

RUANG PUBLIK DAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Alvin Afif Muhtar

Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: cakahvinmuhtar@gmail.com

Abstract

This article aims to understand the concept of public space if it is used to view Islamic da'wah through social media, especially in Indonesia. This research approach is a literature study approach and qualitative descriptive. The results of this study indicate that the public sphere of social media can be an inspiration to develop a da'wah model in the midst of the opportunities and challenges faced in the development of social media, namely making a more equal da'i model between mad'u and da'i. This da'wah model can be done through several steps, first, providing a space for dialogue and debate through a digital platform. Second, this forum will discuss certain topics. Third, it is open to all parties. Fourth, mad'u can express their doubts about Islam. Fifth, the da'i can convey his point of view and make clarifications regarding the misperceptions made by mad'u.

Keywords: *Public Space, Da'wah, Discussion, Debate, Opinion*

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk memahami konsep ruang publik jika digunakan untuk melihat dakwah Islam melalui sosial media khususnya di Indonesia. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan studi pustaka dan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ruang publik media sosial bisa menjadi inspirasi untuk mengembangkan sebuah model dakwah di tengah peluang dan

tantangan yang dihadapi pada perkembangan media sosial, yaitu membuat model dakwah yang lebih setara antara mad'u dan da'i. Model dakwah ini bisa dilakukan melalui beberapa langkah, pertama, menyediakan ruang dialog dan berdebat melalui platform digital. Kedua, forum ini akan membahas tentang topik-topik tertentu. Ketiga, terbuka bagi semua pihak. Keempat, mad'u dapat menyampaikan keraguannya terhadap Islam. Kelima, da'i bisa menyampaikan cara pandangnya dan melakukan klarifikasi terkait dengan kesalahan persepsi oleh mad'u.

Kata Kunci: Ruang Publik, Dakwah, Diskusi, Debat, Opini

PENDAHULUAN

Dalam hubungannya dengan interaksi sosial, ruang publik merupakan sebuah komponen yang dapat menghubungkan berbagai elemen masyarakat. Menurut Jurgen Haberman, seorang sosiolog dan filsuf Jerman yang sangat terkenal, mengatakan ruang publik adalah jaringan untuk mengkomunikasikan informasi dan sudut pandang masing-masing individu dalam proses diskusi dan perdebatan sehingga membentuk opini publik yang merupakan kesepakatan atau pandangan bersama terkait dengan persoalan-persoalan yang sedang mereka hadapi.¹

Ruang publik tidak bisa dipisahkan dengan adanya media. Keberadaannya menjadi penting karena mampu menjadi penyalur atau perantara bagi individu dengan individu lain, masyarakat dengan negara, maupun yang lainnya. Dilihat dari konteks historisnya, beberapa ahli sepakat bahwa media memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk gagasan dan menetapkan posisi di masyarakat. Habermas berpendapat bahwa pers telah berkontribusi dalam demokratisasi Eropa dengan menciptakan lingkungan yang cocok untuk diskusi dan kesepakatan antara masyarakat yang terlibat politik.²

¹ Habermas, J. *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge: Polity. dalam Dokumen The World Bank, "Public Sphere", The Communication for Governance and Accountability Program, 1997), 360

² Shirky, C. The political power of social media. Foreign Affairs, dalam Ertis Çela, PhD. Cand. "Social Media as a New Form of Public Sphere", European Journal of Social Sciences Education and Research May-August 2015 Vol.4, No. 1

Keberadaan media dalam ruang publik memang telah banyak dibahas dalam berbagai literatur sebelumnya. Baik membahas tentang media konvensional maupun kehadiran internet dan kaitannya dengan ruang publik. Namun, pembahasan terkait media dan ruang publik ini akan tetap menarik dengan mengaitkannya pada aspek tertentu yang bisa menjadi fokus kajian. Seperti halnya menggunakan konsep berpikir ruang publik untuk melihat fenomena dakwah di Indonesia terutama dalam kehadiran media baru seperti media sosial. Sebab, fenomena dakwah praktis erat hubungannya dengan interaksi antarindividu, antardai, dai dan mad'u, antarmasyarakat maupun dengan pemerintah dalam proses menyampaikan ajaran-ajaran maupun pandangan Islam.

Terdapat beberapa kajian penelitian yang serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Salah satunya dilakukan oleh Aris Risdiana, Reza Bakhtiar Ramadhan dengan judul *Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagaman di Era Disrupsi* dalam jurnal *Fikrah IAIN Kudus*. Penelitian yang dilakukan difokuskan fenomena sosial berupa dakwah *copy-paste* yang diproduksi terus-menerus dan membentuk perilaku keberagaman baru di era milenial dengan menggunakan pendekatan tindakan sosial. Teori Habitus Pierre Felix Bordinue membentuk tulisan itu untuk menelusuri motif dari aktor-aktor sosial, yang dalam konteks ini adalah para *user* yang mencoba menampilkan kesalahan, namun yang tercipta adalah stigma kedangkalan intelektual disertai kemalasan dalam beragama.³

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam dan memaparkannya dalam tulisan ini tentang bagaimana konsep ruang publik, khususnya ruang publik sosial media sebagai sebuah fenomena interaksi antarindividu dalam proses dakwah. Adapun yang membedakannya dengan penelitian sebelumnya adalah perbedaan pada fokus kajian yang diangkat dalam tulisan ini.

