



KORELASI ANTARA NEW MEDIA DALAM KOMUNIKASI POLITIK DAN PENDIDIKAN DAKWAH DI ERA DIGITAL

¹ Muhammad Fikri ‘Ainun Najib,²Miftakhul Rohman

^{1,2} Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Email: ¹ fikrinajib13@gmail.com, ² miftakhulrohman864@gmail.com

Informasi artikel

Received:1
Desember 2024
Accepted:15
Desember 2024
Published : 31
Desember 2024

Keyword:

new media,
political
communication,
da'wah education,
digital era, digital
literacy.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought a significant transformation in human communication patterns, including political communication and da'wah education. This research explores the correlation between the use of new media in political communication and da'wah education in the digital era. Using a qualitative content analysis approach, this research examines related literature as well as case studies of the use of digital platforms by political figures and preachers. The aim of this research is the role of new media in the world of politics and the world of da'wah. Based on the research results, it shows that new media facilitates the delivery of messages interactively, quickly and widely, both for building a political image and spreading Islamic values. However, there are challenges in the form of spreading hoaxes, polarizing opinions, and content moderation. The correlation between the two includes similar strategies, such as the use of social media algorithms, creative visualization, and compelling narratives. This research concludes the importance of digital literacy and a strategic approach to maximize the potential of new media in political communication and da'wah, while maintaining the ethics and authentic value of the message.

ABSTRAK

Kata

Kunci :

media baru,
komunikasi politik,
pendidikan
dakwah, era
digital, literasi
digital.

Perkembangan teknologi digital membawa transformasi signifikan dalam pola komunikasi manusia, termasuk dalam komunikasi politik dan pendidikan dakwah. Penelitian ini mengeksplorasi korelasi antara penggunaan media baru (new media) dalam komunikasi politik dan pendidikan dakwah di era digital. Dengan pendekatan kualitatif analisis konten, penelitian ini mengkaji literatur terkait serta studi kasus penggunaan platform digital oleh tokoh politik dan pendakwah. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana peran media baru dalam dunia politik dan dunia dakwah. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa media baru memfasilitasi penyampaian pesan secara interaktif, cepat, dan luas, baik untuk membangun citra politik maupun menyebarkan nilai-nilai Islam. Meski demikian, terdapat tantangan berupa penyebaran hoaks, polarisasi opini, serta moderasi konten. Korelasi antara keduanya mencakup kesamaan strategi, seperti penggunaan algoritma media sosial, visualisasi kreatif, dan narasi yang menarik. Penelitian ini menyimpulkan pentingnya literasi digital dan pendekatan strategis untuk memaksimalkan potensi media baru dalam komunikasi politik dan dakwah, sembari menjaga etika dan nilai autentik pesan.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era digital saat ini membuat pola komunikasi antara manusia lebih mudah. Kemudahan yang dilakukan manusia dalam berkomunikasi tidak lepas dari peran jejaring internet. Menurut pendapat Arifin mengatakan bahwa, internet merupakan bagian dari perkembangan teknologi masa kini. (Arifin, 2014:104)

Dengan perkembangan teknologi berupa internet, maka lebih banyak manusia untuk berinteraksi. Baik didalam keluarga, Masyarakat bahkan antar negara. Kecepatan internet tidak diragukan lagi.

Hal ini senada dengan pendapat tabroni yang mengatakan bahwa, kecepatan internet menyebabkan informasi menyebar dengan cepat. (Tabroni, 2012:153) maka dari itu, kewasdaan manusia dalam menggunakan internet hendaknya harus di perkuat dengan iman dan takwa agar internet tidak disalah gunakan dengan sesuatu yang tidak benar.

Aplikasi internet di era sekarang di kenal dengan new media. Jenis ini masih dianggap baru pasca pandemi covid 19. Model new media ramai digunakan saat pemilu 2014 hingga 2024. Penggunaan yang sangat mudah serta biaya terjangkau membuat banyak orang menggunakan new media untuk berbagai hal seperti politik dan Pendidikan.

