. menunjukkan konten yang sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia:

¹² We Are Social, 2022. Digital 2022, Global Overview Report. <https://wearesocial.com> diakses pada Oktober 2022.

¹³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2020. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2020. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 19 Oktober 2021.

Gambar 1.
Konten Internet yang Sering Diakses Pengguna Internet Indonesia



Sumber: APJII, 2022

Dari gambar 1 di atas tampak bahwa konten-konten yang sering diakses oleh pengguna internet di Indonesia masih didominasi oleh konten-konten yang bersifat rekreatif. Sementara konten yang informatif cenderung masih jarang diakses. Misalnya, konten atau aplikasi belajar online, tercatat hanya 2,81 persen pengguna internet di Indonesia yang mengunjungi dan mengakses konten-konten pendidikan. Sebanyak 69,72 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan tidak pernah mengakses atau tidak tahu tentang konten pendidikan di internet. Adapun konten pendidikan yang pernah dikunjungi antara lain website sekolah (19,70%), blog pendidikan (15,05%), aplikasi pendidikan online seperti ruang guru (9,94%), website bimbel (5,65%), perpustakaan digital (5,59%), dan lainnya (0,08%)¹⁴.

Media sosial berpotensi menjadi platform yang paling banyak digunakan untuk mendiseminasikan berita bohong atau konten negatif lainnya. Hampir 60 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan pernah menerima berita bohong dan pernah menyebarkannya. Rata-rata mereka menerima konten negatif pada

¹⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2021-2022. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal Oktober 2022

platform media sosial. Bahkan, media sosial dipandang menjadi platform yang paling banyak digunakan untuk mengejek (*bullying*), melakukan pelecehan seksual, penipuan online, konten pornografi, dan lain sebagainya.

Berbagai potensi penyalahgunaan penggunaan internet dan media sosial menunjukkan adanya tantangan digital yang dihadapi oleh pengguna di Indonesia. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2020 menyatakan bahwa indeks literasi digital nasional berada pada kisaran 3,47 yang berarti berada pada kisaran sedang. Indeks ini diukur dari empat pilar utama antara lain informasi dan literasi data, komunikasi dan kolaborasi, keamanan, dan kemampuan berteknologi.

Tantangan literasi digital di Indonesia meliputi tiga aspek utama yang harus diperhatikan, antara lain: Pertama, *Connection*, aspek ini berkaitan dengan keterhubungan (koneksi) pengguna internet dalam mengakses konten. Aspek koneksi berkaitan dengan kesadaran pengguna dalam menyikapi tingkat keamanan berteknologi internet baik dalam aspek keamanan perangkat maupun keamanan berinteraksi.

Kedua, *Content*, aspek ini berkaitan dengan kesadaran kritis pengguna dalam mengakses konten internet. Sejauh mana pengguna memiliki kesadaran kritis dalam memilih, memilah, menyeleksi, menganalisis, memproduksi, dan menyebarkan konten-konten di internet. Ketiga, *Contact*, aspek ini berkaitan dengan penguatan karakter pengguna pada saat berkomunikasi dan berinteraksi melalui internet. Aspek ini juga berkaitan dengan sikap bijak pengguna dalam menyikapi proses komunikasi dan interaksi melalui internet.

Penguatan *Digital Competence* sebagai Keterampilan Mengemas Dakwah

Pelaksanaan dakwah melalui internet berorientasi pada produksi dan distribusi pesan secara populer, mudah dicerna, *diframing* secara menarik, menggunakan pendekatan multidisiplin, integrasi sains dan teknologi, rasional dan saintifik, bersumber pada otoritas normatif agama (al-Qur'an dan hadis) yang diinterpretasikan sesuai dengan aktualitas peristiwa atau gejala yang terjadi di

masyarakat¹⁵. Dalam hal ini, dakwah melalui internet dikonstruksi bahasa agama yang didesain melalui pertautan antara teks-narasi, image-grafis, dan visual-videografi. Dakwah di internet dilakukan melalui rekayasa dalam proses imagologi agama¹⁶. Di mana bahasa agama di medium digital diproduksi secara subjektif¹⁷.

