



Volume 15 No. 1 Juli 2024

Page 83-93

Received: 30-05-2024
Revised Received: 24-07-2024

Accepted: 24-07-2024
Online Available: 31-7-2024

**PERANAN KOMUNITAS RUANG EDIT (RE)
DALAM MENGEMBANGKAN DIGITALISASI
DAKWAH DI MEDIASOSIAL**

***THE ROLE OF RUANG EDIT (RE) COMMUNITY IN
DEVELOPING THE DIGITALIZATION OF DA'WAH
ON SOCIAL MEDIA***

Lita Liqianah Kurrotu Aini^{1,a)}, Abd Basit^{2,b)}, Abdu Zikrillah^{3,c)}

^{1,2,3}Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi Cirebon

^{a)}e-mail: litaaini466@gmail.com

^{b)}e-mail: abdbasit@syekh Nurjati.ac.id

^{c)}e-mail: abdu051191zikrillah@gmail.com

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat kehidupan manusia kini tidak terlepas dari bantuan teknologi, termasuk dakwah. Di era modern ini, dakwah digital lebih dinilai efisien, karena dapat mudah dijangkau oleh siapapun di media sosial. Oleh karena Komunitas Ruang Edit memberikan wadah bagi pengembangan digitalisasi dakwah di media sosial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah, 1) Digitalisasi dakwah komunitas RE dikelola dan dikembangkan oleh tim ODOS (One Day One Story), 2) Peran yang diberikan oleh Komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah ialah a. Menentukan tema poster dakwah, b. membuat poster dakwah digital, c. melakukan pengoreksian, c. melakukan publikasi di Instagram Story @ruang_edit 2). Strategi yang dilakukannya ialah a. melakukan pelatihan desain grafis, b. membuat konten yang berkualitas dan relevan, c. menciptakan inovasi secara berkala.

Kata Kunci: Digitalisasi Dakwah; Media Sosial; Komunitas RE; Poster Dakwah



ABSTRACT

Along with the rapid development of the era, human life is now inseparable from the help of technology, including da'wah. In this modern era, digital da'wah is considered more efficient because it can be easily accessed by anyone on social media. The Ruang Edit (RE) Community provides a forum for the development of digital da'wah on social media. The research method used in this research is a qualitative method with a case study approach. The results found in this research are 1) the digitalization of da'wah by the RE Community was managed and developed by the ODOS (One Day One Story) team, 2) The role given by the RE Community in developing the digitalization of da'wah was a. determining the theme of the da'wah poster, b. making digital da'wah posters, c. making corrections, and d. publishing on Instagram Story @ruang_edit, and 3) The strategies carried out by RE were a. conducting graphic design training, b. creating quality and relevant content, and c. creating innovations regularly.

Keywords: Da'wah Poster; Digitalization of Da'wah; Social Media; RE Community

1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi sangat pesat, dan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini membuat masyarakat semakin aktif dan mudah dalam mencari informasi. Salah satu perkembangan teknologi yang paling banyak digunakan saat ini adalah smartphone. Kehadiran smartphone membuat masyarakat semakin pintar dan mudah dalam mencari informasi yang tersedia.

Dengan adanya smartphone, bukan hanya digunakan sebagai alat untuk mencari informasi saja, namun dengan adanya smartphone, dapat berkomunikasi dengan orang-orang yang jauh, dengan adanya smartphone, dapat mempermudah mencari tahu serta dapat mempermudah untuk bersilaturahmi dengan siapapun. Melalui fitur-fitur yang terdapat di smartphone salah satunya adalah fitur-fitur di media sosial masyarakat dapat berekspresi dengan menuangkan ide-ide kreatifnya untuk berkarya.

Namun dengan seperti ini kehadiran dari media sosial dapat menjadi sebuah tantangan bagi masyarakat Indonesia ataupun dapat

menjadi peluang yang dapat digunakan oleh para pendakwah yang ada di Indonesia. Jika dilihat aktivitas- aktivitas yang bernuansa dakwah dahulu hanya sekedar dilakukan dengan menggunakan media-media konvensional, seperti kegiatan pengajian, jumatatan serta selamatan bahkan pertemuan- pertemuan lainnya. Dengan seiringnya perkembangan zaman yang semakin canggih, kini kegiatan-kegiatan atau aktivitas-aktivitas bernuansa dakwah pun telah berkembang, kini dakwah dapat dilakukan melalui media cetak, kemudian melalui radio, melalui film, melalui televisi atau bahkan dapat melalui media sosial yang ada. Dengan adanya perkembangan zaman, maka media dalam berdakwah pun ikut berkembang juga, bahkan ini dapat menambah serta meluaskan jangkauan dan target dari dakwah yang akan disampaikan (Rohman 2019).

