

Komunikasi Dakwah Digital Komunitas Pemuda Hijrah The Shift di era Pandemi Covid-19

Liddy Ganda Asmara, S.I.Kom, M.I.Kom

liddygandaasmara@gmail.com

Maranata, S.Tr.Keb,M.K.M

imamaranata@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid-19 membawa dampak hampir pada semua sektor kehidupan masyarakat. Penyesuaian dan adaptasi di masa new normal ini sangat penting dilakukan, agar kebutuhan-kebutuhan primer maupun sekunder masyarakat tetap dapat terpenuhi. Dalam bidang dakwah, kebutuhan pemenuhan aspek rohani di masa-masa sulit covid-19 menjadi salah satu yang harus mengalami perubahan. Aspek rohani harus bertransformasi ke arah digital agar dapat menyampaikan tujuannya tanpa terhalang adanya pembatasan karena pandemic C0vid-19. Di masa pandemi saat ini peran para pendakwah dan komunitas keagamaan sangat penting untuk mengoptimalkan media digital agar dakwah tetap bisa berlangsung di tengah pandemi

Pemuda Hijrah adalah salah satu komunitas di kota Bandung yang menjadikan generasi muda sebagai sasaran dakwahnya. Pemuda Hijrah – The Shift telah mendirikan komunitasnya sejak awal tahun 2015. Pemuda Hijrah dilambangkan dengan “Shift”, yang merupakan kata lain dari hijrah yang sebenarnya, yakni perubahan, perpindahan, dan sejenisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi dakwah yang digunakan oleh komunitas Pemuda Hijrah The Shift di masa pandemic Covid-19.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan studi kasus. Teknik yang digunakan pun memakai teknik wawancara mendalam dan observasi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah gaya komunikasi yang mendominasi para pendakwah dalam komunitas The Shift adalah gaya komunikasi *The equalitarian style of communication*. Program dakwah dan karakteristik komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Pemuda Hijrah – The Shift fokus pada metode dakwah yang kreatif, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi lewat media sosialnya sehingga berhasil menciptakan inovasi dakwah yang kreatif, unik, namun tetap penuh pesan dakwah melalui strategi dakwahnya dan berhasil memanfaatkan new media semaksimal mungkin, guna menyebarkan konten dakwah melalui media sosial di era pandemic covid-19.

(Komunikasi, Dakwah, New Era, Komunikasi Digital)

Abstract

The Covid-19 pandemic has an impact at almost of all sectors. Adjustments and adaptations in this new normal are very important, so that the primary and secondary needs of the community can still be fulfilled. In the field of da'wah, the need to fulfill the spiritual aspect in the difficult times of COVID-19 is one that must undergo change. The spiritual aspect must transform towards digital in order to be able to convey its goals without being hindered by restrictions due to the COVID-19 pandemic. In the current pandemic, the role of preachers and religious communities is very important to optimize digital media so that da'wah can continue in the midst of a pandemic

Pemuda Hijrah is one of the communities in the city of Bandung that makes the younger generation the target of its da'wah. Pemuda Hijrah – The Shift has established its community since early 2015. Pemuda Hijrah is symbolized by “Shift”, which is another word for the actual hijrah, namely change, displacement, and the like.

This study aims to find out how da'wah communication is used by the Pemuda Hijrah The Shift community during the Covid-19 pandemic.

The method used in this research is a qualitative research method with case studies. The technique used also uses in-depth interviews and observation techniques.

The result of this research is that the communication style that dominates the preachers in The Shift community is the communication style of The equalitarian style of communication. The da'wah program and the characteristics of da'wah communication carried out by Pemuda Hijrah – The Shift focus on creative da'wah methods, by utilizing technological advances through social media so that they succeed in creating da'wah innovations that are creative, unique, but still full of da'wah messages through their da'wah strategies and successfully utilize new media as much as possible, in order to spread da'wah content through social media in the era of the covid-19 pandemic.

(Communication, Da'wah, New Era, Digital Communication)

Latar Belakang :

Kasus pertama Covid-19 di Indonesia pertama kali di umumkan secara resmi pada bulan Maret 2020. Sebagai bentuk tindakan penanganan dan pencegahan semakin menyebarnya virus Covid-19 di Indonesia pemerintah mulai memberlakukan beberapa kebijakan baru di daerah-daerah di Indonesia pada umumnya, dan kota-kota besar pada khususnya. Kebijakan-kebijakan tersebut meliputi program-program Kesehatan seperti pemberlakuan menjaga jarak atau social distancing ditempat umum, menerapkan pemakaian