New media, yang mencakup platform seperti media sosial, aplikasi berbasis internet, serta situs berbagi konten, memberikan ruang komunikasi yang lebih interaktif, cepat, dan luas dibandingkan media tradisional. Dalam konteks ini, new media menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan,

Komunikasi politik telah mengalami perubahan besar di era digital. Para politisi, partai politik, dan institusi pemerintah memanfaatkan new media untuk membangun citra, menyampaikan program, serta berinteraksi dengan konstituen. New media memungkinkan pendekatan yang lebih personal, sekaligus menciptakan tantangan baru seperti penyebaran hoaks, polarisasi opini, dan manipulasi informasi. senada dengan hasil penelitian Anna Kurniawati yang mengatakan bahwa, media sosial seperti Facebook, Youtube dan lainnya mampu membawa manusia untuk mengikutinya dan dengan tidak sadar bahwa mereka menjadi buruh bagi Perusahaan media sosial. (Kurniawati, 2021)

Dengan demikian, bahwa penggunaan new media jika di dimanfaatkan dengan baik maka akan bermanfaat. Hadirnya Pendidikan dakwah, sebagai upaya menyampaikan ajaran Islam, juga tidak terlepas dari pengaruh new media. Platform digital memungkinkan para dai dan lembaga dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengemas pesan dakwah secara kreatif, serta merespons tantangan dakwah di tengah isu-isu kontemporer. Namun, tantangan seperti moderasi konten, keberlanjutan nilai-nilai autentik, dan interaksi virtual yang dangkal perlu mendapat perhatian. terutama bagi generasi muda, para remaja akan lebih mudah terpengaruh dengan konten

yang dianggap baru dan fulgar. Maka memang perlu adanya pembinaan. Menurut hanna Auliya mengatakan bahwa, adanya pembinaan generasi remaja dengan desain grafis maka menciptakan remaja yang kreatif dan memanfaatkan media sosial menjadi lebih baik.(Rohman, Auliya, & Hardiansyah, 2024)

Komunikasi politik dan dakwah memiliki beberapa kesamaan dalam tujuan yaitu membangun kesadaran publik dan memengaruhi perilaku atau pemikiran audiens. Keduanya sering memanfaatkan platform yang sama untuk menyampaikan pesan. Oleh sebab itu, dalam kajian ini maka model riset terkait tentang korelasi keduanya di era digital menjadi penting karena, pengaruh saling Timbal Balik. Contohnya bagaimana penggunaan strategi komunikasi dalam berpolitik akan memengaruhi efektivitas dakwah, dan sebaliknya.

Upaya memasukkan nilai-nilai moral atau religius dalam pesan politik merupakan salah satu cara memahami bagaimana platform digital memengaruhi gaya penyampaian, keterjangkauan, serta efektivitas pesan

Penelitian ini relevan untuk memahami dinamika penggunaan new media dalam dua ranah yang sering bersinggungan, yakni komunikasi politik dan pendidikan dakwah. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pendekatan yang lebih strategis, etis, dan efektif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan-tujuan edukatif dan politis yang lebih besar.

Sebagaimana sudah disebutkan sebelumnya, new media sering digunakan politisi era sekarang untuk mengenalkan dirinya ke Masyarakat dan juga mempengaruhinya. Begitu juga seorang Dai dalam ceramahnya sering berkomentar di media masa. Komentar yang dilakukan oleh dai berupa pertanyaan dari jamaah kemudain di sampaikan secara umum kemudian didukung dengan kata-kata Mutiara yang akan menjadikan dai terkenal dengan jargonya.

Bedasarkan dari latar belakang ini akan membentuk landasan konseptual yang kuat untuk mengeksplorasi hubungan, tantangan, dan peluang yang ada di antara kedua aspek tersebut.

B. Metode

Dalam riset ini pendekatan yang dilakukan dengan cara kualitatif analisis konten terhadap platform new media. Menurut salim mengatakan bahwa, penelitian kualitatif menggambarkan simbol, definisi dan paparan sesuatu.(Asiva Noor Rachmayani, 2015) Sedangkan yang dimaksud dengan platform dalam penelitian ini adalah mencari beberapa literatur yang sejenis, baik dalam buku, jurnal atau data-data yang mendukung.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan Literatur terkait komunikasi politik, dakwah, dan new media serta Studi kasus penggunaan new media oleh tokoh politik dan pendakwah digital.

C. Hasil dan Pembahasan

Dalam pembahasan ini dapat diketahui bahwa jumlah Politikus di Indonesia sangat banyak. Berdasarkan data KPU di tahun 2023 terdapat 24 partia politik. Jumlah yang demikian tergolong masih

sedikit di banding tahun sebelumnya dikarenakan partai mengalami peleburan menjadi satu. Sedangkan jumlah DAI di indonesai yang menggunakan media sosial tidak terhingga. Data hanya menyebutkan bahwa Tingkat pengguna media sosial sebanyak 49,9% dengan rata-rata penggunaan selama 7 menit lebih sedikit.