Di era milenial ini, banyak sekali perubahan yang dapat dirasakan oleh masyarakat, terutama perubahan di dalam berdakwah, dakwah di zaman dahulu, hanya dilaksanakan dari rumah ke rumah, dari mimbar ke mimbar

ataupun dari masjid ke masjid. Namun di era milenial ini, dakwah dapat dilakukan dimanapun, tidak terbatas oleh tempat dan waktu. Dinamika perubahan dalam dakwah ini juga pasti membuat metode dalam penyampaian dakwah atau dalam berdakwah juga pastinya mengalami perubahan. Oleh karena itu metode yang digunakan dalam berdakwah juga harus menyesuaikan perkembangan zaman yang ada ataupun menyesuaikan tema permasalahan yang sedang menjadi tren di zaman sekarang ini (Ritonga 2019).

Salah satu komponen pendukung dakwah digital adalah para *da'i* mempunyai peluang baru untuk berdakwah mengikuti tren saat ini, yaitu menggunakan media sosial. Media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan dakwah di era ini. Para *da'i* harus menyiapkan materi yang berkualitas tinggi agar dakwahnya berhasil dengan maksimal. Maka adanya media sosial ini memudahkan para *da'i* untuk berdakwah secara digital dengan menyampaikan pesan dakwah ke dalam fitur yang ada di media sosial.

Banyak sekali komunitas yang bergerak di bidang dakwah visual, yang salah satunya yaitu Komunitas Ruang Edit (RE). Oleh karena itu, penulis mengambil komunitas yang bergerak dalam bidang desain dan komunikasi visual yakni Komunitas Ruang Edit (RE) yang berisikan para generasi milenial yang semangat dalam menyebarkan ajakan-ajakan kebaikan.

Komunitas RE adalah sebuah komunitas yang bergerak dalam bidang editing atau lebih tepatnya sebuah komunitas yang meningkatkan soft skill dari para members-nya untuk bisa mengetahui lebih jauh dari pada editing.

Dalam Komunitas ini ada proses yang diberikan oleh Komunitas RE yakni memberikan pelatihan desain grafis, dengan dipandu oleh seorang mentor dalam memberikan materi berupa video tutorial pembuatan poster dakwah digital ke WhatsApp Group agar para member bisa mengaksesnya dan mempraktikannya. Pada awalnya, setiap member yang bergabung dalam Komunitas RE tidak memiliki skill dasar editing atau skill desain komunikasi visual.

Pada praktiknya member Komunitas RE membuat poster dakwah digital sesuai dengan target yang diinginkan. Selain itu dalam Komunitas RE terdapat kegiatan ODOS (One Day One Story) yang di kemas dalam bentuk poster yang berisikan motivasi atau reminder yang akan di unggah setiap harinya di WhatsApp Story dan Instagram Story pukul 07:00-08.00 Pagi oleh anggota Komunitas RE. Pentingnya masalah ini di bahas untuk menambah wawasan terhadap strategi dakwah yang ada di era modern ini, salah satunya mengenai digitalisasi dakwah sebagai strategi dakwah yang efektif dan efisien di era modern ini dan sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan salah satu strategi dakwah yakni digitalisasi dakwah, serta memberikan gambaran bahwasanya dengan adanya desain komunikasi visual dapat menambah kesan yang menarik dalam digitalisasi dakwah.

Untuk menunjang digitalisasi dakwah pada penelitian ini maka diperlukan adanya teori yang mendukung, adapun teori yang digunakan yakni 1. Komunikasi Massa, 2. Strategi Pengembangan Media Dakwah, 3. Metode

Dakwah, 4. Sumber, Materi dan Konten Dakwah, 5. Desain Komunikasi Visual, 6. Media Sosial.

