

Komunikasi Dakwah Kultural di Era Millennial

Deni Irawan, Suriadi

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
Email: suriadisambas@gmail.com

ABSTRACT

Cultural values in the community are gradually being replaced. Children more easily receive information provided by internet media. Right and wrong are still questions because what is received, read, seen and heard from various sources is unclear. Especially if it is associated with Islamic nuances, namely da'wah, it will be a great homework for da'wah interpreters to straighten the news or information that is often found in the community so that people start to be sheepfolded by hoax information that will obviously harm our society. Therefore, it is imperative that efforts be made to filter people out of false news and misleading behavior so that the community becomes an intelligent society, with morality, accompanied by local wisdom nuances that are still maintained as an adhesive between the relationship between the people in this millennial era.

KEYWORDS: *Communication; Cultural Da'wah; Millennial*

ABSTRAK

Nilai-nilai Budaya di masyarakat secara bertahap digantikan. Anak-anak lebih mudah menerima informasi yang diberikan oleh media internet. Benar dan salah masih menjadi pertanyaan karena apa yang diterima, dibaca, dilihat dan didengar dari berbagai sumber tidak jelas. Apalagi jika dikaitkan dengan nuansa Islami, yaitu dakwah, maka akan menjadi pekerjaan rumah yang bagus bagi penerjemah dakwah untuk meluruskan berita atau informasi yang sering ditemukan di masyarakat sehingga masyarakat mulai dikeraskan oleh tipuan informasi yang akan jelas merugikan masyarakat kita. Oleh karena itu, sangat penting bahwa upaya dilakukan untuk menyaring orang-orang dari berita palsu dan perilaku menyesatkan sehingga masyarakat menjadi masyarakat yang cerdas, dengan moralitas, disertai dengan nuansa kearifan lokal yang masih dipertahankan sebagai perekat antara hubungan antara orang-orang di era milenium ini.

Kata Kunci: Komunikasi; Dakwah Budaya; Milenial

Pendahuluan

Indonesia mengalami fenomena masuknya berbagai seni budaya dan teknologi dari berbagai daerah bahkan bangsa. Di satu sisi sebagian besar

remaja, merupakan kelompok generasi Y, telah menggeser waktu menonton televisi mereka menjadi waktu untuk melihat internet. Dari mulai bangun sampai akan tidur dan bangun lagi, gadget selalu berada digenggaman. Seolah-olah gadget menjadi “kekasih yang tidak dapat ditinggalkan” mengalahkan kasih sayang seorang ibu. Globalisasi mengubah dunia dari berbagai hal. Kini, hiburan dengan konten audio visual tidak lagi hanya dapat diperoleh dari media televisi, tetapi juga bisa melalui internet, yaitu dengan melalui perangkat komputer maupun ponsel pintar yang semakin beragam bentuknya. Sedikit demi sedikit akan mengeserkan nilai-nilai kultural yang ada di masyarakat kita khususnya di Indonesia.

Remaja tidak lagi akrab dengan namanya silaturahmi diantara keluarga karena ponsel pintar sudah mulai menggantikannya dengan cara sms, facebook, whatsapp, dan bentuk chatting lainnya sehingga nuansa kekeluargaan dan kebersamaan bersama keluarga tidak lagi dirasakan. Nilai-nilai kultural di masyarakat mulai sedikit-demi sedikit tergantikan. Anak lebih mudah menerima informasi yang disediakan oleh media internet. Benar dan salah masih menjadi pertanyaan karena yang diterima, yang dibaca, dilihat dan didengar dari berbagai sumber yang belum jelas kebenarannya. Apalagi jika dikaitkan dengan nuansa keislaman yaitu dakwah, maka akan menjadi PR besar bagi para juru dakwah untuk meluruskan berita atau informasi yang sering ditemui di masyarakat sehingga masyarakat mulai teradu domba oleh informasi hoax yang jelas akan merugikan masyarakat kita. Oleh karena itu, penting sekali upaya untuk memfilter masyarakat dari berita bohong dan perilaku yang menyesatkan sehingga masyarakat kembali menjadi masyarakat yang cerdas, berakhlakul karimah dengan diiringi nuansa lokal wisdom yang masih tetap dipertahankan sebagai perekat hubungan silaturahmi diantara masyarakat di era milenial ini.