³ Aris Risdiana, Reza Bakhtiar Ramadhan, "Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagaman di Era Disrupsi" dalam *Jurnal Fikrah: Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan IAIN Kudus*, ISSN: 2354-6174, EISSN: 2476-9649

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan kajian studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dinilai baik dalam melakukan studi pendahuluan untuk riset selanjutnya⁴. Selain itu penelitian ini diharapkan untuk dikembangkan dalam konteks memahami bagaimana konsep ruang publik jika digunakan untuk melihat dakwah Islam melalui sosial media khususnya di Indonesia. Penelitian ini banyak menjabarkan karakteristik ruang publik, media dan kaitannya dengan dakwah Islam.

KAJIAN TEORI

Definisi dan Karakteristik Ruang Publik

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ruang mengacu pada tempat atau sela-sela antara dua hal/pihak.⁵ Sedangkan publik adalah orang banyak.⁶ Sehingga bisa dikatakan bahwa ruang publik adalah tempat bagi orang banyak yang mana ini terdiri dari banyak individu. Sosiolog Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai ruang di mana individu-individu privat membahas masalah-masalah publik.⁷ Ruang ini merupakan tempat di mana warga negara yang bebas dan setara berkumpul untuk berbagi informasi, berdebat, berdiskusi, atau untuk mempertimbangkan kepentingan bersama.⁸ Produk utama ruang publik adalah opini publik, dan ide adalah barang yang

⁴ Neuman, W. L. *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. (Jakarta: PT. Indeks, 2013).

⁵ Web KBBI, "Definisi Ruang" diakses pada 04 November 2020, <https://kbbi.web.id/ruang>

⁶ Web KBBI, "Definisi Publik" diakses pada 04 November 2020, <https://kbbi.web.id/publik>

⁷ Kluge, 1981–2:213 dalam Sonia Livingstone dan Peter Lunt (1994) *The mass media, democracy and the public sphere*. In *Talk on Television: Audience participation and public debate* (9-35). London: Routledge.

⁸ Odugbemi, A. (2008). Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration. In S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.), *Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice* (pp. 15–37). Washington, D.C.: The World Bank. (p. 17) dalam Dokumen The World Bank, "Public Sphere", The Communication for Governance and Accountability Program (CommGAP)

dipertukarkan di mana semua orang mampu mengusulkan ide, dan di mana ide terbaik akan menjadi opini publik.

Pada mulanya, ruang publik dianggap sebagai ruang perantara antara masyarakat dan negara, di mana publik sebagai pembawa opini publik serta berjuang untuk melawan kebijakan monarki dan memungkinkan kontrol demokratis atas kegiatan negara. Habermas berpendapat bahwa selama abad ketujuh belas dan kedelapan belas telah muncul ruang publik borjuis yang menciptakan forum di mana otoritas negara dapat dikritik.⁹ Forum ini didirikan dengan prinsip 'publisitas', bahwa pendapat pribadi individu dapat berkembang menjadi opini publik melalui debat kritis-rasional publik yang terbuka untuk semua dan bebas dari dominasi,¹⁰ memiliki arus informasi yang bebas, kebebasan berekspresi, dan kebebasan dalam berdebat. Ruang publik yang ideal adalah benar-benar partisipatif dan terlindung dari penyalahgunaan kekuasaan. Ruang publik sendiri tidak hanya menjadi arena tempat warga membahas politik namun tempat berkumpul, bertukar pendapat, berdiskusi, berunding tentang urusan-urusan publik.¹¹

Pada masyarakat Yunani, publik diartikan sebagai suatu kehidupan bersama. Namun, definisi ruang publik ini mengalami perubahan seiring dengan situasi yang terjadi dan menyebabkan perkembangan dalam maknanya. Penulis membagi fase perkembangan makna ruang publik menjadi empat bagian. *Pertama*, ruang publik di era feodal. Pada masa ini, komunikasi publik selalu terkendala oleh kekuatan dua institusi feodal terkuat: gereja dan negara. Keduanya menjalankan kontrol yang sangat besar atas sirkulasi ide dan informasi. Pada saat itu istilah ruang publik memang memiliki definisi suatu

⁹ Thompson, dalam Sonia Livingstone dan Peter Lunt *The mass media, democracy and the public sphere*. In *Talk on Television: Audience participation and public debate* (London: Routledge: 1994), 9-35.

¹⁰ *Ibid.*,

¹¹ Ari Adut, *A Theory of the Public Sphere*, *Sociological Theory* 30(4) 238–262 American Sociological Association 2012 DOI: 10.1177/0735275112467012 <http://stx.sagepub.com>

kehidupan bersama namun, ruang publik ini lebih merujuk atau diperuntukkan bagi kalangan yang memiliki status lebih tinggi. Hal ini memang tidak terlepas dari adanya struktur masyarakat yang membagi masyarakat menjadi kelas bawah (budak), prajurit, dan kelas terdidik (bangsawan). Pembagian kelas sosial di Athena juga membedakan dengan tegas antara warga negara dengan warga asing (*metic*).¹²

Raja pada saat itu dianggap sebagai wakil Tuhan di bumi, sehingga dianggap berhak menentukan nasib seluruh kehidupan masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat tidak memiliki hak untuk menentukan jalan kehidupannya sendiri. Selain itu, hal ini juga disebabkan karena masih tingginya kepercayaan adanya individu-individu pilihan yang berpengaruh pada pola politik Yunani hingga abad pertengahan. Seperti yang disampaikan oleh Aristoteles bahwa terdapat individu-individu yang ditakdirkan menjadi kalangan penguasa dan ada pula yang ditakdirkan menjadi budak.¹³ Sehingga dalam situasi feodal yang terjadi pada saat itu, tidak serta-merta memberikan ruang atau tempat bagi kalangan non-atas dalam ruang publik. Pada saat itu juga, istilah “Ke-tuanan” juga dipandang sama dengan istilah “publikus dan kepublikan” yang memerlukan kehadiran tuan.¹⁴ Maka, dapat diartikan bahwa kehadiran dan berkumpulnya kelompok atas dianggap sebagai ruang publik.

