

Hadapai Abad Informasi, 'Resep' Dakwah Muhammadiyah Jangan Dilupakan

Jum'at, 04-10-2019

MUHAMMADIYAH.ID, YOGYAKARTA — Dakwah dalam artian umum adalah aktivitas yang dilakukan oleh pendakwah (*Da'i*) untuk mengajak, menyeru atau menyampaikan pesan kepada obyek dakwah (*Mad'u*) agar mengarah kepada kebaikan dan mencegah dari suatu yang buruk (mungkar), dalam Muhammadiyah dakwah dikristalkan sebagai gerakan *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*.

Sebagai aktifitas kunci dalam penguatan dan penyebaran pesan agama Islam, dakwah di Muhammadiyah dilakukan dengan banyak pilihan metode. Konstruksi metode dakwah yang ada di Muhammadiyah merupakan hasil dari pemahaman mendalam, bukan hanya terhadap teks atau nash tetapi juga faktor sosial, budaya, ekonomi, politik dan lain-lain.

Dalam "Pernyataan Pemikiran Muhammadiyah Abad Kedua" menyatakan, gerakan pencerahan (tanwir) merupakan praksis Islam yang berkemajuan untuk membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan manusia. Dari pernyataan pemikiran tersebut dalam rangkainya, memunculkan beberapa metode dakwah, antara lain adalah dakwah komunitas.

Melihat 'gencar' dan suburnya komunitas dakwah sekarang ini yang memanfaatkan media sosial (medsos) sebagai sarana melakukan intervensi informasi yang berupa tausiyah agama, fiqih, pandangan hidup dan lain-lain terhadap kelompok milenial, seharusnya bukan menjadi 'perbincangan baru' dikalangan mubaligh Muhammadiyah.

Karena bagi Muhammadiyah, model dakwah komunitas secara esensi dan fungsi adalah sama dengan gerakan "Dakwah Jamaah", gerakan ini sebenarnya wujud aktualisasi atau pengembangan dari Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ) yang sudah dipedomkan oleh PP Muhammadiyah tahun 1977.

Kedekatan generasi milenial dengan gawai dan internet (media baru dan medsos) memiliki dampak panjang terhadap otoritas agama yang memproduksi fatwa-fatwa, jika pada masa awal otoritas agama adalah seorang ulama yang memiliki kualifikasi dan standar tertentu. Kemudian dalam rentang berjalannya waktu otoritas agama berubah menjadi kelembagaan/organisasi.

Kini, posisinya tergantikan oleh seorang yang bisa jadi tidak memiliki *basic* keilmuan agama yang kompeten, namun memiliki popularitas di media sosial. Dari mereka ini kemudian memproduksi fatwa, dari fatwa-fatwa tersebut diikuti lalu menjadi pedoman para *follower* atau pengikut mayanya yang kemudian diimplementasikan dalam praktik kehidupan nyata.

Fakta tersebut tidak boleh disepelekan, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah penduduk Indonesia yang tersambung dengan internet pada 14 April 2019 mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen penduduk Indonesia tersambung dengan internet. **(a'n)**