



MEMBANGUN LEMBAGA DAKWAH YANG INNOVATIF DI ERA DISRUPTIF

Lulu Firdauz Ramadhani^{a*}, Cecep Castrawijaya^b

^a lulufirdausramadhani2@gmail.com, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan Banten

^b cecep.castrawijaya@uinjkt.ac.id, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan Banten

* korespondensi

ABSTRACT

The development of innovative da'wah institutions is increasingly important in addressing the dynamics of social change in the disruptive era. This study aims to explore innovative strategies within da'wah institutions, focusing on clear vision and mission, the utilization of digital technology, and da'wah methods that are responsive to cultural diversity. In the context of Indonesia, which is rich in religious, cultural, and linguistic diversity, da'wah institutions face the challenge of avoiding conflict and fostering social harmony. The research method employed is descriptive qualitative through literature study, encompassing the analysis of literature from primary and secondary sources. The data collected are analyzed to identify key elements that support the effectiveness of da'wah. The results indicate that a strong vision serves as a driver for innovation, while digital technology facilitates broader message dissemination. Additionally, multicultural approaches and creative content have proven effective in reaching diverse audiences. These findings provide guidelines for da'wah institutions to enhance their relevance and effectiveness in spreading religious values within a complex society.

Keywords: Innovation, Da'wah Institution, Disruptive.

Abstrak

Pembangunan lembaga dakwah yang inovatif menjadi semakin penting dalam menghadapi dinamika perubahan sosial di era disruptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi-strategi inovatif dalam lembaga dakwah, dengan fokus pada visi dan misi yang jelas, pemanfaatan teknologi digital, serta metode dakwah yang responsif terhadap keragaman budaya. Dalam konteks Indonesia, yang kaya akan keanekaragaman agama, budaya, dan bahasa, lembaga dakwah dihadapkan pada tantangan untuk menghindari konflik dan menciptakan harmoni sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi kepustakaan, yang mencakup analisis literatur dari sumber primer dan sekunder. Data yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang mendukung efektivitas dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visi yang kuat berfungsi sebagai pendorong inovasi, sementara teknologi digital memungkinkan penyebaran pesan yang lebih luas. Selain itu, pendekatan multikultural dan konten kreatif terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang beragam. Temuan ini memberikan pedoman bagi lembaga dakwah dalam meningkatkan relevansi dan efektivitas penyebaran nilai-nilai agama di masyarakat yang kompleks.

Kata Kunci: Inovasi, Lembaga Dakwah, Disruptif.

1. PENDAHULUAN

Artikel Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, lembaga dakwah menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Perubahan sosial, budaya, dan teknologi telah menciptakan lingkungan disruptif, di mana cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi mengalami transformasi yang signifikan. Dalam konteks ini, lembaga dakwah tidak hanya dituntut untuk mempertahankan relevansinya, tetapi juga untuk berinovasi agar dapat menjangkau dan memengaruhi masyarakat secara efektif.

Era disruptif ditandai dengan munculnya berbagai platform digital yang memungkinkan individu mengakses informasi dengan cepat dan mudah. Media sosial, podcast, dan aplikasi mobile telah menjadi saluran utama bagi penyebaran informasi, termasuk pesan-pesan keagamaan. Hal ini menciptakan tantangan bagi lembaga dakwah tradisional yang sering kali terjebak dalam metode konvensional. Di satu sisi, lembaga dakwah harus bersaing dengan konten yang beragam dan sering kali tidak terverifikasi; di sisi lain, mereka memiliki peluang untuk memanfaatkan teknologi guna memperluas jangkauan dan dampak dakwah mereka.

Saat ini, kita telah memasuki fase baru dari masyarakat yang semakin universal dan modern. Masyarakat di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lain tanpa terhalang oleh batasan gerak, ruang, dan waktu. Menurut Peter Drucker, globalisasi adalah era masyarakat berbasis pengetahuan, di mana sumber daya utama tidak lagi bergantung pada alam, melainkan pada pengetahuan. "That its primary resource will be knowledge." Masyarakat bertransformasi dari yang bersifat tunggal dan berorientasi politik menjadi beragam dan berfokus pada ekonomi. Semua institusi, baik pemerintah maupun swasta, di berbagai negara menjadikan kompetisi global sebagai tujuan strategi mereka [1].

Dalam menghadapi tantangan ini, inovasi dalam lembaga dakwah menjadi suatu keharusan. Pendekatan yang lebih kreatif dan adaptif diperlukan untuk menarik perhatian generasi muda, yang lebih memilih konten interaktif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi inovatif yang dapat diterapkan oleh lembaga dakwah dalam menghadapi era disruptif, serta membangun model lembaga dakwah yang berkelanjutan dan responsif terhadap perubahan zaman.