Tipologi dalam aktivitas dakwah digital dapat dibedakan menjadi enam kategori utama, yakni: (a) tipologi dakwah berbasis *website*, situs dan jejaring media sosial; (b) tipologi dakwah berbasis *mailing list*; (c) tipologi dakwah berbasis *Youtube* secara audio-visual; (d) tipologi dakwah berbasis *chatting*; (e) tipologi dakwah berbasis gambar, grafis dan animasi; dan (f) tipologi dakwah *e-book* (Muhaemin, 2018). Keenam tipologi dakwah tersebut dilakukan dalam ruang digital baik pada level individual, antar-individual maupun pada level komunitas.

Pada praktiknya, tipologi aktivitas dakwah di atas dilakukan melalui serangkaian produksi konten keagamaan yang mempertautkan antara teks, metafora, image, dan simbol. Aktivitas dakwah di media internet berorientasi pada adanya popularisasi pesan agama dengan harapan sampainya pesan tersebut melalui daya jangkau yang luas dan relatif singkat. Dalam hal ini, pelaksanaan dakwah Islam dilakukan bertujuan untuk membangun citra Islam yang diidentifikasi sebagai agama kekerasan, anti perdamaian, intoleran, dan mengajarkan terorisme. Karenanya, signifikansi dakwah Islam di ruang virtual dilakukan sebagai salah satu alternatif dalam melakukan kontra narasi sekaligus ruang melakukan perang wacana untuk membangun wajah Islam yang universal, rahmatan lil alamin.

Tren penggunaan internet sebagai media dakwah Islam dapat dilihat dari total pengguna internet yang semakin meningkat secara signifikan. Dalam ukuran kuantitas, hal ini dapat dijadikan sebagai acuan yang menampilkan besarnya potensi audiens (objek dakwah) yang terkoneksi melalui internet. Selain itu, adanya variasi media yang diciptakan melalui berbagai fitur dan aplikasi, memberi kemudahan dalam proses produksi dan distribusi pesan keislaman. Efisiensi waktu, biaya, dan

¹⁵ Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro., *Ibid*.

¹⁶ Nasrullah, R., & Rustandi, D., *ibid*.

¹⁷ Hudjolly. *Imagologi: Strategi Rekayasa Teks*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2011), hlm.

daya jangkau penyebaran adalah kemudahan lainnya yang didapat pada saat melaksanakan dakwah secara digital.

Digitalisasi dakwah dapat dikatakan sebagai tren aktivitas dakwah di masa depan. Oleh karenanya, penyiapan sumber daya dakwah yang memiliki keterampilan teknologis baik secara teknis maupun konsepsi harus dilakukan sebagai upaya menyambut tren dakwah digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Tentunya, penyiapan ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan optimalisasi aset dakwah yang berorientasi pada penguatan *mindset*, *mentality*, *skillset*, dan *society* seiring dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Berdasarkan observasi, pelatihan konten kreatif desa damai yang digagas oleh Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dilakukan dengan menanamkan kesadaran penggunaan internet yang positif dan bijak. Hal ini berkaitan dengan keterampilan digital yang literat. Pelatihan konten kreatif bukan sebatas pelatihan *softskill* dalam mendesain konten digital. Tetapi juga ditanamkan terlebih dahulu *knowledge* dan *attitude* sebagai pengguna internet yang cerdas, positif, dan bijak. Hal ini dapat dilihat dari struktur materi pelatihan yang tidak hanya terfokus pada materi-materi teknis desain grafis dan *blogging*, tetapi juga materi materi yang bertujuan untuk meningkatkan *digital competence* sebagai bentuk peningkatan literasi digital.