Bedasarkan hasil penelitian tentang "Korelasi antara New Media dalam Komunikasi Politik dan Pendidikan Dakwah di Era Digital" dapat mencakup poin-poin berikut:

1. Penggunaan New Media sebagai Alat Komunikasi Utama

Komunikasi yang dilakukan oleh partai politik guna meningkatkan elektabilitas sebuah tokoh sering memanfaatkan media seperti halnya media sosial. Media ini digunakan untuk kampanye, contoh youtube dan facebook yang digunakan menyampaikan program kerja, dan membangun citra politik. Platform ini memungkinkan politisi menjangkau masyarakat secara langsung, memengaruhi opini publik, dan menciptakan interaksi dua arah.

Junaidi mengatakan bahwa, munculnya teknologi berupa new media dalam berpolitik memunculkan suasana baru yang lebih modern dan praktis serta evisien.(Junaedi,2011:7) hal ini dapat kita lihat dari suasana pemilu tahun 2014 hingga pemilu 2024 kampanye yang dilakukan cukup menggunakan media seperti TV dan media sosial. Contoh akun Instagram PKB,PDI-P,GERINDRA dan lain sebagainya.



Gambar. 1.1 akun youtube salah satu partai politik.

Senada dengan pendapat Efriza yang mengatakan bahwa, media dalam berpolitik tempo dulu masih menggunakan radio, TV dan media cetak saja sehingga kurang menarik jika diterapkan di era teknologi saat ini.(J. Efriza & Indrawan,2018:168) Berdasarkan hal ini maka dapat kita ketahui bahwa revolusi media sebagai sarana dalam berpolitik terus meningkat sehingga mampu mengimbangi zaman.

Adapun dalam dunia Pendidikan new media juga sangat berperan dalam penyampaian pesan. Seorang Dai dan lembaga dakwah memanfaatkan new media untuk menyebarkan ajaran Islam, melakukan kajian virtual, dan menjangkau generasi muda yang aktif di dunia digital.

Senada dengan hasil riset oleh Muhammad Rifdillah,dkk yang mengatakan bahwa, seorang dai hendaknya mengikuti perkembangan zaman dan mau tidak mau harus mengikuti era teknologi sebagai sarana siar agama Islam.(Rifdillah, Wahyuddin, Muhtarom, Mulyosaputro, & Vitisia, 2024)

oleh sebab, tidak heran sekarang banyak dai yang beralih menjadi artis dadakan hanya memanfaatkan media sebagai menyalurkan pesan kepada umat. Contoh dai yang menggunakan media youtube salah satunya K.H AnwarZahid dari bojonegoro dengan channel Anza Chanel K.H Anwar

Zahid dan masih banyak chanel yang lain.

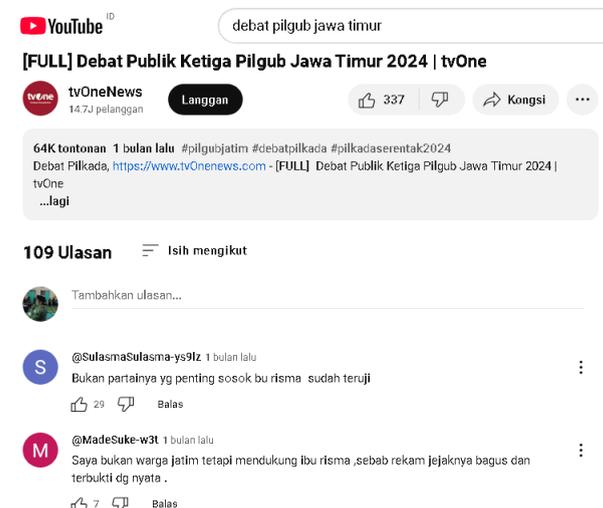


Gambar. 1.2 Chanel salah satu Dai

Bedasarkan dari paparan diatas dapat di simpulkan bahwa korelasi Keduanya memanfaatkan new media sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan yang memiliki tujuan tertentu: memengaruhi audiens. Strategi yang digunakan seringkali serupa, seperti penggunaan narasi yang menarik, visualisasi kreatif, dan interaksi langsung melalui live streaming.

2. Persamaan dan Perbedaan Strategi

Bedasarkan hasil analisis data dapat di ketahui bahwa keduanya memanfaatkan algoritma media sosial untuk meningkatkan jangkauan pesan. Fokus pada *engagement* (komentar, like, share) untuk menciptakan hubungan dengan audiens. Sebagai contoh Ketika salah satu dai ataupun politikus berkata yang dianggap kontroversial maka warga net akan berkomentar di kolom komentar pada media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi warga net terhadap media tersebut tinggi.