Kajian Pustaka

Komunikasi Dakwah Kultural

1. Pengertian Komunikasi

Pengertian Komunikasi adalah suatu aktivitas penyampaian informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari satu pihak ke pihak lainnya. Biasanya aktivitas

komunikasi ini dilakukan secara verbal atau lisan sehingga memudahkan kedua belah pihak untuk saling mengerti. Secara harafiah, definisi komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Komunikasi secara umum bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada orang lain. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dimengerti dan diterima oleh orang lain. Selain dengan cara verbal, komunikasi juga bisa dilakukan dengan bahasa tubuh atau menggunakan gesture untuk tujuan tertentu.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah (2008: 25-26) mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli:

1. Jenis & Kelly menyebutkan "Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)".
2. Berelson & Stainer "Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain"

Selain itu, Deddy Mulyana (2010: 68-69) juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain:

1. Theodore M. Newcomb "Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."
2. Carl.I.Hovland, "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."
3. Gerald R.Miller, "Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan

suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

4. Everett M. Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
5. Raymond S. Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
6. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
7. Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Alo Liliweri dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

1. Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
3. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
4. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
5. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.

6. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
7. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses transmisi pesan, informasi, ide atau gagasan dari komunikator kepada komunikan melalui bahasa verbal atau non verbal dengan tujuan mempengaruhi khalayak.

2. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari kata *دعوة - يدعو - دعى* yang berarti memanggil, mengajak, dan menyeru. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah *tabligh*, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mauidzoh hasanah*, *tabisyir indzhar*, *wasyiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 232) kata dakwah diartikan 1) *Penyiaran, propaganda*, 2) *penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama*.

Hamzah Ya'qub sebagaimana dikutip Wahidin Saputra (2001: 1) mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Menurut Abdul Wahab adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap muslim. Ismail sendiri, mengatakan bahwa dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memerangi kejahatan, yang asalnya tidak baik menjadi baik. Menurut Shihab (1994: 193) dakwah adalah seruan, ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi dan masyarakat.

Menurut H.M. Arifin (2004: 6) memberikan definisi bahwa dakwah adalah sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok, agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan

serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Ali Mahfud (tt: 17) dalam mengatakan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, yaitu menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan kemungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Abdullah, 2012: 9).

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, dapat dipahami bahwa dakwah adalah mengajak atau menyeru manusia ke jalan kebaikan, mengajak mereka untuk beriman dan mentaati ajaran Allah swt., amar ma'ruf nahi munkar dengan penuh kesadaran kemudian diamalkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai pegangan hidup manusia baik di dunia maupun di akhirat. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Ali Imran/3: 104

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Terjemahnya:

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa dakwah pada hakikatnya adalah segala aktivitas dan kegiatan untuk mengajak seseorang atau sekumpulan orang agar berubah dari situasi kehidupan yang kurang baik kepada situasi kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Aktivitas ini dilakukan untuk mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan, dan provokasi.

3. Pengertian Kultural

Pengertian kultural atau budaya mengacu pada perilaku yang dipelajari yang menjadi karakter cara hidup secara total dari anggota suatu masyarakat tertentu (KBBI, 2012: 611). Menurut Baharudin Ali bahwa kultural atau kebudayaan berasal dari suatu adat masyarakat. Maka kebudayaan adalah hasil ciptaan manusia yang terus dijalankan secara berkelanjutan. Budaya berarti adat istiadat atau sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar

diubah (Ali, 2013). Bentuknya kebudayaan berupa fisik atau non-fisik, contohnya seperti pakaian dan norma-norma di masyarakat. Oleh karena itu M. Munandar Soelaeman (2010: 20) mengatakan bahwa kebudayaan memiliki teori, yaitu sebagai berikut:

1. Dapat dipelajari dan diamati
2. Bersumber dari segi biologis, lingkungan, psikologis, dan komponen sejarah eksistensi manusia.
3. Terdapat struktur
4. Dapat dipecah-pecah ke dalam berbagai aspek
5. Bersifat dinamis
6. Memiliki variabel
7. Ada ketentuan yang dapat dianalisis dengan metode ilmiah.
8. Suatu alat bagi seseorang (individu) untuk mengatur keadaan secara total dan menambah arti.