Kedua, dibedakannya istilah publik dan privat dalam hukum Roma Kuno. Ruang publik saat itu dikenal dengan istilah *res publica*, *res* (urusan) dan *publica* (umum) yang telah terjadi pergeseran dalam

¹² Schmandt, H.J. *Filsafat Politik: Kajian Historis dari Zaman Yunani Kuno Sampai Zaman Modern*, (terj) Ahmad Baidlowi & Imam Bahehaqi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2002). dalam Yadi Supriadi, “Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas, Kajian Jurnalisme, Volume I Nomor 1 Tahun 2017”<http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>

¹³ Russell, 2004:253 dalam Yadi Supriadi, “Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas, Kajian Jurnalisme, Volume I Nomor 1 Tahun 2017”<http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>

¹⁴ Habermas, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. (trans) Thomas Burger, (Britain: Polity Press, 1989). dalam Yadi Supriadi, “Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas, Kajian Jurnalisme, Volume I Nomor 1 Tahun 2017”<http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>

memaknai ruang publik tersebut sebagai tempat atau ruang yang memang ditujukan untuk bersama. Selain itu, pemaknaan ruang publik sebagai milik bersama telah terjadi pada abad ke-13 yang dikenal dengan *Burg* (Kota Benteng), sebuah kota yang dibangun oleh kalangan kapitalis. Masyarakat yang tinggal di dalamnya memiliki hak-hak yang sama, baik dalam menyampaikan pendapat, hak politik atau merubah profesi dan sosial mereka sendiri. Hal-hal tersebut diatur dalam *Burgerlich*, merupakan sebuah kode etik dan hukum atas kesepakatan warganya disebut *Burgerliche Gesellschaft* yang mengatur kehidupan masyarakat agar senantiasa hidup secara berdampingan. Fase ini yang dianggap menjadi cikal bakal kemunculan ruang publik borjuis, yang pada saat itu borjuis diartikan sebagai kalangan menengah yang terdiri diri saudagar dan pedagang.

Ketiga, pada abad ke 18 di Eropa mulai tersedia tempat-tempat bagi masyarakat untuk mengekspresikan pendapatnya yang kritis. Kemunculan banyaknya kedai kopi pada saat itu menjadi ruang kebebasan pertama bagi orang-orang yang selama ini tidak bisa menjangkau tempat-tempat seperti istana, gedung parlemen, maupun teater musik kaum ningrat. Sebab, pada saat itu sastra maupun tempat-tempat teater hanya bisa dinikmati oleh orang-orang kalangan atas saja. Sehingga kemunculan kedai-kedai kopi ini tidak hanya menjadi ruang bagi kalangan masyarakat yang kritis terhadap politik maupun sastra melainkan juga menjadi tempat oposisi.

Istilah borjuis tidak hanya berpaku pada kalangan saudagar dan pedagang semata namun lebih meluas seperti lahirnya borjuis sastra yang menempati posisi sentral di dalam publik.¹⁵ Di ruang publik, setiap individu dipersilahkan agar mengutarakan pendapatnya tentang hal-hal

¹⁵ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, 10. print, Studies in Contemporary German Social Thought (Cambridge, Mass: MIT Pres) dalam Engki Prasutomo, Hengki Wijaya, Ivan Th. J. Weismann, "The Role of Public Sphere According to Jurgen Habermas's Perspective for Multicultural Societies in the Indonesian Context", *FUADUNA: Jurnal Kajian Keagamaan dan Kemasyarakatan* Vol. 03 No. 02, Juli-Desember 2019, <https://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/fuaduna/index>

yang sebelumnya tidak pernah didiskusikan seperti monopoli negara dan gereja atas interpretasi kebenaran dalam teks. Melihat fase kedua dan ketiga ini, maka bisa dikatakan bahwa ekspansi pasar kapitalis dan hubungan produksi, telah berperan memunculkan ruang baru antara gereja dan negara serta menentang rezim monarki absolut.

Keempat, ruang publik virtual. Kehadiran internet di tengah masyarakat telah banyak mengubah kehidupan masyarakat. Internet sendiri merupakan sebuah jaringan yang bisa menghubungkan banyak individu secara virtual. Maka, bisa dikatakan bahwa terdapat ruang di dalam internet tersebut bagi sebuah komunitas atau masyarakat untuk saling berpendapat, berdebat, dan berdiskusi tentang persoalan tertentu meski tidak berada dalam tempat yang sama. Dikatakan bahwa internet adalah media global, “warga digital” tidak hanya dapat mengekspresikan ide-ide individu mereka tetapi juga akan menciptakan komunitas virtual yang beragam dan kohesif untuk memfasilitasi agensi dan reformasi.¹⁶ Internet sebagai ranah publik baru dapat memfasilitasi diskusi yang mendorong pertukaran ide dan opini baru.¹⁷