Rumusan Masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana peran komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah dan Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah serta mengetahui strategi yang dilakukan oleh komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah.

2. Metodologi Penelitian

Langkah-langkah atau metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata dan disajikan berdasarkan wawasan secara rinci yang diperoleh dari sumber informan serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin, Idris, dan Tabrani 2015).

Menurut pendapat lain penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi deskriptif atau penjelasan yang berupa kata-kata tertulis atau perkataan para informan yang ikut serta dalam penelitian (Ahmad dan Suyitno 2006).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi Kasus, yang merupakan rancangan penelitian yang bersifat komprehensif, intens,

memerinci, dan mendalam, serta lebih diarahkan sebagai upaya untuk menelaah masalah – masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer (berbatas waktu) (Assyakurrohim et al. 2023). Pendekatan Studi Kasus digunakan untuk melihat secara rinci dan komprehensif sebuah temuan dalam suatu problematika atau bahasan yang dikaji. Pada penelitian ini berfokus kepada melihat peran Komunitas Ruang Edit dalam mengembangkan dakwah melalui media digital.

Adapun yang menjadi sumber data yang ada di dalam penelitian ini terbagi menjadi dua sumber data:

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti sebagai pengumpul data (Sugiyono 2019). Dalam hal ini, data primer ini didapatkan hasil wawancara kepada pendiri Komunitas Ruang Edit, para koordinator wilayah komunitas.

Ruang Edit dan beberapa orang dari anggota komunitas Ruang Edit itu sendiri. Di dalam penelitian yang sedang dilakukan ini, data primer yang ingin dicari serta digali ialah data-data seputar komunitas RE, seperti Sejarah awal mula terbentuknya Komunitas RE ini, kemudian data mengenai pemekaran wilayah dari Komunitas RE dalam membantu mengembangkan digitalisasi dakwah di media sosial.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi dari sumber lain yang dapat diperoleh dari buku- buku dan artikel-artikel dari website yang berkaitan

dengan penelitian ini atau informasi yang berasal dari orang lain atau tidak langsung dari data yang masuk, data ini menunjang pembahasan dan penelitian, sehingga diperoleh beberapa sumber buku atau informasi. membantu dan meninjau penelitian secara kritis.

Untuk mendapatkan informasi tersebut, peneliti mengambil beberapa buku, website dan contoh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini (Umar 2013). Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh penulis dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, dokumentasi, artikel maupun internet yang masih berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Peran Komunitas Ruang Edit (RE) dalam Mengembangkan Digitalisasi Dakwah di Media Sosial

Dakwah, secara bahasa (etimologi) merupakan kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar. Kata dakwah berasal dari kata : *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti seruan, panggilan, undangan, atau do'a. Secara etimologis kata dakwah berarti (1) panggilan; (2) Menyuruh; (3) Menegaskan atau membela sesuatu; (4) Perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan (5) memohon dan meminta, atau do'a. Artinya proses penyampaian pesan tertentu berupa ajakan, seruan, undangan, untuk mengikuti pesan tersebut atau menyeru dengan tujuan untuk mendorong seseorang supaya melakukan cita-cita tertentu. Oleh karena itu dalam kegiatannya ada proses mengajak, maka orang yang mengajak disebut *da'i* dan orang yang diajak disebut *mad'u* (Muriah 2000).

Dakwah merupakan suatu rangkaian

kegiatan yang melibatkan unsur-unsur tertentu dalam membentuk sebuah sistem yang saling berhubungan secara sistematis dan fungsional untuk mencapai tujuan dakwah. Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan ajaran yang dibawa oleh para rasul-Nya, meneguhkan berita yang disampaikannya, dan menaati perintah-perintah-Nya (Sukayat 2009). Sedangkan menurut Fadlullah (1997) secara bahasa kata dakwah cukup aktifitas *amar ma'ruf nahi mungkar*. Penafsiran demikian didasarkan pada dalil bahwa *Amar ma'ruf Nahi mungkar* adalah amalan dakwah untuk mendidik umat dan mengikuti amal shaleh, sedangkan perbuatan *Nahi mungkar* merupakan pelaksanaan dakwah untuk mengajak umat agar menjauhi dan meninggalkan segala perbuatan jahat dan jelek.