Gambar 1.3. Komentar warga net terkait pilkada jawa timur

Penggunaan tokoh berpengaruh (influencer/dai terkenal) sebagai magnet untuk menarik perhatian ini dilakukan oleh politikus guna meraih simpati rakyat. Berdasarkan survei Lembaga Indonesia tahun 2019 terdapat 60,3% Masyarakat jawa timur menyatakan pendapat kyai mempengaruhi pilihan pemilu.

Adapun Perbedaan komunikasi politik lebih fokus pada isu-isu yang bersifat temporal seperti pemilu, kebijakan, atau krisis politik. Pendidikan dakwah lebih mengutamakan nilai-nilai universal

yang bersifat jangka panjang dan spiritual.

Cara kyai dalam mempromosikan calon melalui foto calon Bersama dai dan juga secara terang-terangan mendukung melalui media broscas atau wawancara insentif. Menurut Athik Hidayatul Ummah mengatakan bahwa,prodcas merupakan media yang tepat bagi seorang Dai untuk berdakwah.(Ummah, Khairul Khatoni, & Khairurromadhan, 2020)

Bedasarkan dari strategi komunikasi politik dapat diadaptasi dalam dakwah untuk meningkatkan daya tarik, sementara dakwah bisa memberikan dimensi moral atau nilai etis pada pesan politik.

3. Efektivitas New Media

Komunikasi politik di new media menunjukkan hasil yang signifikan dalam membangun persepsi publik, namun rentan terhadap polarisasi, berita palsu, dan manipulasi opini. Para konsultan politik dewasa ini juga mulai menggunakan *cyberspace* sebagai wahana melakukan kampanye politik. Di masa depan, kampanye- kampanye politik akan bermain di ranah siber. Pelaku perdagangan juga sudah memulai cara ini melalui konsep memasarkan produknya melalui media baru yang bernama *E-Commerce*. Para konsultan politik ini meniru cara tersebut dengan melakukan *political branding* terhadap klien-klien mereka.(Indrawan,2019:10-11)

Contoh lain penggunaan media baru dalam politik, adalah penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye. Cara berkampanye seperti ini dilakukan oleh pasangan calon Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum saat mencalonkan diri dalam Pilkada Jawa Barat tahun 2018 yang lalu. Pasangan ini menggunakan secara efektif media sosial untuk berkampanye. Dalam kampanyenya, calon gubernur ini mempublikasikan kegiatan-kegiatan, serta program-program mereka lebih dari sepuluh kali setiap harinya di media sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram*. (Makuraga2018:61)

Terakhir, media sosial dapat menjadi tempat bertemu para *stakeholder* dalam politik yang terpisah ruang dan waktu. *Stakeholder* tersebut, seperti penguasa, pejabat, politisi, partai, kelompok-kelompok politik lainnya, dan tentunya juga masyarakat. Media sosial memungkinkan terjadinya *cyber democracy*, yaitu di mana media sosial dapat digunakan untuk menunjang aktivitas komunikasi politik. Contohnya, penguasa yang ingin menyampaikan kebijakan publik, politisi atau partai yang ingin melakukan pencitraan atau kampanye untuk pemilihan umum, dan masyarakat yang ingin mengkritik sebuah kebijakan atau aturan yang dibuat oleh penguasa. Semua interaksi ini dilakukan di dalam dunia maya.

Pendidikan dakwah menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan literasi agama di kalangan anak muda, tetapi menghadapi tantangan berupa konten dangkal, radikalisme online, dan kurangnya kontrol terhadap interpretasi ajaran.menurut alfidatur asmar mengatakan bahwa dakwah secara kultural seperti era sekarang ini harus dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan.(Asmar, 2020)

Bedasarkan korelasi new media menyediakan peluang besar untuk menjangkau khalayak luas di kedua bidang, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada kredibilitas pesan dan tokoh yang menyampaikannya.

4. Tantangan yang Dihadapi

Polarisasi masyarakat akibat pesan politik yang bersifat provokatif. Mengakibatkan penurunan kepercayaan masyarakat terhadap tokoh yang pada mulanya menjadi idola yang di akibatkan penyebaran hoaks.

Informasi yang sering berubah sewaktu-waktu membuat Masyarakat enggan untuk mengikuti perkembangan politik, mereka lebih mencari sebuah hiburan daripada mendengarkan omongan yang tidak ada ujungnya.

Begitu juga dalam dunia dakwah. Minimnya regulasi terhadap konten yang memuat ajaran islam menjadikan bahwa media ini tidak banyak di manfaatkan oleh banyak orang. Tampilan yang kurang menarik dan kalsik membuat penonton menjadi bosan.