Kultur atau budaya terdiri dari nilai-nilai umum yang dipegang dalam suatu kelompok manusia; merupakan satu set norma, kebiasaan, nilai dan asumsi-asumsi yang mengarahkan perilaku kelompok tersebut. Kultur juga dapat mempengaruhi nilai dan keyakinan seseorang (Mangunsong, 2009). Kebudayaan dalam arti luas, adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

Dalam literatur antropologi terdapat tiga istilah yang boleh jadi semakna dengan kultural (kebudayaan), yaitu *culture*, *civilization*, *kebudayaan*. S. Takdir Alisyahbana (1986: 205) mengatakan bahwa Term kultur berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *cultural* (kata kerjanya *colo*, *colere*). Arti kultur adalah memelihara, mengerjakan, satu mengolah. Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, mereka mendefinisikan kultur sebagai semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat, karya yang menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan (*material culture*) yang diperlukan manusia untuk menguasai alam

sekitarnya agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk keperluan masyarakat. Dengan demikian, kultur atau budaya pada dasarnya adalah hasil karya, rasa, cipta dan cita-cita manusia (Hakim dan Mubarak, 2000: 28-29).

Menurut Edward B. Tylor yang dikutip Heny Gustin Nuraeni dan Muhammad Alfian (2012: 17) menjelaskan kultural (kebudayaan) merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat oleh seseorang sebagai anggota masyarakat.

Muhammad Arifin (2004: 3) berpendapat bahwa dakwah kultural adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mengikuti budaya-budaya kultur masyarakat setempat dengan tujuan agar dakwahnya dapat diterima di lingkungan masyarakat. Dakwah kultural juga bisa diartikan sebagai: kegiatan dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya secara luas dalam rangka menghasilkan kultur baru yang bernuansa Islami atau kegiatan dakwah dengan memanfaatkan adat, tradisi, seni, dan budaya lokal dalam proses menuju kehidupan Islami.

Menurut Abdul Munir Mulkhan (2003: 71) bahwa dakwah kultural adalah dakwah yang berkaitan dengan perbaikan-perbaikan yang ada dalam dimensi budaya masyarakat. Menurutnya persoalan dakwah adalah persoalan sosial-budaya seperti kemiskinan, pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan. Sedangkan Samsul Munir Amin (2008: 109) menjelaskan dakwah kultural adalah pengembangan jalur dakwah melalui jalur kultural, melalui jalur non-formal misalnya melalui pengembangan masyarakat, kebudayaan, sosial, dan bentuk non-formal lainnya.

Dakwah kultural adalah penyampaian ajaran Islam kepada yang ma'ruf, dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya secara luas dalam rangka mewujudkan masyarakat Islam yang sebenarnya atau kegiatan dakwah dengan memanfaatkan adat, tradisi, seni dan budaya lokal yang terdapat dalam masyarakat sebagai proses menuju pada kehidupan Islami. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah kultural adalah upaya dai (komunikator) untuk menyampaikan, pesan-pesan

dakwah dalam bentuk gagasan atau ide, pendapat, saran, kepada mad'u (komunikasikan) dalam bingkai kemasan kultural (budaya) setempat.

Karakteristik Era Milenial

Karakteristik Milenial berbeda-beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Namun, generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Di sebagian besar belahan dunia, pengaruh mereka ditandai dengan peningkatan liberalisasi politik dan ekonomi; meskipun pengaruhnya masih diperdebatkan. Masa Resesi Besar (The Great Recession) memiliki dampak yang besar pada generasi ini yang mengakibatkan tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan anak muda, dan menimbulkan spekulasi tentang kemungkinan krisis sosial-ekonomi jangka panjang yang merusak generasi ini (<https://id.wikipedia.org>). Kaum Millennial adalah mereka generasi muda yang terlahir antara tahun 1980an sampai 2000. Kaum Millennial terlahir dimana dunia modern dan teknologi canggih diperkenalkan publik.