Penulis harus memastikan bahwa tulisannya tidak mengandung unsur plagiasi. Artikel yang sudah terbit sebagai prosiding, tidak diterima untuk terbit di jurnal ini tanpa melalui proses lebih lanjut untuk melengkapi tulisan dan data hasil akhir penelitian.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis melalui studi kepustakaan (*Library Research*). Tahapan dalam studi kepustakaan ini meliputi pengumpulan sumber-sumber pustaka yang relevan, baik dari sumber primer maupun sekunder. Sumber primer terdiri dari jurnal dan buku yang berkaitan, sedangkan data sekunder biasanya diperoleh dari kamus, ensiklopedia, dan ulasan jurnal. Dalam konteks ini, berbagai literatur yang membahas inovasi, dan lembaga dakwah akan dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai membangun lembaga dakwah yang inovatif di era disruptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Lembaga Dakwah adalah semua organisasi yang bersifat keagamaan, baik berupa sifatnya lokal, berlevel daerah, provinsi bahkan nasional. Lembaga dakwah juga merupakan wadah yang menjadi sarana individu maupun sekelompok orang dalam sharing ilmu agama Islam, yang dimana sebuah organisasi yang sengaja dibangun oleh sekelompok orang yang bertujuan untuk mendapatkan dan berbagi pengetahuan tentang agama [2].

Membangun lembaga Dakwah yang Inovatif dapat tercapai dengan memperhatikan beberapa hal berikut :

3.1. Visi dan Misi yang Jelas

Dalam era disruptif yang ditandai dengan perubahan cepat di berbagai aspek kehidupan, lembaga dakwah menghadapi tantangan dan peluang baru. Untuk tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan pesan, lembaga dakwah perlu membangun fondasi yang kuat melalui visi dan misi yang jelas. Keduanya sangat penting dalam menetapkan arah dan tujuan lembaga, serta dalam mengarahkan inovasi yang diperlukan untuk menjawab kebutuhan masyarakat.

Kata "visi" berasal dari bahasa Inggris, yaitu *vision* yang berarti penglihatan, kemampuan melihat, pandangan, impian, atau gambaran. Secara etimologis, visi juga dapat diartikan sebagai pandangan yang disertai pemikiran yang mendalam dan jelas, yang mampu menjangkau jauh ke depan. Visi mencerminkan kemampuan untuk memahami inti dari suatu masalah. Menurut Said Budairy, visi adalah pernyataan cita-cita yang menggambarkan bagaimana masa depan akan terwujud, sebagai kelanjutan dari masa kini dan memiliki hubungan yang erat dengan masa lalu. [3]

Visi adalah pandangan jangka panjang yang menggambarkan cita-cita dan aspirasi suatu lembaga. Sementara itu, misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan utama lembaga dan bagaimana cara mencapainya. Dalam konteks lembaga dakwah, visi dan misi harus mencerminkan komitmen untuk menyebarkan nilai-nilai agama dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

Visi yang jelas dapat memberikan motivasi dan inspirasi kepada seluruh anggota lembaga. Hal ini penting agar semua pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan akhir yang ingin dicapai. Dengan demikian, setiap program dan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dakwah akan selalu merujuk pada visi yang telah ditetapkan.

Inovasi dalam lembaga dakwah bukan hanya tentang penggunaan teknologi baru, tetapi juga tentang cara pendekatan dan metode penyampaian pesan. Visi yang jelas membantu mengarahkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Misalnya, jika visi lembaga dakwah adalah untuk menjangkau generasi muda, maka inovasi yang dilakukan dapat berupa pembuatan konten dakwah di media sosial, penyelenggaraan webinar, atau aplikasi mobile yang memudahkan akses informasi.

Dengan demikian, visi yang jelas menjadi pendorong bagi lembaga dakwah untuk beradaptasi dan berinovasi. Ketika lembaga memiliki tujuan yang terdefinisi dengan baik, setiap keputusan yang diambil dapat lebih terfokus dan strategis. Hal ini memungkinkan lembaga dakwah untuk lebih responsif terhadap perubahan zaman dan kebutuhan audiens.

3.2. Pemanfaatan Teknologi Digital

Di era disruptif, teknologi memainkan peran penting dalam memicu inovasi. Perubahan teknologi seperti kecerdasan buatan, internet of things, dan komputasi awan memungkinkan pengembangan produk dan layanan yang revolusioner. Selain itu, pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan dan kemampuan merespons perubahan pasar dengan cepat juga merupakan bagian integral dari inovasi di era disruptif [2].