Hubungan tentang keduanya menunjukkan bahwa pentingnya edukasi literasi digital untuk audiens agar dapat memilah informasi yang relevan, kredibel, dan bermakna.

D. Kesimpulan:

Media menjadi elemen penting dalam mendukung komunikasi politik dan pendidikan dakwah di era digital. Ada korelasi yang kuat dalam penggunaan strategi komunikasi, penyampaian pesan, dan dampaknya terhadap audiens.

Efektivitas komunikasi bergantung pada kemampuan untuk mengelola konten secara etis, relevan, dan kreatif. Bagi Komunikasi Politik: perlu memperhatikan etika komunikasi dan menghindari penyebaran informasi yang provokatif atau tidak valid. Bagi Pendidikan Dakwah Memanfaatkan teknologi untuk menciptakan konten dakwah yang relevan dengan isu-isu kekinian tanpa kehilangan nilai autentiknya.

Bedasarkan hasil riset ini akan memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi komunikasi, dan lembaga keagamaan untuk mengoptimalkan potensi new media dalam mendukung tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298> Aji, P. A., & Indrawan, J. (2019). *Cyberpolitics: Perspektif Baru Memahami Politik Era Siber*. Depok: Rajawali Pers.

Amalia, A., & Haris, A. (2019). *Wacana Islamophobia di Media Massa*. *Jurnal Medium*, 7(1), 71-81.

Arifin, A. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Berikut referensi tanpa spasi:

- Efriza&Indrawan,J.(2018).KomunikasiPolitik:PemahamanSecaraTeoritisdanEmpiris.Malang:Intrans Publishing.
- Kurniawati,A.(2021).PengaruhYoutubeDanMediaSosialFacebookTerhadapEkonomiPolitikKomunikasi.Komunida:MediaKomunikasiDanDakwah,11,233–255.<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Rifdillah,M.,Wahyuddin,W.,Muhtarom,A.,Mulyosaputro,P.,&Vitisia,V.(2024).PendidikanIslam,NewMediadanPergeseranOtoritasKeagamaan.Kaganga:JurnalPendidikanSejarahDanRisetSosial Humaniora,7(1),28–42.<https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i1.8892>
- Rohman,M.,Auliya,H.,&Hardiansyah,F.(2024).PendidikanDakwahIslamMelaluiDesignGraphisMediaSosialPadaKelompokRemaja,5(3).
- Ummah,A.H.,KhairulKhatoni,M.,&Khairurromadhan,M.(2020).PodcastSebagaiStrategiDakwahDiEraDigital:AnalisisPeluangDanTantangan.Komunike,12(2),210–234.<https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>
- Heryanto,G.G.(2011).DinamikaKomunikasiPolitik.Jakarta:PT.LaswellVisitama.
- Heryanto,G.G.,&danRumar,S.(2013).KomunikasiPolitikSebuahPengantar.Bogor:GhaliaIndonesia.
- Heryanto,G.G.&Zarkasy,I.(2012).PublicRelationsPolitik.Bogor:GhaliaIndonesia.
- Indrawan,J.(2017).DampakKomunikasidanOpiniPublikterhadapPerilakuMasyarakat.JurnalWacana,16(2),171-179.
- Indrawan,J.(2019).CyberpoliticsSebagaiPerspektifBaruMemahamiPolitikEraDiSiber.JurnalPolitica,10(1),1-15.
- Junaedi,F.(ed).(2011).Komunikasi2.0:TeoritisadanImplikasi.Yogyakarta:Aspikom.
- Makkuraga,A.(2017).PenggunaanNewMediasebagaiSaranaKampanyePolitikPadaKontestasiPilkadaJabar2018.JurnalVisiKomunikasi,16(2),55-68.
- Nawawi,H.(1997).MetodePenelitianBidangSosial.Yogyakarta:GadjahMadaUniversityPress.
- Rohaniah,Y.,&Efriza.(2017).HandbookSistemPolitikIndonesia:MenjelajahiTeoridanPraktik.Malang:IntransPublishing.
- Sukmadinata.(2006).MetodePenelitianPendidikan.Bandung:RemajaRosdakarya.
- Tabroni,R.(2012).KomunikasiPolitikPadaEraMultimedia.Bandung,SimbiosisRekatamaMedia.
- Wardhani,D.,&Makkuraga,A.(ed).(2012).TheRepositionofCommunicationInTheDynamicofConvergence:ReposisiKomunikasidalamDinamikaKonvergensi.Jakarta:Kencana.