Oleh karena itu, kedua perbuatan tersebut mempunyai makna dakwah dan seruan dakwah untuk berbuat adil dan beramal shaleh serta tidak melakukan perbuatan yang jelek dan buruk (Fadlullah 1997).

Digitalisasi dakwah adalah sebuah proses untuk mengubah (merekam, mengemas, dan menyajikan) informasi dakwah dari format analog menjadi format digital sehingga lebih mudah untuk diproduksi, disimpan, dikelola, dan didistribusikan. Di era digital saat ini, hampir semua manusia menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang mudah untuk digunakan. Hanya dengan memanfaatkan jaringan internet, mereka dapat berinteraksi dengan sangat mudah dan cepat meski tidak sedang bertatap muka. Inilah yang dimanfaatkan oleh para pendakwah Islam, mereka tidak harus berdakwah pada lingkup majelis ta'lim yang berisikan

ceramah, tausiyah dan nasihat tentang ilmu keagaaman seperti syari'at islam, tauhid, dan lain sebagainya. Kelebihan fasilitas yang disediakan oleh media sosial menjadi kelebihan tersendiri bagi masyarakat virtual khususnya bagi para juru dakwah dan para *da'i* dalam menyampaikan atau membagikan informasi tentang dakwah islam tanpa harus secara langsung bertemu dengan mereka (Syukur dan Hermanto 2021).

Digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh komunitas RE, dikelola oleh tim ODOS (One Day One Story), adapun tugas, fungsi serta tujuan dibentuknya tim ini ialah tugasnya untuk memberikan edukasi-edukasi yang bermanfaat, baik itu edukasi seputar nilai keislaman ataupun edukasi yang bersifat umum. Selain itu, tujuan dibentuknya Tim ODOS Komunitas RE ialah untuk mengenalkan Komunitas RE itu sendiri kepada Masyarakat umum. Bukan hanya itu saja, tujuan dibentuknya Tim ODOS Komunitas RE yaitu mempublikasikan poster-poster dakwah yang telah dibuat oleh member Komunitas RE atau dari Tim ODOS itu sendiri (Habibie D. M., 2021).

Peranan yang dilakukan oleh Komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah yakni dengan melalui tim ODOS (One Day One Story), adapun pengembangan digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh tim ODOS Komunitas RE ini diantara lain seperti:

a. Menentukan Jenis Isi Dari Setiap Konten Dakwah

Dalam penentuan jenis isi dari konten dakwah yang sering diangkat dan dikemas ke dalam poster dakwah oleh tim ODOS

Komunitas RE ini ialah isi dakwah seputar reminder (peringat), motivasi, hadis dan ayat-ayat Al-Qur'an ataupun nasihat-nasihat dari para ulama.

b. Melakukan Pengoreksian Poster Dakwah Digital

Tim ODOS memiliki tugas untuk melakukan pengoreksian poster-poster yang telah berhasil dibuat oleh member. Hal yang dikoreksi dari tim ODOS Komunitas RE terhadap pembuatan poster dakwah yakni, 1) kualitas desainnya, dengan mempertimbangkan beberapa unsur yang ada di ilmu desain komunikasi visual, seperti titik, garis, bidang, ruang, warna, tekstur, ilustrasi, layout, dan tipografi (Wahyuningsih 2015). 2) sumber rujukan dari isi konten yang telah dibuat, karena dalam berdakwah tidaklah pantas apabila menyampaikan pesan dakwah yang tidak jelas rujukannya dari mana, karena kelak akan menimbulkan fitnah serta akan menyebabkan yang melihat poster dakwah tersebut terkena hoax.

Setiap poster dakwah yang di desain oleh tim ODOS Komunitas RE harus memenuhi lima kriteria desain yang baik, diantaranya; 1) tema atau fokus poster harus sesuai dengan tujuan dakwah; 2) poster harus memiliki daya pengaruh yang kuat; 3) isi poster harus konsisten dengan nilai-nilai dakwah; 4) komposisi objek desain harus seimbang; 5) tipografi poster harus menarik (Supriyono 2010).

c. Melakukan Pembuatan Poster Dakwah

Setiap anggota dari tim ODOS diberikan amanah untuk melakukan pembuatandesain poster dakwah sebanyak 2 poster, dengan diberikan kebebasan dalam melakukannya

berdasarkan *style* desain dari setiap anggotanya, dan poster dakwah yang dibuat berisikan seperti ayat-ayat Al-Qur'an, hadis-hadis, kutipan dari para ulama, kutipan dari para influencer ataupun berisikan motivasi- motivasi yang dapat menambah keimanan serta menambah wawasan keislaman para pembacanya.