Secara praktis, pelatihan dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan. Di tahap awal, instruktur menetapkan kriteria peserta dengan dasar keterampilan dan komitmen mengikuti pelatihan secara tuntas. Pelatihan dilakukan selama 6 bulan dengan format pelaksanaan setiap dua pekan sekali dalam setiap bulannya. Dengan begitu, pelatihan dilakukan selama 12 kali pertemuan. Materi pelatihan disajikan berkaitan dengan *knowledge*, *ability*, dan *attitude*. Pada bagian *knowledge* berkaitan dengan penguatan pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan tentang literasi digital, tantangan dan ancaman teknologi digital, problematika digitalisasi kebudayaan, dan hal-hal praktis berkaitan dengan realitas permasalahan yang ditimbulkan karena penggunaan teknologi digital. Pada bagian *ability* berkaitan dengan peningkatan keterampilan operasional peserta pelatihan

dalam mengakses, mendesain, menyeleksi, dan membagikan konten kreatif di internet. Dan pada bagian *attitude* berkaitan dengan kesadaran dan kewaspadaan peserta dalam memahami budaya dan etika pada saat menggunakan internet. Tabel 2. di bawah ini merupakan struktur materi pelatihan konten kreatif desa damai yang dikemas oleh Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dalam meningkatkan *digital competence* sebagai bentuk implementasi dakwah digital.

Tabel 2.
Struktur Materi Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai

No	Orientasi	Kompetensi Digital	Sub Materi	Pelaksanaan	Jumlah Instruktur
1	<i>Knowledge</i>	Literasi Digital	Tren Penggunaan Internet	Pertemuan ke-1	1 orang
			Potensi dan Ancaman Teknologi Digital	Pertemuan ke-2	1 orang
			Cerdas Berinternet dan Bermedia Sosial	Pertemuan ke-3	1 orang
2	<i>Ability</i>	Digital Skill	Mengenal Aplikasi Desain Grafis (Simulasi dan Praktek)	Pertemuan ke-4, ke-5, dan ke-6	2 orang
			Mengenal Aplikasi Video Editing (Simulasi dan Praktek)	Pertemuan ke-7, ke-8, dan ke-9	2 orang
3	<i>Attitude</i>	Digital Culture	Produksi konten desain grafis dan video bersumberkan kearifan lokal	Pertemuan ke-11	1 orang
		Digital Ethics	Produksi konten desain grafis dan video bersumberkan nilai-nilai	Pertemuan ke-12	1 orang

			moderasi beragama dan harmonisasi sosial		
		Digital Safety	Produksi konten desain grafis dan video mengenai nilai-nilai toleransi dan perdamaian	Pertemuan ke-10	1 orang

Sumber: Arsip Duta Damai Jawa Barat, 2021

Tabel 2. di atas merupakan struktur materi pelatihan konten kreatif desa damai. Pelatihan dilakukan dengan tujuan meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan kesadaran peserta pelatihan baik pada aspek *knowledge*, *ability*, dan *attitude* dalam aspek keterampilan operasional dan konseptual. Secara konseptual, pelatihan bertujuan meningkatkan kompetensi digital peserta dalam memanfaatkan teknologi internet secara cerdas, bijak, dan positif. Sehingga, peserta memahami proses interaksi dan aktivitas seperti apa yang harus dilakukan dan diperhatikan di ruang virtual. Dalam hal ini, komposisi struktur materi pelatihan dilakukan sebanyak 50 persen yang berorientasi pada penguatan *knowledge* dan *attitude* peserta pelatihan dalam mengakses, mendesain, dan membagikan konten internet.

Secara operasional, pelatihan dilakukan untuk meningkatkan keterampilan digital peserta dalam memproduksi konten-konten kreatif yang mengandung nilai-nilai kebaikan. Dalam hal ini, peserta pelatihan dibekali dengan keterampilan teknis berkaitan dengan cara mendesain konten grafis seperti meme, *quotes*, infografis dan videografis. Peserta diberikan keterampilan teknis dalam menggunakan aplikasi seperti *photoshop*, *coreldraw*, *filmora*, dan lain sebagainya.