Hari ini, ruang publik penting bagi masyarakat modern. Fungsi ruang publik adalah forum untuk mengkomunikasikan masalah yang relevan secara kolektif dan memungkinkan warga untuk mengetahui sendiri tentang pengembangan komunitas. Habermas percaya wacana ini bisa meruntuhkan tembok etnosentrisme dan memperluas cakrawala solidaritas terhadap nilai universal kemanusiaan.¹⁸ Bagi Habermas, ruang publik tidak hanya sebatas ruang sosial, pelayanan publik, barang

¹⁶ Wheeler M. *Politics and the Mass Media*. (Oxford: Blackwell Publishers., 1997), 224 dalam Petros Iosifidis, Mark Wheeler, “The Public Sphere and Network Democracy: Social movements and Political Change?”, *Global Media Journal* ISSN: 1550-7521 Volume 13 Issue 25

¹⁷ Papacharissi, A *Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 124-145). New York: Taylor & Francis. Dalam Erliş Çela, PhD. Cand. “Social Media as a New Form of Public Sphere”, *European Journal of Social Sciences Education and Research* May-August 2015 Vol.4, Nr. 1

¹⁸ Supar Supartiningsih, “Etika Diskursus Bagi Masyarakat Multikultural: Sebuah Analisis dalam Perspektif Pemikiran Jürgen Habermas,” *Jurnal Filsafat* 17, no. 1 (March 22, 2017): 32–59.

publik, budaya terbuka, ruang umum yang membentuk sosialitas masyarakat saja,¹⁹ melainkan untuk berkumpul mengartikulasikan kepentingan mereka untuk membentuk opini dan kemauan bersama secara diskursif.²⁰

Ruang publik harus dikenal karena sifatnya yang murni dan kritis yang didukung oleh kekuatan penalaran. Hauser mengatakan bahwa ruang publik mengacu pada tempat yang luas tidak hanya dibatasi dengan identitas fisik, tetapi di mana orang berpartisipasi dan ada pertukaran pendapat, berbagi pengetahuan untuk menciptakan penilaian bersama yang muncul dari sebuah debat tanpa bias apapun. Topik pembahasan dalam ruang publik tidak hanya sebatas tentang kritik pada pemerintah saja, melainkan juga terkait topik-topik lain yang berkaitan dengan kepentingan publik yang mengacu pada urusan yang berkaitan dengan negara, pemerintah, kepentingan umum, atau masalah yang terbuka dan dapat diakses oleh semua orang. Lalu, topik-topik pembahasan ini akan didiskusikan oleh banyak individu melalui media tertentu untuk membentuk sebuah opini publik. Ciri-ciri dari opini publik ini sendiri adalah mewakili satu pendapat umum di antara banyak kemungkinan pendapat, cenderung sementara, dan mengacu pada opini dominan atau opini mayoritas.²¹

Dalam ruang publik semua orang dapat berpartisipasi di dalamnya tanpa adanya pembeda ras, suku, budaya, warna kulit dan lainnya. Mengutip pada dokumen *world bank* tentang ruang publik berikut ini adalah aktor-aktor ruang publik. *Pertama*, Publik, merupakan sekelompok orang imajiner yang terhubung melalui kepentingan bersama dalam satu atau beberapa masalah yang menjadi perhatian publik. Dalam ilmu sosial kontemporer, istilah ini sering digunakan pada kelompok warga yang relevan secara politik, misalnya pemilih,

¹⁹ *Ibid.*,

²⁰ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, 10. print, Studies in Contemporary German Social Thought (Cambridge, Mass: MIT Pres) dalam Engki Prasutomo, Hengki Wijaya

²¹ Dokumen The World Bank, "Public Sphere", The Communication for Governance and Accountability Program (CommGAP)

masyarakat sipil, komunitas lokal, atau khalayak media massa.²² *Kedua*, masyarakat civil (*civil society*) adalah masyarakat atau publik yang berhubungan erat, tetapi secara konseptual tidak sama. Masyarakat ini dibentuk oleh organisasi non-politik atau non-komersial dan tidak dimotivasi oleh keuntungan atau kekuasaan.²³ Dalam keadaan tertentu mereka bisa menjadi bagian dari ruang publik.²⁴

Ketiga, pejabat publik. Negara bukan bagian dari ruang publik, tetapi memiliki kapasitas, dan bahkan kewajiban, menjadi aktor di ruang publik. Dalam ranah publik demokratis, otoritasnya adalah mendengarkan publik dan menentukan kemauan publik, mengkomunikasikan isu dan posisi mereka sendiri,²⁵ dan memberikan informasi tentang keputusan dan tindakan. *Keempat*, media massa memiliki makna sentral dalam penciptaan sebuah institusi (infra) struktur yang memungkinkan organisasi kepentingan umum baik secara nasional maupun internasional. Selain menyediakan jalur komunikasi, media massa juga mengenalkan dan membentuk topik diskusi publik. *Kelima*, aktor swasta. Saat warga negara atau perusahaan memasuki ruang publik, mereka biasanya mempromosikan kepentingan pribadi atau publik.²⁶

²² Price, V. The public and public opinion in political theories. In W. Donsbach & M. W. Traugott (Eds.), *The Sage handbook of public opinion research* (pp. 11–24). London: Sage dalam Dokumen The World Bank, “Public Sphere”, The Communication for Governance and Accountability Program (CommGAP) (2008).