masker, pembatasan kegiatan tatap muka yang melibatkan cukup banyak orang, serta penundaan segala aktivitas yang berpotensi menimbulkan kerumunan. Kebijakan tersebut dikenal pula dengan sebutan *New Normal*. Era *New Normal* tentunya membawa perubahan dalam berbagai aspek kegiatan yang terjadi di kota-kota di Indonesia, era *new normal* membuat banyak kegiatan yang pada awalnya bersifat tatap muka, mengalami perubahan. Kegiatan bersekolah, seminar, rapat, dan juga kegiatan-kegiatan keagamaan yang awalnya melibatkan banyak orang secara langsung mulai dilakukan secara virtual. Salah satunya yang ikut mengalami perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai kegiatannya adalah kota Bandung. Berbagai kegiatan di Kota Bandung mulai dilakukan secara daring, salah satunya adalah berbagai kegiatan keagamaan yang awalnya cukup rutin dilakukan di Kota Bandung setiap minggunya mulai melakukan adaptasi dengan merubah *platform* menjadi *online*. Kota Bandung sendiri menurut hasil survey tingkat Indeks Kota Islami yang dilakukan oleh Maarif Institute pada bulan Mei 2016, berhasil mendapatkan predikat sebagai kota paling Islami di Indonesia bersama dengan Yogyakarta dan Denpasar. Maarif Institute mengadakan penelitian Indeks Kota Islami yang melibatkan 29 kota. Penelitian ini dilakukan mengacu pada data tahun 2014 dari Kemendagri. Hasil survey dengan berdasar pada nilai-nilai Islam yang diterapkan pada kota tersebut meliputi, nilai-nilai peradaban yang cukup tinggi di dalam kota tersebut yang dinilai dari pendidikan yang baik, kesehatan, kemudian kepemimpinan yang transparan. Maarif Institute sendiri memiliki nama lengkap MAARIF Institute for Culture and Humanity yang merupakan sebuah lembaga yang berdiri di Tahun 2002 dengan berdasarkan gerakan kebudayaan dalam konteks keislaman, kemanusiaan, dan keindonesiaan. Sebagai salah satu kota paling Islami di Indonesia, Bandung memang dikenal memiliki berbagai macam komunitas dakwah.

Salah satu komunitas dakwah di Bandung yang terbilang memiliki pola komunikasi yang menarik dan unik adalah komunitas The Shift- Pemuda Hijrah. The shift adalah sebuah komunitas atau organisasi yang di prakarsai oleh Ustadz Hanan Ataqi dibantu oleh Ustadz Rahmat Bahequni bersama para anak muda di Kota Bandung. The shift mulai meresmikan nama komunitasnya pada bulan Februari 2015. Sejak perintisannya The Shift berhasil memberikan predikat baru pada kegiatan keagamaan di kota Bandung menjadi kegiatan keagamaan yang identik dengan berbagai gerakan kreatif anak-anak mudanya dalam mempelajari dan memperdalam ilmu agama. Nama The Shift terinspirasi dari tombol Shift di papan ketik komputer yang bermakna pindah atau berubah. Metode dakwah yang digunakan oleh The Shift pun terbilang menarik dan unik, dakwah dengan ceramah dianggap sudah biasa apabila yang disasar adalah para pemuda yang baru mempelajari agama dan para pemuda lain yang punya prinsip idealisme sendiri. Maka dari itu the Shift memulai dakwahnya lewat kegiatan-kegiatan seperti berenang, bermain skate, dan kegiatan lainnya, sebagai awal mula kegiatan dakwah.

Pemuda Hijrah The Shift memulai kajiannya di Masjid Al Lathief Bandung. Pendiri The Shift adalah seorang Ustad yang juga masih berusia muda Bernama ustad Hanan Ataqi. Ustadz Hanan Attaki, adalah lulusan dari Universitas al-Azhar-Mesir. Di sana ia menekuni Fakultas Ushuluddin, Jurusan Tafsir al-Qur'an hingga memperoleh gelar Licence (Lc) pada tahun 2004. Pengalamannya mengenal al-Qur'an secara lebih dekat diawali pada usia kanak-kanak. Terakhir Ustadz Hanan Attaki berhasil menjadi qori terbaik versi Fajar TV, Kairo 2005, dan mengisi acara tilawah al-Qur'an "Min Ajmalis Soth" di dua Channel (Fajar Tv &

Iqro' Tv). Selama di Kairo, Ustadz Hanan Attaki pernah aktif sebagai pemimpin redaksi buletin "Salsabila" yang diterbitkan oleh kelompok studi al-Qur'an dan ilmu-ilmu Islam. Ustadz Hanan Attaki juga merupakan direktur Rumah Qur'an Salman-ITB, pengajar Jendela Hati (JH) dan STQ Habiburrahman.

