

Strategi Dakwah Virtual Reality (VR) Journey Sebagai Media Dakwah Modern

Nabila Yasmin Ramadhani *, Ida Afidah, Parihat Kamil

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

yasminnabila266@gmail.com, idaafidah26@gmail.com, parihat.kamil2004@gmail.com

Abstract. Islamic Da'wah is growing rapidly along with technological advances, transforming from traditional media to Virtual Reality (VR) which offers an immersive experience in conveying the stories of Prophets and Messengers. This innovation makes da'wah more attractive, especially for the digital generation who are accustomed to advanced technology. This research aims to understand the role of VR as a modern da'wah media, explore the strategies used in the VR Journey, and analyze the opportunities and challenges that arise. Using a descriptive qualitative approach, this research examines Al-Bayanuni's da'wah strategies that include Sentimental, Rational, and Sensory approaches. In Indonesia, the collaboration between Faheem Aref and Muhammad Bayazid with an American company gave birth to VR Journey. Although initially less accepted, VR Journey has now become a popular media for da'wah. The main challenge faced is the lack of public understanding of VR technology. However, promotions carried out by influencers have succeeded in increasing the popularity of VR Journey, showing the great potential of digital technology in expanding the reach and effectiveness of Islamic da'wah.

Keywords: *VR Journey, Da'wah Strategy, Modern Da'wah.*

Abstrak. Dakwah Islam berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi, bertransformasi dari media tradisional ke Virtual Reality (VR) yang menawarkan pengalaman imersif dalam menyampaikan kisah Nabi dan Rasul. Inovasi ini menjadikan dakwah lebih menarik, terutama bagi generasi digital yang terbiasa dengan teknologi canggih. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran VR sebagai media dakwah modern, mengeksplorasi strategi-strategi yang digunakan dalam VR Journey, serta menganalisis peluang dan tantangan yang muncul. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji strategi dakwah Al-Bayanuni yang mencakup pendekatan Sentimental, Rasional, dan Indrawi. Di Indonesia, kolaborasi antara Faheem Aref dan Muhammad Bayazid dengan perusahaan Amerika Serikat melahirkan VR Journey. Meskipun pada awalnya kurang diterima, kini VR Journey telah menjadi media dakwah yang populer. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap teknologi VR. Namun, promosi yang dilakukan oleh influencer berhasil meningkatkan popularitas VR Journey, menunjukkan potensi besar teknologi digital dalam memperluas jangkauan dan efektivitas dakwah Islam.

Kata Kunci: *VR Journey, Strategi Dakwah, Dakwah Modern.*

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan bagian yang sangat penting di dalam ajaran Islam, karena berkembang tidaknya ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat amat ditentukan akan aktivitas para da'i dalam menyampaikan dakwahnya sebagai ajaran yang menuntut penyampaian dan penyebaran. Setiap muslim senantiasa berada dalam kisaran fungsi dan misi risalah melalui media dakwah, baik ke dalam maupun ke luar lingkungan umat Islam, dengan memperhatikan akidah, akhlak, dan ketentuan lainnya yang intinya sesuai dengan konsep Islam (Saefudin, 1996: 1).

Dakwah menurut istilah mengandung beberapa arti yang beragam (Rakhmawati, 2016). Banyak para ahli ilmu dakwah memberikan definisi menurut versi sudut pandang yang berbeda. Meskipun demikian akan lebih terasa kalau semuanya itu saling melengkapi. Untuk lebih jelasnya di bawah ini akan diuraikan beberapa definisi dakwah, salah satu diantaranya adalah: Amrullah Ahmad berpendapat sebagai berikut: "Dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio kultural dalam mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tersebut (Amrullah, 1984: 2)".