²³ Splichal, S. In search of a strong European public sphere: Some critical observations on conceptualizations of publicness and the (European) public sphere. *Media, culture & society*, 28(5), 695–7147. See also Habermas (1962/1995); Odugbemi (2008)

²⁴ Habermas, J. *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. (Cambridge: MIT Press, (1962/1995) dalam Dokumen The World Bank,

²⁵ Odugbemi, A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration. In S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.), *Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice* (pp. 15–37). (Washington, D.C.: The World Bank, 2008), 28 dalam Dokumen The World Bank.

²⁶ *Ibid.*,

Keterkaitan Media dan Ruang Publik

Dalam KBBI, secara sederhana, media diartikan sebagai alat, perantara, penghubung, maupun juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi.²⁷ Dengan berpedoman pada definisi ini, media memiliki makna yang luas dan tidak hanya dimaknai sebagai media masa seperti majalah, koran, televisi, spanduk saja melainkan lebih dari itu media bisa dalam bentuk apapun yang bisa digunakan sebagai sarana yang digunakan dalam mengerjakan suatu hal atau alat yang mampu menghubungkan antarpihak.

Kehadiran media ini telah mempercepat proses masyarakat dalam bertukar, berdebat tentang argumentasi, ide dan gagasan yang menyangkut tentang persoalan publik yang nantinya akan berujung pada pembentukan opini publik. Sehingga dengan penjelasan ini bisa dikatakan bahwa peran media dalam pembentukan ruang publik di tengah masyarakat memiliki posisi yang cukup kuat dan besar. Hal demikian juga selaras dengan yang disampaikan oleh Jurgen Habermas, bahwa pers telah berkontribusi dalam demokratisasi Eropa dengan menciptakan lingkungan yang cocok untuk diskusi dan kesepakatan antara masyarakat yang terlibat politik. Kebebasan berpolitik harus dibarengi dengan masyarakat yang beradab terdidik dan sadar sosial untuk membahas peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kepentingan umum.

Serupa dengan kasus media, internet dan khususnya media sosial memungkinkan individu untuk berdiskusi dan mengungkapkan pemikirannya di depan umum mengenai peristiwa yang memiliki kepentingan publik.²⁸ Media bertindak sebagai saluran dalam hal ini mereka merupakan ruang diskursif, ruang di mana isu-isu yang menjadi perhatian publik akan dibahas. Pendengar dipandang sebagai warga negara yang terlibat dalam dialog publik di dalam dan melalui media.

²⁷ Web KBBI, "Definisi Media" diakses pada 04 Desember 2020, <http://kbbi/media>

²⁸ Shirky, C. The political power of social media. *Foreign Affairs*, (Januari, 2011)1-9 dalam Erlis Çela.

Media dianggap penting dalam menyampaikan informasi yang memungkinkan warga membuat pilihan politik yang terinformasi.²⁹ Namun untuk berfungsi sebagaimana mestinya, bagi ruang publik yang dihadirkan Habermas sebagai arena diskusi publik, pers atau media massa harus independen dan terbuka. Pers ini harus dapat diakses oleh banyak orang dan di dalamnya harus melibatkan argumen dan sudut pandang yang berbeda sebagai bagian dari diskusi rasional. Di dalam ruang publik ini bahkan politik pemerintahan menjadi bagian dari pemikiran kritis.³⁰

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, media ruang publik bertambah menjadi media virtual. Hal ini tidak terlepas dari tingginya angka pengguna internet yang menggunakan ruang-ruang media yang tersedia di dalamnya. Media semacam ini memberikan kesempatan beredarnya opini-opini secara umum. Istilah ini menjadi terkenal sejak penyebaran teknologi komunikasi baru di tahun 1990-an. Internet khususnya dianggap menyediakan peluang untuk bertukar informasi dan musyawarah di antara sejumlah besar orang dengan latar belakang yang berbeda. Internet sebagai ranah publik baru dapat memfasilitasi diskusi yang mendorong pertukaran ide dan opini baru.³¹

Konten yang dipublikasikan di media sosial dapat dijangkau oleh siapa saja bahkan bagi masyarakat di seluruh dunia, maka dengan cara ini dapat menghilangkan hambatan fisik dan infrastruktur yang berarti bahwa kebebasan berpendapat sekarang adalah kebebasan pers dan sebagai konsekuensinya adalah kebebasan berkumpul bersama.³² Marius Rohde Johannessen berpendapat bahwa komunikasi melalui media sosial dapat berkontribusi dalam mengembangkan diskusi dan

²⁹ Bignell, J. *Postmodern media culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press dalam Willems, Wendy (2012) *Interrogating public sphere and popular culture as theoretical concepts on their value in African studies*. *Africa development*, 37 (1), 11-26

³⁰ Shirky, C. *The political power of social media,.....* 8

³¹ Papacharissi dalam Erlis Çela.