Ustad Hanan Ataqi telah mengisi Ta'lim selama 6-7 tahun lamanya di Masjid-Masjid di Bandung, salah satu Masjid yang menjadi tempat dakwahnya adalah Masjid Al-Latief. Meskipun telah rutin mengisi kajian di Masjid Al-Latief namun, sebelum ada the shift kajian tersebut hanya berupa ceramah biasa yang setelah kajian berakhir para audiensnya pun meninggalkan kawasan kajian. Akhirnya beberapa pemuda yang rutin mendengarkan kajian dari Ustadz Hanan tergerak untuk membuat sebuah komunitas, agar silaturahmi yang terjalin tidak hanya sebatas mendengarkan kajian, namun berlanjut dengan kegiatan lainnya. Maka terbentuklah the shift yang beridentitas The Shift – Pemuda Hijrah. Setelah adanya the shift, Ustadz Hanan dan para pemuda yang sering ikut Ta'lim membuat pergerakan berupa program-program keagamaan yang berisi beragam kegiatan dengan diawali membuat poster serta mengajak anak-anak remaja.

Sasaran para anggotanya pun menarik, yang disasar bukan hanya para pemuda dan pemudi di kota Bandung yang memang memiliki pengetahuan agama yang cukup atau para santri dan anggota DKM. Namun, The Shift ikut serta mengajak para pemuda dengan background yang cukup berbeda sebagai anggota Masjid, diantaranya anggota geng motor, para anggota Band, hingga model majalah. Meski awalnya sempat mengalami penolakan, namun sejumlah pemuda yang dulunya pernah bermasalah dengan kenakalan akhirnya memutuskan hijrah. Setelah yakin dengan jalan yang ditempuhnya, mereka berusaha mengajak pemuda-pemuda lain agar ikut berubah.

Seiring dengan perkembangan covid -19 di Indonesia tentunya metode dakwah yang digunakan tidak bisa dengan cara biasa, tetapi harus disesuaikan dengan berbagai hal yang memungkinkan dilakukan saat ini, misalnya melalui laman media sosial. Komunitas The Shift telah berhasil membuat masyarakat khususnya para anak muda tertarik akan strategi dakwah yang dilakukan, sebelum era new normal, harus melakukan berbagai strategi agar komunikasi dakwah yang dilakukannya tetap menjadi daya tarik tersendiri.

Sejak maret 2020 Masjid Al-Latief yang merupakan Homebase dari The Shift ditutup sementara untuk umum hingga batas yang belum ditentukan. Sehingga membuat The Shift mulai melakukan strategi dakwah dengan semakin teliti sehingga cara yang digunakan memang tepat sasaran dan sesuai dengan keadaan saat ini. Selain menggunakan metode dakwah yang unik, komunitas The Shift mulai menyesuaikan kegiatan yang awal mulanya dilakukan secara Bersama-sama menjadi bersifat individu namun tetap menarik dan interaktif. Misalnya, kegiatan olahraga Bersama yang dahulu rutin dilaksanakan diganti menjadi kegiatan olahraga dengan hastag #sempatkanolahraga dirumahaja. Di era new normal The Shift sering memvisualkan kegiatan-kegiatan yang akan mereka lakukan ditengah pandemic melalui video-video dengan bentuk visualisasi yang menarik dan unik. Video tersebut kemudian akan di *share* di berbagai media social yang dimiliki oleh The Shift seperti *Instagram, dan Youtube*.

Banyaknya pengikut komunitas The Shift di masa sebelum Pandemi membuat komunitas ini mulai memikirkan bagaimana cara yang tepat untuk tetap dapat membagi materi ceramahnya dan berinteraksi dengan para jamaahnya namun tetap mengikuti aturan

dan program Kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah . Sehingga semenjak pandemic The Shift mulai memfokuskan materi yang akan disampaikannya secara virtual dalam kajian-kajian melalui laman youtube untuk menggantikan jadwal kajian yang sebelumnya rutin dilakukan sebelum pandemi.

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia mengharuskan berbagai kegiatan beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi informasi. Keterbatasan di era pandemi yang diiringi semakin kompleksnya kebutuhan hidup manusia menuntut sekaligus menggugah para juru dakwah untuk semakin pandai menggunakan metode dakwah yang sesuai dengan situasi serta kondisi keadaan sekarang. Pada dasarnya metode adalah suatu cara pelayanan, jalan ataupun alat untuk mencapai tujuan, maka pemahaman para juru dakwah terhadap realitas masyarakat yang dihadapi menjadi nilai terpenting dalam menentukan sebuah metode dakwah yang tepat. Selain itu, pada era new normal saat ini terjadi banyak perubahan yang signifikan dibandingkan dengan zaman sebelumnya. Pemberlakuan pembatasan social berskala besar membuat kajian interaktif yang bersifat langsung dan memicu kerumunan menjadi sulit untuk dilakukan maka pesatnya kemajuan teknologi menjadi jalan keluar agar dakwah tetap dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari para jamaahnya akan informasi-informasi keagamaan yang dibutuhkannya.