Poster dakwah digital yang dibuat oleh Tim ODOS Komunitas RE, isinya berdasarkan sumber dakwah seperti:

1) Al-Qur'an

Sebagai landasan Islam, Al-Qur'an adalah sumber petunjuk. Oleh karena itu, Al-Qur'an sebagai bahan dakwah yang utama merupakan sumber terpenting dan pertama yang menjadi landasan bahan dakwah. Keseluruhan Al-Qur'an adalah bahan dakwah. Dalam hal ini, khatib harus menguasai Al-Qur'an baik dari segi bacaannya maupun penguasaan isi Al-Qur'an.

2) Hadis

Hadis merupakan sumber kedua dalam islam. Hadis adalah penjelasan- penjelasan dari nabi dalam mewujudkan kehidupan berdasarkan Al-Qur'an. Dengan menguasai hadis maka seorang dai sudah memiliki bekal dalam menyampaikan tugas dakwahnya. Penguasaan terhadap materi dakwah hadis ini sangat penting bagi para pendakwah, karena karena banyak ajaran Islam dalam Al-Qur'an yang ditafsirkan melalui sabda Nabi yang terkandung dalam hadis.

d. Melakukan Publikasi Poster Dakwah di Media Sosial

Poster dakwah digital yang telah dibuat

oleh TIM ODOS kemudian dipublikasikan melalui media sosial fitur stories Instagram Komunitas RE @ruang_edit. Mengenai jadwal publikasi poster dakwah yang dilakukan oleh tim ODOS Komunitas RE ini berkisar dari pukul 07.00 – pukul 08.00, hal tersebut dilakukan secara serentak.

3.2 Strategi Komunitas RE dalam Mengembangkan Digitalisasi Dakwah di Media Sosial

a. Pelatihan Desain Grafis

Strategi yang dilakukan pertama oleh Komunitas RE dalam mengembangkandigitalisasi dakwah ialah dengan mengadakan pelatihan desain grafis. Namun dalam pelaksanaannya perlu ada beberapa tahapan yang perlu disiapkan dengan sebaik-baiknya.

Dalam tahap persiapan (*planning*), Komunitas RE memberikan kesempatan kepada para member untuk menjadi seorang pemateri, jika terdapat member yang bersedia untuk memberikan materi pelatihan desain grafis, maka orang tersebut akan mengajukan kepada founder, dengan memaparkan materi yang kelak akan disampaikan, salah satu materi yang telah disampaikan dalam pelatihan ini ialah materi mengenai *Glitch Typhography*.

Materi tersebut diberikan dikarenakan seorang pemateri yang bernama Ghazi melihat bahwa member Komunitas RE ini masih banyak yang belum menguasai terkait materi tersebut. Hal ini sangat selaras, karena setelah pemateri dan materi yang akan disampaikan telah ada, maka perencanaan berikutnya ialah, dapat mencapai target para member memahami, menguasai bahkan dapat melakukan improvisasi terkait materi- materi yang telah diberikan di dalam pelatihan desain grafis tersebut. Karena untuk menunjang

keberhasilan dakwah digital di media sosial ini, maka perlu adanya penguasaain seputar ilmu desain grafis. Kemudian dalam Pengelompokan (*organizing*), seorang pemateri pelatihan design grafis komunitas RE mengelompokkan orang-orang atau member RE yang mengikuti pelatihan *Creative Glicth Typography* serta mempunyai tanggung jawab untuk menyetorkan hasil karya nya sesuai dengan tema materi yang disampaikan.