³² Fuchs, C. *Social Media, A critical introduction*. London: Sage Publication dalam Erlis Çela (2014)

debat publik. Menurutnya, penciptaan ruang publik menjadi lebih mudah di media sosial. Sebab, media sosial dapat memfasilitasi komunikasi antara individu-individu yang berkumpul karena kesamaan kepentingan, meskipun mereka dapat saling berbagi pendapat untuk hal-hal lain yang bukan merupakan bagian dari ciptaan komunitas ini di media sosial.³³

Terdapat beberapa contoh ruang publik virtual dengan menggunakan media sosial yang bisa dikatakan berhasil dalam membentuk sebuah opini publik dan gerakan publik. Misalnya pada peristiwa Arab Spring yang merupakan gerakan massa melawan rezim otoriter di negara-negara Timur Tengah seperti Mesir, Tunisia, Libiya dan lainnya. Gerakan ini berawal dari diskusi oleh masyarakat melalui media facebook dan Tweeter serta di Tunisia menggunakan Youtube untuk menggalang masa. Bahkan dikatakan bahwa pada saat itu masyarakat dengan menggunakan media sosial yaitu menjadwalkan aksi protes di facebook, titik dilakukannya protes di Tweeter, dan menyebarkan kegiatan protes tersebut melalui Youtube.³⁴

Dalam konteks ini, peran media dipandang sebagai penggerak kepentingan para aktor di masyarakat yang menawarkan platform untuk diskusi dan mewakili agregator opini. Namun, Habermas juga berpendapat bahwa selain menawarkan wadah untuk berdebat, media massa juga dapat memanipulasi publik, karena melayani kepentingan tertentu dari pemiliknya, yaitu individu atau kelompok berpengaruh yang memiliki kekuatan politik.³⁵ Habermas berpendapat bahwa di abad kesembilan belas komunikasi dan pertukaran ide semakin bergantung pada kelompok sponsor dan pada struktur otoritas baru yang

³³ Johannessen, M. R. *Social media as public sphere*. (Kristiansand: Printing Office, University of Agder Kristiansand, 2013).

³⁴ Ahmad Zaenudin, "Revolusi yang Berawal dari Media", media Tirto.id, diakses pada 22 November 2020, <http://tirto.id/revolusi-yang-berawal-dari-media>

³⁵ Ancuta-Gabriela Tarta, *Clash of the European public spheres: offline versus online, and cultural versus political* (Department of Media, Cognition and Communication University of Copenhagen, Denmark)

menimbulkan ancaman yang semakin besar terhadap rasionalitas sehingga sebuah argumen harus dievaluasi.

Bagi Habermas, sistem kapitalis yang secara bertahap mulai berlaku pada abad kesembilan belas menggantikan raja, gereja, dan tuan feodal dengan periklanan, hubungan masyarakat, dan sponsor untuk kepentingan komersial. Dalam transformasi ini, perbedaan antara komunikasi rasional dan representasi publik atas kepentingan pribadi semakin kabur. Karena kapitalisme melakukan feodalisasi ruang publik, pemilihan dan representasi informasi yang ditempatkan dalam domain publik dilakukan menurut kepentingan komersial atau politik daripada berdasarkan alasan dan rasionalitas 'murni'. Dalam hal ini, matinya penyiaran layanan publik dan komersialisasi serta tabloidisasi media seringkali diangkat sebagai contoh menurunnya ruang publik dan 'membodohi' debat publik.³⁶

Akibatnya, kemunculan media massa ini membuat publik lebih pasif dan karakter partisipasi politik yang dominan tergeser oleh hiburan dan komersialisme.³⁷ Serta sulit menciptakan ruang publik yang sesungguhnya, yaitu dengan diskusi maupun debat secara kritis dan rasional yang dapat melawan kekuasaan yang sudah mapan.³⁸

Ruang Publik dan Dakwah Islam di Media Sosial

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang menghadirkan media dan ruang baru telah mempercepat proses penyebaran pesan dan informasi ke khalayak umum. Kehadiran media-media ini dianggap dapat menjangkau masyarakat lebih luas tanpa harus datang ke tempat masyarakat tersebut secara langsung melainkan melalui ranah virtual. Pesan atau informasi bisa dikemas secara variatif

³⁶ Willems, Wendy Interrogating public sphere and popular culture as theoretical concepts on their value in African studies. *Africa development*, (2012) 11-26.

³⁷ Ömer Yetkinel dan Metin Çolak, "The Effects of Transformation of Public Sphere with the New Media in Academy", *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education* ISSN: 1305-8223 (online) 1305-8215 (print) 2017 13(8):5009-5018 DOI: 10.12973/eurasia.2017.00979a

³⁸ Sonia Livingstone dan Peter Lunt

dalam media jenis ini, seperti melalui gambar, video, tulisan dan lainnya. Dengan berbagai jenis pesan yang bisa disajikan baik dengan tema hiburan, edukatif, maupun informatif. Kemudahan yang dibawa oleh media ini, tidak bisa dipungkiri jika penggunaannya mencapai angka yang tinggi.

Menurut data yang dihimpun dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa pada kuartal II 2020 jumlah pengguna internet Indonesia mencapai angka 196,7 Juta Orang. Sehingga jika dibandingkan dengan data populasi Indonesia menurut Badan Pusat Statistik Indonesia ada sebanyak 266 juta jiwa, pengguna internet ini sebesar 73,7 persen dari total populasi.³⁹ Dapat dikatakan bahwa pengguna internet di Indonesia hampir mencakup seluruh penduduk Indonesia. Jangkauan yang luas membuat pengguna internet tidak hanya berasal dari kelompok tertentu namun juga berasal dari berbagai macam individu yang memiliki latarbelakang beragam dan dengan kepentingannya masing-masing. Secara alami seharusnya internet ini memberikan ruang yang sama bagi semua orang untuk terlibat dan memberikan pendapat atau gagasannya terhadap persoalan tertentu yang kemudian menyambungkannya dengan individu yang lain. Seperti halnya yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, internet menjadi media baru atau aktor yang berperan dalam ruang publik.