Laman youtube melalui fasilitas youtube live streaming dipilih the shift untuk tetap dapat mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu pionir komunitas dakwah di kota Bandung yang mengusung tema banyak main, banyak manfaat. Laman media youtube live streaming dirasa dapat menjadi sarana penyampaian informasi yang memiliki kedudukan yang sangat strategis sebagai untuk mendistribusikan nilai-nilai Islam kepada umat manusia di dalam konteks dakwah, bukan hanya di kota bandung, tapi di seluruh dunia tanpa terikat jarak dan waktu. Untuk menghadapi hal tersebut, maka perlu adanya rekonstruksi pola dan sistematika dakwah yang dilakukan oleh para dai dalam menyampaikan pesan-pesan Islam di era pandemi saat ini. Mengubah pola lama yang semula bersifat interaksi secara langsung menjadi berbasis digital dengan sistematika baru yang tampil tetap segar dan kreatif. Kreativitas yang bermakna suatu hal yang baru, berbeda, dan memiliki nilai tambah yang modern, sudah semestinya menjadi proses berpikir yang tidak luput dari para pendakwah yang akan menyampaikan konten-konten Islami berbasis digital. Berpikir bagaimana cara yang efektif agar materi Islam yang akan disampaikan bisa tersampaikan dengan hikmah dan mudah dipahami meskipun tanpa interaksi secara langsung.

Menurut penalaran peneliti, konsep-konsep menarik dan kreatif yang ditampilkan oleh komunitas dakwah The Shift tidaklah terlepas dari teori gaya-gaya komunikasi yang kreatif,unik, dan persuasif dimana komunitas Pemuda Hijrah The Shift berusaha merefleksikan perilaku komunitasnya sesuai tagline yang mereka usung yakni “Taat tapi Asix” guna tetap menarik sebanyak mungkin jumlah jamaah yang mengikuti kajian yang mereka lakukan meskipun melalui platform digital. Pembentukan kesan muda dan menyenangkan tidak hanya ditampilkan melalui pola komunikasi para pendakwahnya, juga melalui media-media yang mereka gunakan, dan pesan-pesan simbolis saat live streaming melalui media youtube berlangsung, contohnya pemilihan backround yang sesuai dengan trend design modern dan sesuai dengan tema podcast terkini, juga drescode para pemberi kajian yang menggunakan pemilihan kostum yang mengikuti perkembangan zaman saat ini. Pesan yang mereka sampaikan melalui berbagai media seperti Instagram, dan Youtube seolah

ingin memberikan kesan sebagai komunitas dakwah yang tetap bersemangat kreatif, menyenangkan serta mewakili trend anak muda saat ini meskipun ditengah situasi pandemi.

Pendekatan Penelitian :

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti berpendapat bahwa metode penelitian yang sesuai pada penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Dimana, metode penelitian studi kasus termasuk dalam metode penelitian kualitatif .

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian lapangan dengan mengumpulkan informasi atau data tentang keadaan-keadaan secara nyata dari orang-orang dan perilaku yang diamati kemudian dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dengan informan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa partisipan yang merupakan pengurus dari komunitas Pemuda Hijrah The Shift, dan juga melakukan wawancara terhadap pengikut komunitas ini baik yang selama ini aktif mengikuti secara langsung, kemudian melakukan penyesuaian di era pandemic. Maupun, kepada pengikut komunitas The Shift yang hanya aktif mengikuti kajian dakwah The Shift lewat media social yang mereka miliki. Peneliti juga melakukan observasi dan pengamatan terhadap media social yang dimiliki oleh komunitas The Shift, dan bagaimana cara komunitas ini berinteraksi dengan pengikutnya. Sehingga, dalam penelitian ini tidak dibenarkan mengisolasi (menyendirikan) individu atau kelompok kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu kesatuan yang utuh dan tidak terpisahkan. Metode penelitian ini adalah observasi partisipan dan penelitian lapangan. Metode penelitian ini sangat berguna untuk mempelajari bagaimana individu mengkategorikan pengalamannya. Kemudian akan pula dipahami konsep dan makna yang dimiliki oleh suatu masyarakat, sehingga memberikan pengertian yang dalam mengenai pandangan hidup yang dimilikinya, termasuk kebudayaan yang dianutnya.

Analisis Isi :

Bermula sejak awal kemunculannya di Wuhan, virus Covid-19 terus menyebar dan dinyatakan sebagai pandemic global. Pandemi yang terjadi secara global telah memaksa terjadinya berbagai perubahan dalam setiap aspek di masyarakat, agar dapat beradaptasi dengan era new normal.

Kota Bandung yang merupakan salah satu kota besar di provinsi Jawa Barat yang terkenal dengan kreatifitas anak mudanya turut mengikuti aturan yang ada dan beradaptasi dengan melakukan berbagai kegiatan sesuai aturan baru. Salah satu komunitas di Bandung, yang tidak terlepas dari perubahan di era pandemic ini adalah komunitas The Shift. The Shift adalah salah satu bentuk hasil kreativitas anak muda di kota Bandung dalam bidang dakwah. The shift berdiri pada awal tahun 2015. Seiring dengan perkembangan Covid-19 di Indonesia komunitas the Shift mulai melakukan perubahan-perubahan pada kegiatan dakwah yang dilakukannya.