Dalam Pengarahan (*actuating*) pelatihan yang diselenggarakan oleh komunitas RE khususnya dibidang design grafis dilakukan dengan memberikan pemaparan materi selayaknya pembelajaran secara langsung pada umumnya. Namun yang membedakan pelaksanaannya secara online menggunakan media *WhatsApp Group*. Pelatihan ini diisi oleh pemateri dari admin kelas atau dari anggota Komunitas RE yang sudah berkompeten dibidang design grafis. Dalam hal ini, member Komunitas RE yang mengikuti pelatihan tersebut, mereka membuatnya dengan cara menyimak tutorial video yang telah disampaikan. Kemudian tidak ada batasan design seperti apa, tidak harus sama dengan contoh yang diberikan.

Dalam pengawasan (*controlling*), pemateri dengan dibantu dari setiap admin kelasnya melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pemberian tugas yang diberikan kepada setiap member yang mengikuti pelatihan tersebut, setiap member diberikan kebebasan, tidak ada batasan deisgn, tidak terpaku dengan contoh materi yang berikan sehingga member komunitas RE bisa mengimprovisasi design yang akan dibuat,

namun tetap mengandung nilai *glitch typography* di dalam karya tersebut.

b. Membuat Konten yang Berkualitas dan Relevan

Untuk mengembangkan digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas RE adalah membuat konten yang berkualitas dengan cara menyelipkan pesan-pesan yang bernuansa Islami secara kreatif dan inovatif sesuai dengan target yang diinginkan.

Dalam tahap perencanaan, setiap member RE, baik itu member umum RE maupun member dari tim ODOS, dalam membuat konten yang berkualitas tersebut, harus melihat terlebih dahulu, tema yang telah ditentukan, kemudian dilakukannya penyeselarasan antara tema dengan isi yang akan disampaikan, kemudian, antara isi dengan ilustrasi harus saling berkaitan. Hal tersebut agar konten poster dakwah yang disampaikan menjadi tidak monoton, dan memiliki daya tarik bagi para *mad'u* atau penonton.

Kemudian dalam pengorganisasian (*organizing*), setiap member yang tergabung dalam tim ODOS (*One Day One Story*) Komunitas RE, diberikan kewajiban untuk melakukan pembuatan poster dakwah digital, berdasarkan tema yang telah ditentukan.

Dalam tahap pergerakan (*actuating*), setiap member yang mendapat tugas untuk melakukan pembuatan desain poster dakwah digital, diberikan kebebasan dalam melakukan proses desain poster tersebut, kemudian diberikan kebebasan pula mengenai gaya desain yang ingin digunakan. Kemudian tahap berikutnya yakni pengawasan (*controlling*), dalam tahap ini, poster yang telah selesai dibuat oleh setiap member,

dikirimkan melalui grup, kemudian dilakukan pengoreksian. Hal utama yang menjadi perhatian dalam mengoreksi ialah, rujukan yang diambil untuk isi.



Gambar 1. Poster Dakwah Berisi Pahlawan
Sumber: Telegram Group “Ruang Edit Story”

Salah satu gambar di atas merupakan hasil poster dakwah yang telah dibuat oleh Meli Malik selaku Tim ODOS (One Day One Story) Komunitas RE. Poster tersebut memiliki kesalahan yang fatal, dibagian Peran Bung Tomo pada awalnya Meli Malik memasukan informasi yang bukan Bung Tomo seorang pahlawan nasional, melainkan Bung Tomo yang lain, sehingga perlu diubah kembali informasinya, sebab poster yang dibuat oleh Tim ODOS harus sesuai dengan sumber yang akurat.

c. Menciptakan Inovasi Secara Berkala

Inovasi secara berkala yang dilakukan oleh Komunitas RE mengenai pengembangan digitalisasi dakwah di media sosial ialah dengan membuat ODOS (*One Day One Story*) yang dipublikasikan di Instagram Story@ruang_edit.

Sama seperti strategi yang lainnya, dalam menciptakan inovasi secara berkala, Komunitas RE ini perlu melakukan beberapa tahap agar strategi dalam mengembangkan

digitalisasi dakwah ini berjalan dengan baik. Dalam tahap perencanaan, menentukan tema dari poster digital yang akan dipublikasi di ODOS (*One Day One Story*), tema-tema tersebut dilihat berdasarkan hari-hari penting, seperti hari pahlawan, kemudian, hari puasa Ramadhan, maulid nabi, dan lain sebagainya.