Dalam konteks dakwah situasi ini bisa menjadi peluang dan potensi yang besar untuk menyebarluaskan pesan-pesan dakwah secara cepat dan masif. Dengan kata lain, dakwah Islam harus bersifat terbuka dengan perubahan teknologi yang semakin hari kian berkembang. Sehingga *mad'u* yang selama ini tidak bisa dijangkau kemudian dapat disentuh melalui keberadaan media internet. Dakwah Islam melalui teknologi informasi komunikasi sebenarnya memang telah banyak

³⁹ Akhdi Martin Pratama, "Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang", Media Kompas, diakses pada 05 Desember 2020, <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>

dilakukan. Misalnya hal sederhana yang bisa dilihat melalui website NU dan Muhammadiyah, akun Youtube, facebook dan instagram NU yang memberikan konten-konten dakwah yang ditujukan kepada khalayak. Selain itu, masing-masing praktisi dakwah juga beberapa telah memiliki akun pribadi salah satunya instagram yang digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Namun, ruang publik yang faktanya memberikan kebebasan yang sama bagi semua orang juga memberikan tantangan baru bagi dakwah Islam sendiri. Seperti munculnya ladang bagi narasi-narasi radikalisme, terorisme yang kemudian membuat banyak masyarakat menerima pesan-pesan tersebut dengan mudah yang berakibat pada pemahaman masyarakat kepada Islam serta citra agama Islam itu sendiri yang bisa dianggap sebagai agama yang keras dan tertutup. Selain itu, penerimaan-penerimaan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam yang sesungguhnya menjadikan mad'u semakin menjauh karena menganggap Islam sebagai agama yang keras.

Kepala Badan Nasional Penanggulangan Terorisme Suhardi Alius menyebut internet menjadi salah satu media penting dalam penyebaran radikalisme dan terorisme. Perekrutan secara terbuka melalui website dan media sosial, bahkan pembaiatan pun dapat dilakukan secara *online*. Selama tahun 2018, menurut Data Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), terdapat pemblokiran konten yang mengandung radikalisme dan terorisme sebanyak 10.499 konten. Terdiri dari 7.160 konten di Facebook dan Instagram, 1.316 konten di Twitter, 677 konten di Youtube, 502 konten di Telegram, 502 konten di *filesharing*, dan 292 konten di situs website.⁴⁰ Begitu juga dengan yang disampaikan oleh salah satu Imam Majid di New York bahwa salah satu penyebab Islam phobia adalah media.⁴¹ Sehingga bisa dikatakan bahwa internet memiliki tantangan yang besar bagi dakwah Islam.

⁴⁰ Web Kominfo, "BNPT: Internet Jadi Media Penyebaran Terorisme", diakses pada 05 Desember 2020, https://kominfo.go.id/content/detail/18602/bnpt-internet-jadi-media-penyebaran-terorisme/0/berita_satker

⁴¹ Media Republika, "Imam Masjid New York Sebut 4 Penyebab Islamphobia", diakses pada 23 Oktober 2020, <https://m.republika.co.id>

Selain itu, teknologi yang memiliki sifat samar-samar, maya, tidak jelas, tidak secara langsung membuat seseorang bisa mengaku menjadi orang lain. Begitu juga dengan seorang da'i. Pendakwah bisa saja memiliki akun media sosial begitupun dengan orang lain yang juga memiliki media sosial serupa yang mengatas namakan da'i tersebut. Contohnya, berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada akun ustad Zaidul Akbar di instagram, hanya terdapat satu akun asli miliknya namun terdapat 38 akun yang mengatasnamakan Zaidul Akbar namun bukan dimiliki secara pribadi olehnya.

Dibutuhkan sebuah model atau pola dakwah baru untuk menjawab tantangan tersebut. Misalnya, dakwah Islam media sosial bisa diarahkan pada pembentukan ruang publik yang ideal. Dengan memenuhi beberapa indikator seperti terbuka, inklusif dan bebas dalam penerimaan atau penyampaian opini. Meski prinsipnya media sosial menyediakan sarana atau fitur komen namun setiap tanggapan atau pertanyaan oleh mad'u tidak bisa direspon secara cepat oleh da'i. Padahal untuk menjawab sebuah persoalan agama setidaknya membutuhkan sebuah diskusi bahkan perdebatan secara rasional agar tidak terjadi kesalahpahaman yang berlarut-larut terkait persoalan tersebut dan mendapat jawaban secara tuntas.

Dalam Al-Qur'an, tertuang pada QS. An-nahl ayat 125, berdebat (Al-mujadalah) menjadi salah satu metode yang dapat dilakukan dalam berdakwah. Hal ini bisa dilakukan melalui beberapa langkah: *pertama*, dengan cara menyediakan ruang dialog, berdiskusi, bahkan berdebat di *platform* tertentu seperti membuat forum *live video*, *instagram video*, *youtube*, *telegram*, *google meet*, *zoom* dan lain sebagainya. *Kedua*, ruang atau forum yang disediakan tersebut kemudian akan membahas terkait dengan topik-topik tertentu yang membutuhkan pembahasan lebih dalam atau topik yang selama ini menjadi pertanyaan dan menyebabkan kesalahpahaman cara pandang seseorang terhadap Islam. Contohnya topik tentang jihad di dalam Islam yang dibahas secara lebih fokus dan mendalam sehingga banyak masyarakat menjadi lebih paham persoalan terkait.