Terdapat beberapa factor yang berkaitan dengan situasi pandemic yang membuat pola dakwah secara digital harus mulai diterapkan, faktor-faktor tersebut diantaranya adalah :

Stay home lifestyle. Setelah pandemic segala sesuatu semakin banyak dikerjakan di rumah. Interaksi mulai dibatasi guna menghindari adanya penyebaran virus covid, sehingga banyak kegiatan yang menjadi terbatas untuk dilakukan diruang public. Empathic Society, tidak dapat dipungkiri bahwa pandemic Covid membawa luka yang cukup mendalam bagi penduduk di seluruh dunia. Banyaknya korban jiwa akibat Covid-19, di tambah dengan banyaknya korban yang kehilangan pemasukan akibat pandemic ini telah menciptakan masyarakat yang penuh empati alias sarat kesadaran sosial. Pemenuhan kebutuhan spiritual pun menjadi salah satu jalan agar peristiwa yang membawa banyak duka tersebut tidak dijadikan suatu kesedihan yang berlarut-larut. Go Virtual. Meskipun kondisi pandemic telah mengharuskan masyarakat untuk menghindari kontak fisik namun kebutuhan komunikasi tidak berkurang, sebaliknya justru mengalami peningkatan. Oleh karena itu masyarakat beralih kepada media digital/virtual guna memenuhi aspek komunikasi dan kebutuhan informasi dengan dunia luar. Dan yang terakhir merupakan Bottom of The Pyramid. Maksudnya mengacu kepada pyramid Maslow. Sebuah teori yang mengemukakan bahwa dahulu kebiasaan konsumsi masyarakat yang cenderung ke arah produk konsumtif untuk eksistensi atau gengsi, telah berubah ke arah kebutuhan mendasar, seperti makan, kesehatan, keamanan, dan termasuk kebutuhan spiritual didalamnya.

Dakwah berbasis digital saat ini dipilih The Shift untuk menyesuaikan penyebaran informasi-informasi yang bersifat keagamaan di masa pandemi. Kajian digital melalui live streaming youtube tersebut dapat terlaksana berkat adanya para pendakwah dalam komunitas The Shift yang mampu menciptakan suasana yang nyaman, kekeluargaan, namun penuh ilmu meskipun interaksinya bersifat digital. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi dakwah yang menyatakan bahwa komunikasi dakwah didefinisikan sebagai ”proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah, mad’u) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam”; atau komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan (Ma’arif, 2010 : 7).

Melalui beberapa program dakwah The Shift yang terbaru menyesuaikan era pandemic, seperti kajian Sharing Night dan Sharing weekend yang biasanya dijadwalkan secara live streaming di malam hari setelah Isya di kanal youtube telah berhasil menciptakan, menghubungkan, menghadirkan dan menawarkan peningkatan dalam dunia dakwah di masa pandemic yang memberikan nilai kepada pengikutnya. Karena Memasuki era new normal, tentunya metode dakwah yang digunakan harus lebih kreatif dan menarik lagi, agar dakwah dapat diterima dengan sepenuh hati terutama oleh kalangan pemuda dan kaum-kaum yang terdampak pandemi. Keberhasilan para pendakwah dalam melakukan proses dakwah dapat dilihat dari sejauh mana para pengikutnya menerapkan apa yang telah diajarkan pada mereka lewat kehidupan sehari-hari.

Prof. Dr. Asep Saeful Muhtadi mengungkapkan bahwa, kehidupan masyarakat kini seperti dilukiskan Maureen Malanchuck yang melukiskan zaman ini sebagai ruang pengap menyesak karena dibanjiri informasi. Masyarakat kini bukan lagi masyarakat seperti

sepuluh atau dua puluh tahun yang lalu. Pola-pola interaksinya bergeser mengikuti arus perubahan lingkungan sosial budaya yang pada sekitar dua dekade terakhir memperlihatkan tengah berlangsungnya proses transformasi sosial yang sangat berarti. Di Indonesia, ketika dampak media mulai mengkhawatirkan terhadap kehidupan sosial masyarakat, semakin dirasakan pula manfaat besar media khususnya bagi kepentingan penyebaran pesan-pesan agama. Terlebih, di masa pandemic saat ini, berbagai pemikiran mulai mengelaborasi konsep-konsep komunikasi untuk menghubungkan perkembangan media di zaman baru dengan kepentingan penyelenggaraan dakwah Islam. Perlunya merumuskan pendekatan baru dalam membangun agenda-agenda dakwah yang lebih relevan dengan kebutuhan, terutama berkaitan dengan ikhtihar antidifatih atas berbagai kekhawatiran munculnya dampak negatif teknologi media. (Muhtadi,2012:1)

Berangkat dari perkembangan pandemic yang masih berlangsung dan gambaran mengenai teknologi media serta kemungkinan berdakwah melalui media maka perlu ditata teknik yang tepat dan peningkatan isi/materi dakwah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berarti bahwa berdakwah melalui media sosial membutuhkan isi konten yang selektif dan terarah untuk masyarakat luas.