Dengan semakin berkembangnya platform digital, lembaga dakwah memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menyebarkan pesan dan nilai-nilai agama kepada masyarakat. Dalam konteks ini, media sosial, aplikasi mobile, serta webinar dan podcast memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dakwah. Karena pada dasarnya inovasi yang dilakukan oleh lembaga dakwah sering kali melibatkan penggunaan media digital.[4]

Media Sosial merupakan sekumpulan aplikasi yang berbasis internet dimana dalam penerapannya dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0, dan juga media sosial ini memungkinkan adanya penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. [5] Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi terpopuler di kalangan masyarakat. Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memungkinkan lembaga dakwah untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas. Dengan menggunakan media sosial, lembaga dapat:

- a. Menyebarkan Konten Edukatif: Mengunggah video, infografis, dan artikel yang menjelaskan berbagai konsep agama dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.
- b. Interaksi Langsung: Membangun dialog dengan audiens melalui kolom komentar, sesi tanya jawab, dan live streaming. Hal ini menciptakan keterlibatan yang lebih kuat antara lembaga dakwah dan masyarakat.

Sangat cepatnya seseorang dapat mengakses sosial media berdampak pada terjadinya aliran dari proses arus informasi yang dimana kecepatan sosial media dalam perannya dapat digunakan sebagai pengganti dari media massa konvensional dalam penyebaran berita, tidak hanya di Negara maju namun juga di Negara berkembang khususnya Indonesia. [5]

Fathul Wahid mengemukakan ada tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting: (1) Muslim telah menyebar ke seluruh dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia. (2) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan ke seluruh dunia. (3) Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya, juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah. [5]

3.3. Metode Dakwah yang Inovatif

Dalam membangun lembaga dakwah yang inovatif, penting untuk mengembangkan metode dakwah yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat yang beragam. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah melalui pendekatan multikultural dan penggunaan konten kreatif. Kedua aspek ini dapat membantu lembaga dakwah untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan efektif, serta menghormati keragaman budaya yang ada di masyarakat. Usaha yang tidak menerapkan inovasi dan kreativitas dalam kegiatan usahanya akan tertinggal bahkan dapat menyebabkan bangkrut [6].

Proses kegiatan dakwah yang menggunakan metode yang sesuai akan mendukung keberhasilan suatu program dakwah. Dengan semakin banyaknya masalah yang dihadapi dalam dakwah, seorang da'i dituntut untuk menemukan formula dan strategi baru yang tepat dalam berinteraksi dengan masyarakat sebagai mitra dakwah. Keragaman budaya dan kondisi sosial yang kompleks menjadi tantangan baru bagi da'i untuk mencari metode atau inovasi yang efektif, serta mendekati mad'u dengan pendekatan yang lebih terbuka, fleksibel, dan dialogis. [7]

3.3.1. Pendekatan Multikultural

Pendekatan multikultural dalam dakwah adalah suatu strategi yang mengakui dan menghargai keragaman budaya, bahasa, dan latar belakang sosial masyarakat. Dalam konteks Indonesia yang memiliki beragam suku, agama, dan tradisi, pendekatan ini sangat penting untuk memastikan pesan dakwah diterima dengan baik oleh berbagai kalangan.

Dakwah dengan berbasis multikultural dalam berdakwah di Indonesia menjadi hal yang penting, karena Indonesia dengan keanekaragaman agama, budaya, bahasa dan kultur yang ada menjadikan rawan konflik dalam menjalani kehidupan beragama, belum lagi dalam Islam juga berbagai macam aliran pemikiran yang berkembang di masyarakat. [8]

Indonesia merupakan negara yang terdiri atas berbagai macam budaya, suku, bahasa, agama, ras, dan etnis. Keberagaman ini menjadikan bangsa Indonesia memiliki sifat beragam, majemuk atau multikultural. Di sini, multikultural seakan dua mata pisau, satu sisi menjadikan kaya akan hasanah kebudayaan, tapi di sisi lain, rentan menimbulkan benturan, perselisihan dan konflik. [9]

Tetapi di dalam al-Quran didalam Al-Qur'an sendiri banyak ayat-ayat yang mengajarkan dan menginformasikan adanya perbedaan pada masyarakat haruslah tidak menjadi sebuah konflik dan sangat alamiah adanya perbedaan tersebut. [8]

- a. Menghormati Budaya Lokal: Dalam menyampaikan pesan dakwah, lembaga harus mempertimbangkan nilai-nilai dan tradisi lokal yang ada. Misalnya, menggunakan bahasa daerah atau merujuk pada praktik budaya setempat yang sejalan dengan ajaran agama. Hal ini tidak hanya membuat pesan lebih dekat dengan masyarakat, tetapi juga menunjukkan rasa hormat terhadap identitas mereka.
- b. Dialog Interkultural: Lembaga dakwah perlu membuka ruang untuk dialog antarbudaya. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, lembaga dapat memahami perspektif yang berbeda dan menghindari kesalahpahaman. Dialog ini dapat diadakan melalui seminar, diskusi, atau forum komunitas yang melibatkan tokoh-tokoh dari berbagai latar belakang budaya.