Pembahasan

Mengemas Dakwah Kultural di Era Milenial

Tentu menjadi sebuah tantangan besar ketika melihat perkembangan zaman IT yang begitu cepat di zaman milenial ini. Namun sebaliknya, harus bisa melihat sebuah peluang besar juga dari perkembangan IT ini. Mengemas Dakwah untuk mengkomunikasikan ke pada mad'u atau pendengar, pembaca yang lebih cepat dan lebih banyak sangat penting di zaman milenial ini. Tentunya dakwah tidak hanya disampaikan melalui metode ceramah saja namun harus dikomunikasikan melalui dunia IT yang lebih cepat dan mengikuti zaman.

Ada pertanyaan yang sedikit membuat kita berfikir untuk lebih keras, yaitu apa penemuan yang paling hebat di abad sekarang ini. Menurut sebagian pendapat mengatakan bahwa pesawatlah yang paling hebat, mobil, TV, komputer, listrik. Namun ternyata penemuan yang paling hebat di zaman ini adalah handphone dengan alasan bahwa handphone (Hp) bisa melenyapkan televisi karena di Hp sudah ada fasilitas untuk menonton televisi, begitu juga arloji juga sudah tersedia di fasilitas Hp, radio, tape, recorder, kamera, koran,

kalender, kartu ATM, dan lain sebagainya sudah tersedia dalam satu gengaman yang dinamakan hp. Itu sebagian yang dilihat dari sisi barangnya namun ada lagi bahwa kejanggihan di dunia melineal ini dengan ditemukannya hp menyebabkan rasa kasih sayang, saling silaturahmi diantara keluarga, melenyapkan masa bermain dengan teman sebaya karena selalu asyik sendiri bermain game dan chatting, bahkan yang lebih bahaya lagi adalah melupakan waktu untuk beribadah. Oleh karena itu dengan perkembangan IT ini khususnya di masa melineal sekarang ini harus disikapi dengan baik dan bijak sehingga kita tidak hanyut dalam derasny arus globalisasi sekarang ini. Nilai-nilai kultural harus mampu dikomunikasikan kepada generasi muda sehingga masa depan akan lebih baik. Begitu juga nilai-nilai keagamaan yang dikemas dalam dunia IT harus mampu menyampaikan pesan dakwah sehingga metode yang diterapkan tidak bertentangan dengan perkembangan zaman melineal sekarang ini.

Mengemas dakwah dalam berbagai macam bentuk metode sangat diperlukan. Salah satu yang digunakan dalam tulisan ini adalah mengkomunikasi dakwah dengan menggunakan aspek budaya (kultural) sehingga zaman milenial ini tidak menghilangkan aspek-aspek budaya daerah. Sebagaimana hadis Rasulullah saw. "Ballighu 'anni walau ayat". Hal ini menggambarkan pentingnya menyampaikan kebaikan walaupun hanya satu ayat. Kewajiban dakwah boleh dilakukan siapa saja yang mengaku dirinya muslim. Rasa keterpanggilan untuk menyampikan kebaikan, nilai-nilai keagamaan, pesan-pesan dakwah harus berangkat dari kesadaran diri pribadi.

Cara dakwah milenial kini sedang dikembangkan oleh berbagai organisasi keagamaan dan masyarakat sehingga tidak monoton. Mereka menyesuaikan perkembangan di masyarakat tentunya akibat majunya dunia digital sekarang ini. Kecepatan dalam mengakses informasi merupakan kebutuhan yang tak dapat dihindari di era milenial. Oleh karena itu, materi dakwah banyak yang disebarluaskan melalui saluran TV, Youtube dan media lainnya.

Menyampaikan dakwah tidak selalunya harus dengan membentuk sekumpulan orang saja namun harus mengkomunikasikan dakwah itu dalam bentuk kecanggihan media IT sekarang ini. Misalnya sebuah pengajian yang dilakukan itu sebaiknya harus diliput kemudian disebarakan melalui media, boleh

melalui facebook, TV, Whatshap, Youtube sehingga pesan dan materi dakwah yang ingin disampaikan kepada mad'u itu lebih banyak dan lebih luas lagi. Bentuk dakwah kultural yaitu menggunakan kearifan lokal tetap digunakan namun harus dikemas dalam bentuk zaman milenial ini. Unsur-unsur kedaerahan tidak ditinggalkan namun tetap dikemas dalam bentuk yang lebih menarik di zaman milenial ini.