Perlu pula diketahui bahwa fungsi menghibur bagi pers terutama dimasa pandemic yang memang menjadikan masyarakat lebih banyak berdiam dirumah, bukan dalam arti menyajikan konten-konten atau informasi-informasi mengenai jenis-jenis hiburan yang disenangi oleh masyarakat. Akan tetapi menghibur dalam arti menarik penonton dengan menyuguhkan hal-hal yang ringan diantara sekian banyak informasi yang berat dan serius. (Sutirman Eka Ardhana, 1995: 35).

Menurut pemahaman diatas tampak bahwa ada kesamaan antara fungsi dakwah dan fungsi pers (dalam penelitian ini yang dimaksud adalah media youtube yang digunakan komunitas Pemuda Hijrah). Persamaan antara dakwah dan pesan dalam media youtube Pemuda Hijrah yaitu sama-sama menyampaikan isi pernyataan, sasarannya sama-sama yaitu manusia, sama-sama bertujuan agar manusia lain jadi sependapat, selangkah dan serasi dengan orang yang menyampaikan isi pernyataan. Dengan demikian, terlihat bahwa antara dakwah dan media sosial mempunyai hubungan yang erat, terutama dakwah masa kini yaitu media sosial sebagai alat penyampaian dakwah kepada khalayak.

Pemilihan media youtube sebagai sarana berdakwah yang dilakukan oleh The Shift memiliki berbagai alasan diantaranya, Pengguna bebas siaran dengan waktu yang tidak terbatas (unlimited) di YouTube. Di layanan lain, biasanya pengguna diberikan waktu yang terbatas, yakni 4 jam di Facebook Live atau 1 jam di Instagram Stories. Kajian yang disampaikan oleh Komunitas The Shift bersifat interaktif dengan melibatkan audience nya yang dapat memberikan komentar secara langsung atau pertanyaan dalam kolom yang disediakan. Sehingga melalui youtube diharapkan lamanya durasi yang dibutuhkan tidak lagi menjadi masalah. Selain itu video hasil siaran langsung pun secara otomatis akan tersimpan di channel milik kreator YouTube. Sehingga dapat diakses oleh jamaah yang tidak sempat menyaksikan kajian saat itu, namun ingin menontonnya diwaktu lain. lebih lanjut,, sistem siaran langsung mempunyai algoritma pengaturan kualitas gambar. Sistem ini bisa

beradaptasi sesuai perangkat penonton. Jika kualitas internet di sisi penonton sedang rendah, maka video yang ditonton pun akan menurun kualitasnya. Jika sudah terhubung dengan koneksi internet yang lebih baik, kualitas video bisa kembali ke HD. Sehingga pemilihan kanal youtube dirasa paling tepat untuk saat ini. Selain berhasil mengkolaborasikan antara media dakwah modern dan situasi pandemi. Keberhasilan The Shift dalam mengenalkan komunitasnya juga dipicu oleh kepiawaian para pendakwah di dalamnya melakukan komunikasi dengan pengikutnya. Para pendakwah The Shift paham betul, bahwa gaya komunikasi adalah salah satu kunci bagi keberhasilan dakwah. Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak. (Widjaja, 2000; 57) Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis.

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda.

Para pendakwah dalam komunitas The Shift memiliki gaya komunikasi *equalitarian style* saat berdakwah. Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

The Shift telah berhasil menerapkan gaya komunikasi yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini. Pengguna gaya komunikasi ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindakan *share/berbagi* informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

Penelitian ini juga terkait dengan konsep Teori Konvergensi Simbolik atau tema fantasi. Tema fantasi adalah pesan yang didramatisasi seperti permainan kata-kata, cerita, analogi, dan pidato yang menghidupkan interaksi dalam kelompok. Para pendakwah dalam komunitas The

Shift telah berhasil menghidupkan setiap isi kajiannya yang berbasis digital di dalam media youtube sehingga menimbulkan suasana yang larut dalam materi yang dibawakan. Menurut, tema fantasi setiap individu akan saling berbagi fantasi karena kesamaan pengalaman atau karena orang yang mendramatisasi pesan memiliki kemampuan retorik yang baik. Sudah tidak diragukan lagi jika para pendakwah dalam komunitas The Shift adalah para tokoh yang yang dapat membuat materi dakwah yang dibawakannya menjadi begitu menarik sehingga menimbulkan rantai fantasi dan saat hal itu terjadi, individu-individu tersebut telah berbagi kelompok fantasi.