3.3.2. Konten Kreatif

Selain pendekatan multikultural, penggunaan konten kreatif merupakan metode inovatif yang dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Dalam era digital saat ini, masyarakat lebih tertarik pada konten yang menarik dan mudah dicerna. Beberapa bentuk konten kreatif yang dapat digunakan meliputi:

- a. Video: Menciptakan video singkat yang menjelaskan konsep-konsep agama, kisah inspiratif, atau testimoni dari anggota komunitas. Video memiliki daya tarik visual yang kuat dan dapat dengan cepat menyampaikan pesan. Menggunakan platform seperti YouTube atau Instagram Reels dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
- b. Infografis: Menggunakan infografis untuk menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang sederhana dan menarik. Infografis dapat digunakan untuk menjelaskan nilai-nilai agama, sejarah, atau perbandingan antara ajaran yang berbeda. Visualisasi data ini memudahkan masyarakat untuk memahami dan mengingat informasi.

Saat ini, menurut Kasali lembaga dakwah banyak memanfaatkan ide-ide kreatif untuk menciptakan inovasi. Terdapat dua jenis inovasi yang sering diterapkan, yaitu inovasi yang berkelanjutan (*sustaining innovation*), yang bertujuan untuk meningkatkan inovasi yang sudah ada, dan inovasi yang disruptif (*disruptive innovation*), yang berfungsi untuk menciptakan pasar baru, mengganggu pasar yang sudah ada, dan akhirnya menggantikan teknologi yang lebih lama. [4]

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Membangun lembaga dakwah yang inovatif dalam era disruptif memerlukan pendekatan yang strategis dan adaptif. Pertama, visi dan misi yang jelas menjadi fondasi utama untuk menentukan arah dan tujuan lembaga, serta mendorong inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Visi yang kuat tidak hanya memberikan motivasi, tetapi juga membantu lembaga untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Kedua, pemanfaatan teknologi digital adalah kunci untuk memperluas jangkauan dakwah. Dengan memanfaatkan media sosial, aplikasi *mobile*, dan platform digital lainnya, lembaga dakwah dapat menyebarkan nilai-nilai agama secara efektif dan interaktif, mencapai audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda. Ketiga, pengembangan metode dakwah yang inovatif, seperti pendekatan multikultural dan penggunaan konten kreatif, sangat penting untuk menjangkau masyarakat yang beragam. Dengan menghormati keragaman budaya dan menciptakan konten yang menarik, lembaga dakwah dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan bermakna.

Secara keseluruhan, lembaga dakwah yang inovatif harus mampu merespons tantangan dan peluang yang ada, serta terus berkomitmen untuk menyebarkan nilai-nilai positif bagi masyarakat. Inovasi dalam dakwah bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang cara berpikir dan pendekatan yang inklusif dan kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muhammad Anwar, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. JAKARTA: PRENADAMEDIA GROUP, 2020.
- [2] M. Ronaydi dan C. Castrawijaya, "Analisis Lingkungan Lembaga Dakwah Dalam Inovasi dan Kewirausahaan Di Era Disruptif," *JIMAD : JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN*, vol. 1, hlm. 72–76, Jan 2024, doi: 10.59585/jimad.
- [3] Devi Pramitha, "URGENSI PERUMUSAN VISI, MISI DAN NILAI-NILAI PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM," *Jurnal Tarbawi*, vol. 1, hlm. 1–9, 2016.
- [4] S. S. Rahmawati dan C. Castrawijaya, "PERAN ETIKA INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN LEMBAGA DAKWAH DI ERA DISRUPTIF," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 4, no. 2, hlm. 100–108, Sep 2024.
- [5] A. Siregar dan A. Rasyid, "Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, vol. 6, hlm. 728–739, 2024, doi: 10.47476/reslaj.v6i1.4853.
- [6] Anggraeni Nisa Rachmawati, Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati, dan Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi, "MEMBANGUN USAHA KREATIF, INOVATIF, DAN BERMANFAAT MELALUI PENERAPAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL PADA UMKM SATYAGRAHA DI KOTA DENPASAR," *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, vol. 1, hlm. 45–56, Sep 2022.
- [7] Amir Hasan, "Inovasi dan Dakwah Analisis Majelis Taklim Tambena Ate di Lenteng Madura," *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, vol. 2, hlm. 131–151, Feb 2023.
- [8] Agung Teguh Prianto, "Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Bil Hikmah - Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Jun 2023.
- [9] Usfiyatul Marfu'ah, "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH BERBASIS MULTIKULTURAL," *Islamic Communication Journal*, vol. 02, hlm. 146–161, Jul 2017.