Sesuai teori komunikasi bahwa komunikasi adalah suatu aktivitas penyampaian informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari satu pihak ke pihak lainnya baik melalui verbal ataupun non verbal. Jelas sekali bahwa proses mengkomunikasikan dakwah itu harus dikemas tidak hanya dalam bentuk ucapan saja namun harus juga dikemas dalam bentuk non verbal atau pun bentuk gerakan, seni, budaya dalam lain sebagainya sehingga masyarakat di era milenial sekarang ini tidak bosan atau jenuh dengan penampilan dakwah yang tidak mengikuti perkembangan zaman. Apalagi jika kita hadapkan dakwah pada kalangan anak muda, mereka selalu menginginkan pesan, materi dan metode dakwah yang lebih menyentuh kekinian. Oleh karena itu sangat penting sekali mengemas dakwah untuk dapat mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah dalam bentuk yang lebih kreatif dan inovatif.

Salah satu contoh yang dapat penulis sampaikan adalah mengemas budaya kehidupan keseharian anak-anak pasantren yang dikemas sedemikian rupa sehingga layak untuk ditampilkan di media sosial, facebook, youtube, whatshap dan televisi sehingga masyarakat lebih mudah mengakses, mengetahui, melihat secara jelas kehidupan keagamaan dan pendidikan yang dilakukan selama di pasantren. Secara tidak langsung akan memberikan gambaran positif dan yang terpenting adalah adanya pesan-pesan moral yang ingin disampaikan dalam kehidupan anak-anak pasantren. Bentuk lokal wisdom kehidupan pasantren itulah yang ingin disampaikan sehingga tidak selalu terkesan monoton dan ketinggalan zaman. Begitu juga pengajian-pengajian keislaman lainnya harus juga dikemas dan ditampilkan dalam ruang publik yang dapat diakses oleh masyarakat luas sehingga lebih luas dalam menyebarkan informasinya. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya satu arah saja namun sudah mampu memasuki ruang publik yang lebih luas.

Oleh karena itu, secara tidak langsung dengan menampilkan budaya lokal dalam dakwah akan memberikan efek bahwa kearifan lokal juga merupakan sebuah kekayaan anak bangsa yang mesti dipertahankan dan selalu di jaga di zaman era milenial ini. Konten-konten yang bernuansa budaya daerah setempat harus dikemas ditampilkan lebih menarik sehingga terjadilah komunikasi dakwah kultural yang tetap menampilkan sosok dakwah yang tidak meninggalkan budaya lokal namun dikemas dengan zaman kekinian serta memasukkan nuansa keagamaan.

Arus globalisasi sekarang ini merupakan fenomena menarik yang sedang terjadi dalam kehidupan masyarakat dewasa ini. Budaya global dan gaya hidup (life style) merupakan dampak paling kentara akibat fenomena ini. Globalisasi sendiri diartikan sebagai proses menduniannya seluruh kehidupan sosial, ekonomi, politik hingga budaya antara satu negara dengan negara lainnya di seluruh dunia dinyatakan tidak memiliki 'batas' alias borderless. Dapat saja berita yang masuk terkait permasalahan tiap negara dengan mudahnya tersebar melalui internet, media sosial, maupun aplikasi berbasis internet lainnya dalam satu perangkat yang disebut gadget. Hal tersebut terjadi pada generasi muda Indonesia saat ini disebut sebagai generasi gadget atau yang sering kita kenal sebagai generasi milenial. Anak-anak bangsa secara tidak langsung juga telah dijajah oleh "dunia gadget". Mereka terkadang lupa akan kewajiban sebagai seorang muslim. Melakukan sholat terkadang sampai lupa karena keasyikan dalam memainkan gadget. Melakukan chatting dengan temannya, bermain game dan lain sebagainya sehingga anak-anak yang belum tahun membedakan sisi positif dan negatif ini harus selalu dibimbing dan diarahkan. Oleh karena itulah sangat penting membangun komunikasi dakwah kultural ini dalam membentuk insan berakhlakul karimah yang tetap mempertahankan budaya lokal yang dikemas dalam dunia teknologi.