Ketiga, untuk membahas topik-topik tersebut maka forum dibuat secara terbuka di mana semua orang dapat hadir tanpa membedakan latar belakang masing-masing baik mad'u muslim maupun non-muslim. Da'i pun hadir sebagai fasilitator yang kemudian memiliki porsi dan posisi yang sama dengan mad'u yang hadir dalam hal menyampaikan pendapat atau berbicara. *Keempat*, semua mad'u bisa menyampaikan keraguan, persepsinya, cara pandang bahkan alasan kebenciannya kepada Islam tanpa adanya rasa takut atau dominasi dari pihak-pihak tertentu sehingga dalam forum tersebut semua mad'u bisa merasa nyaman. *Kelima*, da'i sebagai fasilitator juga bisa menyampaikan cara pandangnya dan melakukan klarifikasi terkait dengan kesalahan persepsi oleh mad'u pada Islam. Sehingga melalui forum ini bisa tercipta sebuah dialog maupun perdebatan yang bisa membentuk pemahaman bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas, maka bisa disimpulkan bahwa kehadiran media sosial selain memberikan peluang dan kesempatan juga memberikan tantangan bagi perkembangan dakwah itu sendiri. Tantangan-tantangan ini muncul, justru disebabkan adanya kemudahan akses yang dimiliki oleh banyak orang dalam ruang tersebut. Sehingga, muncul banyak narasi-narasi yang cenderung mengajak pada radikalisme, teorisme, kemudian pemalsuan akun da'i hingga pemotongan video konten dakwah. Semakin besarnya tantangan-tantangan yang dihadapi oleh dakwah ini maka konsep ruang publik yang terbuka, setara, bebas dari dominasi bagi semua individu tanpa membedakan adanya latar belakang dapat menjadi inspirasi dalam membuat pola atau bentuk baru dakwah di media sosial, yaitu dengan menyediakan forum-forum virtual secara terbuka bagi seluruh mad'u termasuk non-muslim. Kemudian da'i dan mad'u hadir sebagai orang yang memiliki hak-hak yang sama dalam menyampaikan pendapat dan cara pandang tanpa ada tekanan dari siapapun agar tercipta pemahaman bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Risdiana, Reza Bakhtiar Ramadhan,” Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi” dalam Jurnal Fikrah: Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan IAIN Kudus.
- Adut, Ari, A Theory of the Public Sphere, *Sociological Theory* 30(4) 238–262 American Sociological Association 2012 DOI: 10.1177/0735275112467012 <http://stx.sagepub.com>
- Akhdi Martin Pratama, "Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang", *Media Kompas*, diakses pada 05 Desember 2020, <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Ancuta-Gabriela Tarta, Clash of the European public spheres: offline versus online, and cultural versus political (Department of Media, Cognition and Communication University of Copenhagen, Denmark)
- Çela, Eris “Social Media as a New Form of Public Sphere”, *European Journal of Social Sciences Education and Research* May-August 2015 Vol.4, Nr. 1
- Dokumen The World Bank, “Public Sphere”, The Communication for Governance and Accountability Program (CommGAP)
- Engki Prasutomo, Hengki Wijaya, Ivan Th. J. Weismann, “The Role of Public Sphere According to Jurgen Habermas’s Perspective for Multicultural Societies in the Indonesian Context”, *FUADUNA: Jurnal Kajian Keagamaan dan Kemasyarakatan* Vol. 03 No. 02, Juli-Desember 2019.
- Media Republika, “Imam Masjid Nnew York Sebut 4 Penyebab Islamphobia”, diakses pada 23 Oktober 2020, <https://m.republika.co.id>,
- Neuman, W. L. Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jakarta: PT. Indeks. 2013.

- Ömer Yetkinel dan Metin Çolak, “The Effects of Transformation of Public Sphere with the New Media in Academy”, *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education* ISSN: 1305-8223 (online) 1305-8215 (print) 2017 13(8):5009-5018 DOI: 10.12973/eurasia.2017.00979
- Sonia Livingstone dan Peter Lunt The mass media, democracy and the public sphere. In *Talk on Television: Audience participation and public debate*. London: Routledge.1994.
- Supriadi, Yadi, “Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas, Kajian Jurnalisme, Volume I Nomor 1 Tahun 2017”<http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>
- Web KBBI, “Definisi Publik” diakses pada 04 November 2020, <https://kbbi.web.id/publik>
- Web KBBI, “Definisi Ruang” diakses pada 04 November 2020, <https://kbbi.web.id/ruang>
- Web KBBI, “Definisi Media” diakses pada 04 Desember 2020, <http://kbbi/media>
- Web Kominfo, “BNPT: Internet Jadi Media Penyebarluasan Terorisme”, diakses pada 05 Desember 2020, https://kominfo.go.id/content/detail/18602/bnpt-internet-jadi-media-penyebarluasan-terorisme/0/berita_satker
- Wheeler M. Politics and the Mass Media. Oxford: Blackwell Publishers. 224 dalam Petros Iosifidis, Mark Wheeler, “The Public Sphere and Network Democracy: Social movements and Political Change?”, *Global Media Journal* ISSN: 1550-7521 Volume 13 Issue 25 1997.
- Willems, Wendy (2012) *Interrogating public sphere and popular culture as theoretical concepts on their value in African studies*. Africa development.
- Zaenudin, Ahmad “Revolusi yang Berawal dari Media”, *media Tirto.id*, diakses pada 22 November 2020, <http://tirto.id/revolusi-yang-berawal-dari-media>.