Terlepas dari situasi pandemic Covid-19 yang mengharuskan masyarakat melakukan berbagai inovasi dalam berbagai aspek kegiatannya, new normal menawarkan berbagai inovasi dalam mendukung upaya mencari, memperoleh dan mencukupi berbagai kebutuhan akan informasi faktual dalam berbagai aspek, termasuk kebutuhan masyarakat akan informasi keagamaan yang bersifat rohani. hal inilah yang digunakan oleh komunitas Pemuda Hijrah The Shift agar kebutuhan tersebut dapat dipenuhi, serta dengan media youtube jangkauan sasaran komunitasnya menjadi lebih luas lagi tanpa terbatas jarak dan waktu.

Berdasarkan catatan Media Planning Guide (2010:454), pengguna internet di Indonesia meningkat tajam, sebelum tahun 1998, yang berjumlah kurang lebih lima ratus ribu pengguna, menjadi kira – kira dua puluh satu juta pengguna. Dari jumlah tersebut, pengguna berusia muda sekitar 60,7 %. Berarti pengguna internet memang didominasi oleh generasi muda. Lebih lanjut di masa pandemi Covid-19 ditarik kesimpulan berdasarkan data dari Kominfo yang dapat diakses melalui website resminya (kominfo.go.id) bahwa kenaikan pengguna internet tercatat mencapai 73,7 persen atau 196,71 juta pengguna. Hal ini berate dimasa pandemi kebutuhan akan internet di masyarakat menjadi semakin meningkat yang di dominasi oleh kaum muda, hal ini lah yang menjadi tujuan dan sasaran komunitas The Shift.

Secara sederhana dapat dikemukakan, perkembangan pandemi Covid-19 seiring dengan eksistensi media baru, dan berjalan linier dengan dengan dinamika generasi muda yang memperjuangkan kebebasan komunikasi. Media adalah instrumen dalam komunikasi, seperti surat kabar atau radio, sehingga media sosial dapat diartikan sebagai instrumen sosial dalam berkomunikasi. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh komunitas The Shift dalam menyebarkan dan mengenalkan metode dakwahnya sehingga semakin banyak dikenal oleh publik, tidak terbatas pada generasi muda di kota Bandung. The Shift memahami bahwa media sosial tidak hanya merupakan jaringan yang memberikan informasi saja, akan tetapi juga interaksi dengan penggunanya dalam hal pertukaran informasi. Dan dari sebagian besar informasi yang diperoleh itu, sumber tercepat bisa dikatakan berasal dari media sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial adalah suatu teknologi modern yang memberikan sarana komunikasi secara *online* antar-individu yang dapat membantu penggunanya dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, seperti saat seseorang membutuhkan informasi mengenai ilmu islam. Dengan adanya media sosial, masyarakat menjadi semakin mudah dalam mengakses kajian-kajian yang di buat oleh The Shift melalui fitur siaran langsung di youtube dan juga berbagai video singkat yang dibuat oleh The Shift yang *berupa one minute booster* yang tayang di Instagram. Kajian yang berdurasi satu menit

tersebut sengaja diciptakan oleh The Shift agar memudahkan jama'ahnya mendapatkan informasi mengenai kajiannya.

Kesimpulan :