Berbicara dakwah di zaman sekarang, tentu tidak terlepas kaitannya dakwah pada zaman dahulu. Kita tentu tidak bisa memperbandingkan strategi, efektifitas, metode dakwah yang paling baik untuk ukuran saat ini kalau tidak ada pembanding dengan sebelumnya. Dahulu dalam berdakwah adalah menggunakan berbagai media sebagai hasil kreasi para juru dakwah. Mereka menyebarkan dakwah melalui wayang, teater dan sastra. Seiring dengan berjalannya waktu adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang ini membuat sebuah media informasi kini beralih ke dalam media *Virtual Reality* (VR). *Virtual Reality* (VR) telah berkembang sebagai salah satu teknologi yang dapat mendukung perkembangan media dakwah. VR memungkinkan keterlibatan pengetahuan dengan cara yang mudah, baik, tepat, cepat, dan bermanfaat. Pada tahun 1993, SEGA -sebuah perusahaan game asal Jepang -mulai mengembangkan teknologi VR dengan mengumumkan kacamata protipe VR pertama di ajang CES. Kini, VR telah menyebar ke berbagai sektor, seperti game, militer, kesehatan, desain, dan pendidikan. Perkembangan dalam Bidang Teknologi yaitu *Virtual Reality* atau (VR) yang berupa Gambar atau Video berdimensi 3D ini semakin banyak penggunaannya. Strategi VR dalam berdakwah adalah salah satu cara inovatif untuk menyebarkan pengalaman pertama nonton kisah Nabi dan Rasul secara virtual, biasanya cuma baca dan dengerin cerita dan sekarang dibuat benar-bener kaya nyata, guncangannya, anginnya, wanginya berasa ada disitu. Dari awal sampai akhir semua visualnya keren banget rasanya nyata kaya benar-bener kita lagi ada di tempat kejadian, jadi tau gimana ilustrasi kisah Rasul dulu.

B. Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Maksudnya adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, dokumen, gambar dan bukan angka-angka.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sejarah VR Journey Indonesia

Faheem Aref dan Muhammad Bayazid, dua pemuda asal Qatar, memiliki visi untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman melalui teknologi. Mereka bekerja sama dengan sebuah perusahaan *Virtual Reality* (VR) dari Amerika Serikat untuk menciptakan *Light Art VR*, sebuah inovasi baru dalam teknologi VR. Inovasi ini pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada acara Halal Fest yang diadakan di Mall Senayan Park, Jakarta, pada tahun 2023.



Gambar 1. Logo Light Art VR

Dalam merancang konten Light Art VR, Faheem dan Muhammad mengambil inspirasi dari literatur Islam klasik. Mereka bertujuan untuk menciptakan visualisasi yang dapat mempermudah pemahaman pengguna tanpa memerlukan imajinasi berlebihan, sehingga pengguna dapat melihat representasi yang jelas dari kisah-kisah yang terdapat dalam ajaran Islam. Light Art VR juga memiliki potensi untuk diterapkan di berbagai negara, mengingat perangkat ini mendukung berbagai bahasa, termasuk bahasa Inggris, Indonesia, Malaysia, dan Mandarin, dengan total dukungan untuk 11 bahasa. Konten yang disajikan bersifat naratif, menceritakan sejarah Islam tanpa elemen doktrinasi, sehingga cocok untuk digunakan di berbagai tempat dan oleh berbagai kalangan.

Visi dan Misi dari VR Journey adalah memfasilitasi pembelajaran yang lebih mudah dan interaktif melalui VR Journey, sehingga pengguna tidak hanya terbatas pada membaca atau membayangkan, tetapi juga dapat memvisualisasikan materi dengan lebih jelas dan mendalam. Selain itu, VR Journey berperan sebagai sarana dakwah bagi para pekerja yang terlibat di dalamnya.