Simpulan

Kecanggihan IT di era milenial ini di satu sisi memberikan kebermanfaatan bagi manusia namun di sisi yang lain tentunya menyumbangkan sederetan kerugian yang mesti disikapi secara bijak. Oleh karena itu perkembangan dunia IT di era milenial sekarang ini harus memiliki filter. Salah satu filter yang

digunakan untuk generasi sekarang ini khususnya dalam bidang dakwah adalah dengan memanfaatkan kekayaan lokal wisdom yang ada di masing-masing daerah namun dikemas dalam bentuk yang menarik sehingga dapat diakses melalui dunia IT. Komunikasi dakwah yang dilakukan harus dapat menyentuh sisi-sisi anak remaja sebagai generasi penerus bangsa. Jangan sampai anak generasi penerus bangsa di "sesatkan" oleh berita bernuansa hoax. Anak disuguhkan dengan konten negatif. Oleh karena itu, konten/pesan-pesan dakwah yang bernilai positif dan sifatnya bernuansa keagamaan harus juga dikemas dengan baik. Nilai-nilai kultural bangsa juga dikemas dalam bingkai dakwah.

Referensi

- Abd. Rauf, *Dirasa Fil Dakwah al-Islamiyah*, (Cet. I; Kairo: Dar El- Tiba'ah al Mahmadiyah, 1987)
- Abdul Munir Mulkham, *Sosiologi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013)
- Ahmad Warson Munawir, *Al-Munawir Kamus Arab Indonesia* (Yogyakarta: Krakyat, 1984), h. 438-439 dan Louis Ma'luf Yasu'i, *Al-Munjid Mu'jam Madrasiyyi li al-Lughah al-Arabiyyah* (Beirut, 1935)
- Ali Mahfud, *Hidayah Al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'ziwa al-Khitabah*, (Beirut: Darul Ma'arif, tt.)
- Atang Abd. Hakim, dan Jaih Mubarak, *Metodologi Studi Islam* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000)
- Baharuddin Ali, *Prinsip-Prinsip Dakwah Antarbudaya*, *Jurnal Berita Sosial*. Edisi I. Desember 2013/ISSN. 23392584 (21 Nopember 2018).
- Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II (Jakarta: PT Indeks, 2008)
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 68-69.
- Dep. Diknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 2001)
- Frieda Mangunsong, *Faktor Interpersonal, dan Kultural Pendukung Efektivitas Kepemimpinan Perempuan Pengusaha dari Empat Kelompok Etnis di Indonesia* (Makara, Sosial Humaniora: 2009).
- H. M. Arifin, *Psikologi Dakwah, Suatu Pengantar Studi* (Cet. 6; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004)
- H.Abdullah, *Dakwah Kultural dan Struktural; Telaah Pemikiran dan Perjuangan Dakwah Hamka dan M.Natsir*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012)
- Heny Gustin Nuraeni dan Muhammad Alfian, *Studi Budaya Indonesia* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Sulawesi Selatan, CV. Pustaka Jaya Ilmu, 2014.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2012)
- Luwis Ma'luf, *al-Munjid fiy al-Lughah* (Bairut: Dar al-Masyriq, 2007)
- M. Munandar Soelaeman, *Ilmu Budaya Dasar: Suatu Pengantar* (Bandung: Refika Aditama, 2010)
- M. Munandar Soelaeman, *Ilmu Budaya Dasar: Suatu Pengantar* (Bandung: Refika Aditama, 2010)

- M. Quraish Shihab, *Membumikan al-Qur'an; Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 1994)
- Muhammad Arifin, *Klasifikasi Ayat-Ayat al-Qur'a>n Dakwah Kontemporer Buku Cerdas Para Da'i* (Surabaya: CV Pustaka Agung Harapan, 2004)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Basar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- S. Takdir Alisyahbana, *Antropolgi Baru* (Jakarta: Dian Rakyat, 1986)
- Samsul Munir Amiin, *Rekonstruksi Pemikiran dan Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008)
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011)