Kemudian tahap berikutnya pengorganisasian, setiap member yang tergabung dalam tim ODOS (*One Day One Story*) Komunitas RE, diberikan kewajiban untuk melakukan pembuatan poster dakwah digital, berdasarkan tema yang telah ditentukan.

Kemudian tahap berikutnya ialah tahap pergerakan/pengarahan (*actuating*), dalam hal ini, pimpinan ODOS Komunitas RE memberikan pengarahan dalam membuat konten inovasi dengan melihat segi desain, aturan typography dan keakuratan sumber.

Tahap terakhir ialah tahap pengawasan (*controlling*), sebenarnya *controlling* ini sama saja seperti *controlling* pembuatan konten yang berkualitas, yaitu pimpinan ODOS Komunitas RE selalu memeriksa dan mengawasi tim ODOS dalam pembuatan kontennya baik itu konten yang berkualitas ataupun konten yang inovasi.

4. Simpulan dan Saran

Komunitas RE ini memiliki banyak sekali fokus bidang pergerakannya, mulai dari sosial, pendidikan bahkan sampai dakwah. Dalam dakwah, komunitas RE pun memiliki peranan yang penting, terutama dalam merealisasikan dakwah digital yang relevan sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam fokus bidang dakwah Komunitas RE ini memiliki satu program, yakni ODOS (*One Day*

One Story), ODOS di dalam Komunitas RE ini berupa poster-poster digital, poster tersebut nantinya akan berisikan sebuah reminder (peringat) atau motivasi- motivasi yang dapat membuat semangat para pembaca. Program ini dikelola oleh tim ODOS (One Day One Story). Strategi yang dilakukan oleh Komunitas RE dalam mengembangkan digitalisasi dakwah yaitu Komunitas RE mengadakan pelatihan design grafis yang mana pelatihan ini untuk menunjang pengembangan digitalisasi dakwah yang disalurkan ke dalam tim ODOS Komunitas RE, selain itu untuk mengembangkan digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas RE adalah membuat konten yang berkualitas dan relevan dengan cara menyelipkan pesan-pesan yang bernuansa Islami, secara kreatif dan inovatif sesuai dengan target yang diinginkan serta konten yang relevan dibuat dengan desain yang sedang tren, berita cara menciptakan jenis style desain yang berbeda dan dibuat semenarik mungkin sesuai dengan tema yang ada viral, dan menciptakan konten dengan inovasi secara berskala dengan cara menciptakan jenis *style* desain yang berbeda dan dibuat semenarik mungkin sesuai dengan tema yang ada.

Adapun saran bagi para penulis ataupun peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sama, Jika informasi atau data di dalam penelitian ini dirasa kurang lengkap, mohon ditambahkan kembali informasi- informasi tersebut, agar informasi di dalam penelitian ini bisa menjadi lengkap pada penelitian berikutnya, jika terdapat penelitian yang sama seperti penelitian yang sedang penulis lakukan ini dan referensi atau bahan rujukan yang penulis

gunakan, masih kurang banyak, terutama rujukan yang menjadi sumber primer dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis menyarankan untuk dapat ditambahkan kembali data-data atau informasi- informasi dari buku-buku yang berkaitan dengan strategi pengembangan media.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Tanzeh, and Suyitno. 2006. *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya: ELKAF.
- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikham, Rusdy A Sirodj, and Muhammad Win Afgani. 2023. "Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3 (1): 1–9. <https://doi.org/DOI:10.47709/jpsk.v3i01.1951>.
- Fadlullah, Muhammad Husain. 1997. *Metodologi Dakwah Dalam Al-Qur An*. Jakarta: Lentera.
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Ritonga, Muslimin. 2019. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)* 3 (1): 60–77. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKP I/article/view/4263>.
- Rohman, Dudung Abdul. 2019. "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial." *Tatar Pasundan Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* 13 (2): 121–33. <https://media.neliti.com/media/publications/299535-komunikasi-dakwah-melalui-media-sosial-b30ad3da.pdf>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukayat, Tata. 2009. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Syukur, Abdul, and Agus Hermanto. 2021. *Dakwah Di Era Digital (Dakwah Moderat)*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wahyuningsih, Sri. 2015. *Desain Komunikasi*

Visual. Madura: UTM PRESS.

Walidin, Warul, Saifullah Idris, and Tabrani.
2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press.