Secara konseptual, peserta pelatihan tidak hanya diberikan pemahaman mengenai literasi digital yang berkaitan dengan kepentingan dirinya pada level personal. Tetapi juga ditanamkan pemahaman konseptua dalam mendesain, mengemas, dan membagikan informasi atau konten internet yang berkaitan dengan kepentingan pada level antarpersonal. Praktek pelatihan dalam memproduksi

konten kreatif baik desain grafis maupun video diarahkan dengan mengambil nilai-nilai perdamaian dan kebaikan yang bersumberkan pada ajaran agama, kearifan lokal atau budaya, dan harmonisasi sosial. Hal ini sebagai bentuk implementasi dakwah digital yang dilakukan dengan memberikan pelatihan yang bermuara pada kesadaran sebagai promotor (da'i) digital yang mengkampanyekan nilai-nilai perdamaian (*as-salam*) dan kebaikan (*al-khoir*) secara universal. Gambar 1. di bawah ini merupakan produk konten kreatif hasil pelatihan desa damai yang menarasikan pesan-pesan perdamaian, kerukunan, kearifan lokal, dan kebaikan.

Gambar 1.
Produk Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai



Sumber: Akun Instagram Duta Damai Jawa Barat, 2021

Gambar 1 di atas merupakan beberapa contoh produk konten kreatif yang dihasilkan melalui pelatihan konten kreatif desa damai. Keempat gambar di atas menunjukkan isu atau muatan konten yang mengandung nilai-nilai perdamaian dan kebaikan baik berkaitan dengan isu kearifan lokal, ajaran agama, maupun harmonisasi sosial di tengah kemajemukan. Produk kreatif dihasilkan dalam dua bentuk, yakni desain grafis seperti meme, infografis, *quotes*, dan lain sebagainya, serta dalam bentuk videografis yang berisi ajakan untuk menjaga persatuan dan kesatuan, kerukunan dan perdamaian, serta guyub dan harmonis dalam menjalani kehidupan sosial kemasyarakatan.

Produk atau konten kreatif yang dihasilkan melalui pelatihan desa damai ini didiseminasikan melalui berbagai platform digital baik dalam bentuk *website*,

postingan facebook dan instagram, maupun publikasi di kanal youtube duta damai Jawa Barat. Hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk implementasi dakwah digital Duta Damai Jawa Barat yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan melalui penguatan literasi digital dan penyebaran konten perdamaian di tengah masyarakat. sehingga, diharapkan melalui pelatihan ini akan terbentuk kesadaran dan komitmen setiap individu untuk menjadi promotor (da'i) perdamaian di ruang digital sekaligus pada gilirannya menjadi modal dalam membentuk ekosistem digital yang positif, harmonis, dan damai. *Knowledge, ability, dan attitude* ini tidak hanya berhenti pada level individual, melainkan mewujud pada level antarindividual dan sosial sebagai pengguna aktif internet yang kritis dan bijak. Sesuai dengan orientasi dakwah Islam yang menghendaki adanya kesadaran baik pada level personal, antarpersona, maupun sosial dalam memahami, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai kebaikan¹⁸.

Secara praktis, aktivitas dakwah digital dilakukan oleh umat Islam dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi ini dilakukan dalam berbagai bentuk aktivitas dakwah, antara lain kajian online, produksi narasi dan konten dakwah, video dan animasi dakwah, serta konten-konten dakwah lainnya. secara sederhana, istilah dakwah digital atau *cyberdakwah* dapat dimaknai sebagai segala aktivitas penyampaian pesan dakwah meliputi amar ma'ruf nahi munkar dengan memanfaatkan teknologi *cyber* (internet)¹⁹.

Internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu. Hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru. Pola komunikasi yang dilakukan dengan internet berlangsung secara two-way communication dan bersifat *computer mediated communication (CMC)*. Ruang virtual internet menjadi media komunikasi umat Islam yang berorientasi pada upaya mengubah wajah Islam di seluruh dunia²⁰.

¹⁸ Rustandi, R. The tabligh language of the millennial generation in social media: Analysis of popular Islamic account framing, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42 (1) 2022, 1-21.