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang merupakan hasil observasi peneliti, yang diantaranya meliputi : Pandemi Covid-19 membawa dampak hampir pada semua sektor kehidupan masyarakat. Penyesuaian dan adaptasi di masa new normal ini sangat penting dilakukan, agar kebutuhan-kebutuhan primer maupun sekunder masyarakat tetap dapat terpenuhi. Dalam bidang dakwah. Di masa pandemi saat ini peran para pendakwah dan komunitas keagamaan sangat penting untuk mengoptimalkan media digital agar dakwah tetap bisa berlangsung di tengah pandemi bahkan bisa juga dijadikan alternatif untuk tetap digunakan di kondisi new normal sehingga akan tercipta e-dakwah berbasis digital yang berpeluang memudahkan strategi dakwah dan memperluas jangkauannya. Gaya Komunikasi yang mendominasi para pendakwah dalam komunitas The Shift adalah gaya komunikasi *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*) dalam komunitas The Shift. Dalam penelitian ini juga ditemukan proses sharing fantasi. Dimana tema fantasi adalah pesan yang didramatisasi seperti permainan kata-kata, cerita, analogi, dan pidato yang menghidupkan interaksi dalam kelompok yang telah berhasil dilakukan oleh para pendakwah dalam komunitas The Shift sehingga berhasil menciptakan kajian yang selalu ditunggu-tunggu oleh para jama'ahnya. Program dakwah dan karakteristik strategi dakwah yang dilakukan oleh Pemuda Hijrah – The Shift di masa pandemi Covid-19 fokus pada metode dakwah yang kreatif, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi lewat media sosial fitur siaran langsung youtube. Program-program yang dibuat oleh komunitas The Shift adalah program yang mampu menarik minat banyak anak muda, baik dari segi judul kajian, isi konten hingga cara penyampaian materi dakwahnya. Lewat berbagai program yang dimilikinya The Shift saat ini dikenal sebagai sebuah komunitas dakwah yang tidak pandang bulu dan menerima segala macam latar belakang kehidupan bagi mereka yang ingin berhijrah. The Shift telah berhasil menggunakan metode komunikasi yang efektif yang sesuai dengan karakteristik komunitasnya yang Santai, kekeluargaan, namun tetap santun. Karakteristik dakwah yang digunakan oleh Pemuda Hijrah – The Shift dalam mengenalkan metode dakwahnya dipilih karena generasi muda merupakan generasi yang kritis, kreatif, konsumtif, dan inovatif. Sehingga, dakwah dengan metode tradisional dianggap kurang cocok digunakan sebagai sarana dakwah bagi generasi muda. Sehingga dipilihlah metode dakwah yang santai, sesuai dengan perkembangan zaman terutama di era pandemi Covid-19 ini, namun tidak kehilangan makna islam yang sesungguhnya di dalamnya. Peristiwa komunikasi melalui setting tempat di kanal Youtube dan Instagram milik The Shift telah berhasil menciptakan inovasi dakwah yang kreatif, unik, namun tetap penuh pesan dakwah melalui strategi dakwah yang relevan dengan kondisi saat pandemic

dan berhasil memanfaatkan new media di era new normal semaksimal mungkin, guna menyebarkan konten dakwah melalui media sosial youtube.

Daftar Pustaka :

- Abdullah, Dzikron. 1993. *Filosof Dakwah*, Semarang :Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Ahmad, Amrullah. 1984. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta :PLP2M.
- Anshari, Endang, 1976. *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam*, Jakarta : Usaha Interpriso.
- Ardianto, Elvinaro . 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin.1997. *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Barker dan Chris. 2006. *Cultural Studies*, Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa
- Devito, Joseph. 1997. *Human Communication*, New York: Harper Collinc Colege Publisher
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hafidhuddin, Didin. 1998. *Dakwah Aktual. Cet. 1*. Jakarta. Gema Insani Press
- Halimi, Safroodin. 2008. *Etika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an Antara Idealitas Qur'ani dan Realitas Sosial*. Semarang: Walisongo Press
- Hotman, Prio & Ilyas Ismail. 2011. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta:Kencana
- Ilaihi, Wahyu & M Munir.2006. *Manajemen Dakwah*.Jakarta:Kencana
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi: Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Mar'at. (1984). *Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Muhtadi, Asep Saiful. 2004. *Komunikasi Politik Nadlatul ulama*. Bandung : Humaniora
- Muhtadi, Asep S. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*.Bandung : Simbiosis
- Nasution, Harun. 1992. *Ensiklopedia Islam Indonesia*. Jakarta: Djambatan
- Siahaan, S. M. (1991). *Komunikasi (pemahaman dan penerapannya)*, Jakarta : Gunung Mulia

- Siswanto, Bambang. (1992). *Humas, Teori dan Praktek*, Jakarta : Bumi Aksara
- Spradley, J.P. 2006. *Metode Etnografi. Terjemahan*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Stephen W. Little john, Karen A. Foss .2011. *teori komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati, Mustafidah.2011. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tubbs, Stewart L., dan Moss Sylvia. 1996. *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar Buku Pertama*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Widjaja, A. W, 1997. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta : Bina Aksara
- Wursanto, Ig, 2002. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, Yogyakarta : Andi
- Yin, Robert K, 2003. *Studi Kasus Desain dan metode*, Jakarta : Raja Grafindo Persada

Data Diri Penulis :

Penulis 1:

Nama : Liddy Ganda Asmara

Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung/ 6 Desember 1991

Alamat : Perumahan Sukaseuri Blok P No 3, Kotabaru - Karawang

Telp. /HP : 089612068425

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Menikah

E-mail : liddyagandaasmara@gmail.com

Penulis 2 :

Nama (lengkap dengan gelar) : Maranata, S.Tr.Keb., M.K.M

Tempat dan Tanggal Lahir : Klaten, 29 Oktober 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Kristen

Status Perkawinan : Belum Menikah

Kewarganegaraan : Indonesia

Pendidikan Terakhir : S2-Ilmu Kesehatan Masyarakat

Alamat Rumah : Kwiran RT/RW 002/001, Jambukulon, Kec.Ceper,

Kab.Klaten, Prov.Jawa Tengah

Telp./HP. : 085867548771

Alamat e-mail : imamaranata@gmail.com