Strategi dakwah sentimentil (al-manhaj al-'athifi) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Gaya penyampaian dakwah dengan menggunakan strategi 'athifi adalah dengan mau'izhah hasanah (pengajaran yang baik) dengan menggunakan beberapa macam bentuk dakwah seperti menceritakan kisah-kisah teladan yang bisa diambil pelajaran darinya, menjanjikan adanya pertolongan perlindungan dari Allah SWT., khutbah/ceramah, majelis, memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Strategi dakwah rasional adalah suatu strategi dakwah yang lebih mengedepankan pemahaman pada aspek akal. Strategi dakwah rasional mengambil pembelajaran dari apa yang disampaikan. Pendekatan yang dilakukan berupa diskusi, hukum logika dan memberikan contoh-contoh pelaksanaannya. Strategi dakwah inderawi atau hissi adalah strategi dakwah yang fokusnya pada aspek inderawi serta berpedoman pada pengamatan serta uji coba atau eksperimen. Strategi dakwah inderawi terkadang disebut dengan metode ilmiah karena berpedoman pada ilmu-ilmu eksperimen, meskipun demikian penyebutan pada metode ini tetap menggunakan istilah hissi atau tajribi (eksperimen) karena lebih jelas dan mendalam. Strategi inderawi akan menarik panca indera untuk mengenal hal-hal yang bersifat inderawi agar bisa masuk pada penerimaan dakwah. Strategi dakwah merupakan cara, metode atau taktik yang digunakan oleh da'i dalam berdakwah, peranannya sangat penting dalam penentuan proses pencapaian tujuan dakwah yaitu pesan yang disampaikan dengan baik kepada mad'u-nya. Strategi pada saat menyampaikan pesan-pesan dakwah yang digunakan pada umumnya ada tiga, yaitu strategi sentimentil atau 'Athifi (perasaan/batin), strategi rasional atau Al-'aqli (akal/pikiran) dan strategi inderawi atau Al-Hissi. Berdakwah dengan konten islami menggunakan VR tentunya hal baru yang kita temui, khususnya di Indonesia. VR journey memiliki kelebihan tersendiri dari segi cara penyampaian, yaitu menggunakan virtual reality dan juga permainan desain grafis yang menarik.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian serta analisis data mengenai strategi dakwah melalui VR Journey, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faheem Aref dan Muhammad Bayazid berhasil menyebarkan pesan keislaman melalui Light Art VR, inovasi Virtual Reality hasil kolaborasi dengan perusahaan Amerika Serikat. Dengan konten dari kisah Rasulullah dan para nabi yang didukung perangkat multibahasa. Di

Indonesia, kolaborasi ini melahirkan VR Journey, yang awalnya kurang diterima namun kini populer dan tersebar luas, menunjukkan bahwa teknologi Virtual Reality bisa menjadi alat untuk menyebarkan dakwah.

2. Film Hijra, Isra' Mi'raj, Moses, Mecca dan Jesus seluruhnya terkandung strategi dakwah teori Al-Bayanuni, yaitu strategi dakwah sentimentil atau 'Athifi bahwa dakwah yang menekankan aspek emosional dan perasaan dapat menjadi sangat efektif dalam menyentuh hati dan batin audiens, strategi dakwah rasional atau 'Aqli dalam VR Journey merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada penggunaan akal dan pemahaman logis dalam penyampaian ajaran agama, strategi dakwah inderawi atau hissi digunakan oleh VR Journey dalam bentuk pendekatan dakwah yang menekankan pada pengalaman sensorik dan pengamatan langsung.
3. Tantangan utama dakwah melalui VR Journey adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap teknologi ini. Namun, promosi oleh influencer berhasil meningkatkan popularitasnya. Peluang dakwah melalui VR Journey dan teknologi digital lainnya sangat besar, memungkinkan penyebaran ajaran Islam lebih efektif dan menjangkau audiens luas dengan biaya rendah.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing 1 Ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., dan pembimbing 2 Ibu Dr. Parihat Kamil, Dra., M. Ag., yang telah mengarahkan, memberikan saran dan dukungan hingga jurnal ini dibuat. Kemudian terima kasih kepada staff VR Journey yang telah membantu penulis dalam memperoleh data.

Daftar Pustaka

- Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 49–70.
- Abu Ali Ammar Hussein, Strategi Dakwah Menurut Al-Qur'an (San Francisco: Blurb Incorporated, 2021).
- Ahmad Faqih, Sosiologi Dakwah Perkotaan, (Semarang: FATAWA PUBLISHING, 2020).
- Aminudin, Dakwah Zaman Now, (Abdullah, 1993:1).
- Dasep Bayu Ahyar, dkk, 2022, Dakwah Multikultural, Bandung : MEDIA SAINS INDONESIA.