¹⁹ Mazaya, Vyki., *ibid.*

²⁰ Rustandi, R., *ibid.*

Internet menjadi ruang mayantara (*cyberspace*) yang menampilkan cara-cara baru dalam pola persebaran dakwah Islam. Di dalamnya terdapat berbagai fitur atau aplikasi yang memberikan kemudahan dalam upaya diseminasi pesan Islam. Dakwah di ruang virtual mensyaratkan adanya interkoneksi dan interaktivitas. Koneksi dalam membangun jejaring (*network*) dilakukan melalui koneksi internet. Sementara itu, interaktivitas di ruang virtual di bangun melalui serangkaian tindakan dalam merumuskan gagasan, mengemas pesan, dan menyampaikan narasi sebagai upaya *amar maruf nahi munkar*.

D. PENUTUP

Tren penggunaan internet sebagai media dakwah Islam dapat dilihat dari total pengguna internet yang semakin meningkat secara signifikan. Dalam ukuran kuantitas, hal ini dapat dijadikan sebagai acuan yang menampilkan besarnya potensi audiens (objek dakwah) yang terkoneksi melalui internet. Selain itu, adanya variasi media yang diciptakan melalui berbagai fitur dan aplikasi, memberi kemudahan dalam proses produksi dan distribusi pesan keislaman. Efisiensi waktu, biaya, dan daya jangkau penyebaran adalah kemudahan lainnya yang didapat pada saat melaksanakan dakwah secara digital.

Digitalisasi dakwah dapat dikatakan sebagai tren aktivitas dakwah di masa depan. Oleh karenanya, penyiapan sumber daya dakwah yang memiliki keterampilan teknologis baik secara teknis maupun konseptual harus dilakukan sebagai upaya menyambut tren dakwah digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Tentunya, penyiapan ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan optimalisasi aset dakwah yang berorientasi pada penguatan *mindset*, *mentality*, *skillset*, dan *society* seiring dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Kegiatan Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai diformat sebagai salah satu upaya menanamkan nilai-nilai perdamaian untuk mewujudkan pribadi dan lingkungan sosial yang toleran, harmonis, dan damai. Dengan kata lain, kegiatan yang dikemas dalam bentuk pelatihan ini bertujuan untuk menguatkan nilai-nilai toleransi dan persatuan di tengah kemajemukan masyarakat Indonesia. Dalam

perspektif dakwah, kegiatan yang digagas oleh Duta Damai Dunia Maya Regional Jawa Barat dapat dikategorikan sebagai salah satu strategi dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan (*amar maruf nahi munkar*) dengan orientasi mewujudkan kebaikan secara universal (*al-khoir*).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifuddin. 2016. "Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic Preachers in Indonesia" dalam Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies, Vol. 3 No. 1 June 2016.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2018. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 19 Oktober 2021.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2020. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2020. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 19 Oktober 2021.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022. Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2021-2022. <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal Oktober 2022
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media.
- Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro. Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial @islampopuler, *Jurnal Bimas Islam*, 13(2) 2020.
- Faroqi, Adam., & Ismail, Nanang. "Portal MUI Online: Optimalisasi Dakwah Islam melalui Internet (Studi Kasus MUI Kecamatan Ujungberung)" dalam ISTEK, Vol. 7 No. 1 Juli 2013.
- Hudjolly, 2011. *Imagologi: Strategi Rekayasa Teks*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mazaya, Vyki. 2019. "Cyberdakwah sebagai Filter Penyebaran Hoax", *Islamic Communication Journal*, Vol. 4 No. 1 Januari-Juni 2019.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010
- Muhaemin, E. Dakwah Digital Akademisi Dakwah, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2) 2018.
- Mukarom, Z., Rosyidi, I., & Muzzammil, F. (2020). Mediatization Of Da'Wah In Disruption Era (Study of Islamic Da 'wah in Social Media). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(9), 190–202.
- Nasrullah, R., & Rustandi, D. Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10(1), 2016

Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta. 2007.

Rustandi, R. Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam, *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2) 2019.

Rustandi, R., & Muchtar, K. Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme dan Radikalisme di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun @dutadamajabar), *Jurnal Komunikatif*, 9 (2), 2020.

Rustandi, R. (2022). The tabligh language of the millennial generation in social media: Analysis of popular Islamic account framing, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42 (1), 2022.

We Are Social, 2022. Digital 2022, Global Overview Report. <https://wearesocial.com> diakses pada Oktober 2022.