

TINJAUAN PUSTAKA KRITIS TERHADAP POTENSI DAKWAH ISLAM DI SEMESTA META

A CRITICAL LITERATURE REVIEWS TOWARDS THE POTENTIAL OF ISLAMIC PREACHING ON THE METAVERSE

¹⁾Muhammad Salman Abidin, ²⁾Dede Rizqi Ramdani, ³⁾Deni Aulia Fathul Munir, ⁴⁾Rizwan Thoyiban, ⁵⁾Solihin,

^{1,2,3,4,5)}Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Program Pascasarjana,
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung,

Jalan Cimencrang, Panyileukan, Cimencrang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292

E-mail: muhsaldin@gmail.com,¹ dederizqi89@gmail.com,² dennyauliafm@gmail.com,³
rizwanthoyib@gmail.com,⁴ olinkpiuinbdg@gmail.com,⁵

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi menciptakan berbagai peluang baru termasuk dalam ranah dakwah Islam. dengan metaverse menjadi salah satu inovasi yang menarik perhatian. Metaverse ialah ruang tiga dimensi yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi, dimana interaksi yang ada di dalamnya dianggap sebagai cerminan dan perpanjangan kehidupan sosial manusia di kehidupan nyata. Kaitannya dengan dakwah ialah, metaverse menawarkan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, namun pemahaman mendalam dan kritis diperlukan untuk memaksimalkan potensi ini. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka kritis, dimana dilakukan untuk mengidentifikasi teori, konsep, dan temuan terkait dakwah di metaverse serta mengungkapkan kekurangan dalam penelitian terdahulu. Data penelitian ini berasal dari enam artikel terkait kehidupan muslim di metaverse yang ada di sistem indeks Scopus. Analisis terhadap artikel yang ada menunjukkan bahwa potensi dakwah di metaverse terletak pada aspek substansi kegiatan dakwah, yang memungkinkan terpenuhinya perasaan emosional dan spiritual baik bagi da'i maupun mad'u. Namun, tidak semua bentuk dakwah dapat dilaksanakan di metaverse sebelum adanya fatwa yang kuat. Hal ini karena terdapat ragam bentuk dakwah yang erat dengan kegiatan peribadatan (khitabah dinniyah). Maka dari itu, penelitian ini kemudian mengundang para praktisi dan pemikir ilmu fikih dan tasawuf. Dengan mengintegrasikan kedua bidang ilmu tersebut, kegiatan dakwah di metaverse diharapkan menjadi seimbang antara lahir dan batin.

Kata Kunci: dakwah, metaverse, interaksionalisme simbolis, tinjauan pustaka kritis

A.PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, teknologi terus berkembang dan menciptakan berbagai peluang baru, termasuk dalam ranah dakwah Islam. Salah satu inovasi terbaru yang mendapatkan perhatian luas adalah konsep semesta meta (selanjutnya disebut *metaverse*), yaitu dunia virtual yang memungkinkan interaksi dan aktivitas manusia secara daring dalam lingkungan tiga dimensi (Dionisio et al., 2013). *Metaverse* tidak hanya menjadi tren dalam industri hiburan dan permainan, tetapi juga mulai merambah ke berbagai sektor lainnya, termasuk pendidikan, bisnis, dan keagamaan (Jun, 2020).

Karena kemampuannya untuk memberikan pengalaman yang mendalam baik di dunia nyata maupun virtual, metaverse dianggap sebagai teknologi revolusioner berikutnya yang akan mempengaruhi masyarakat dalam beberapa dekade mendatang (Wu et al., 2023). Metaverse sering disebut sebagai versi baru dari internet—cara baru kita menggunakan dan berinteraksi dengan teknologi digital dalam lingkungan virtual yang mendalam—sejak pertama kali diperkenalkan dalam

novel fiksi ilmiah Neal Stephenson berjudul *Snow Crash* pada tahun 1992. Metaverse digambarkan sebagai jaringan besar dunia virtual tiga dimensi yang dapat diakses dan dialami secara waktu langsung (*real-time*) oleh jumlah pengguna yang hampir tidak terbatas, dengan perasaan kehadiran pribadi dan kesinambungan data, termasuk identitas, sejarah, hak-hak, objek, komunikasi, dan pembayaran (Ball, 2022).

Dakwah adalah kegiatan dengan tujuan mulia. Samsul Munir Amin (dalam Asror, 2018, hal. 36) menyatakan bahwa dakwah bertujuan untuk mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Praktiknya bertujuan membentuk masyarakat ideal menurut perspektif Islam, yang mencakup kondisi sosial yang adil, makmur, damai, dan sejahtera, di bawah rahmat, karunia, dan ampunan Allah (Asror, 2018, hal. 141). Dakwah bukanlah kegiatan abstrak, tetapi usaha konkret dalam membangun peradaban manusia yang ideal dengan nilai-nilai universal. Universalitas dakwah terletak pada inti dakwah itu sendiri, yaitu amar ma'ruf nahi munkar – mengajak kepada kebaikan dan menjauhi keburukan.

Dalam konteks metaverse, dakwah dapat diperluas ke dunia virtual untuk mencapai dan menginspirasi lebih banyak orang di seluruh dunia. Melalui platform metaverse, prinsip-prinsip dakwah dapat diterapkan dalam lingkungan digital, memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan interaktif. Misalnya, komunitas virtual dapat dibentuk untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan dan memperkuat nilai-nilai Islam. Dengan demikian, dakwah dapat berfungsi sebagai alat untuk menciptakan peradaban digital yang adil, makmur, damai, dan sejahtera, serta memperkuat nilai-nilai amar ma'ruf nahi munkar di dunia maya.

Potensi *metaverse* sebagai platform untuk kegiatan dakwah Islam menjadi topik yang sangat relevan untuk dieksplorasi. *Metaverse* menawarkan kesempatan untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas dan beragam (Wang et al., 2023), termasuk mereka yang mungkin sulit dijangkau melalui metode dakwah konvensional. Selain itu, *metaverse* memungkinkan penyampaian pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih interaktif dan menarik, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman pemirsa (Bolger, 2021). Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan pemahaman yang mendalam dan kritis mengenai berbagai aspek terkait dakwah di *metaverse*. Oleh karena itu, penting untuk melaksanakan penelitian tinjauan pustaka kritis (*critical literature review*) guna menentukan potensi kegiatan dakwah Islam di *metaverse*. Penelitian tinjauan pustaka kritis akan membantu mengidentifikasi teori-teori, konsep, dan temuan-temuan sebelumnya yang relevan, serta mengungkapkan gap atau kekurangan dalam penelitian terdahulu yang perlu diatasi.

Dalam konteks ini, penelitian tinjauan pustaka kritis memiliki beberapa tujuan utama. Pertama, untuk mengidentifikasi dan menganalisis literatur yang ada terkait penggunaan *metaverse* dalam konteks dakwah Islam. Kedua, untuk menilai sejauh mana teknologi *metaverse* telah digunakan dan diterima dalam kegiatan dakwah. Ketiga, untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi dalam penerapan *metaverse* untuk dakwah Islam. Dan keempat, untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan dan implementasi dakwah Islam di *metaverse*.

Penelitian yang relevan dengan kajian ini berasal dari penelitian Effendi dkk. (2024) yang menyatakan bahwa dakwah di metaverse menghadapi suatu kondisi sosial yang condong ke arah distopia. Hal ini karena perkembangan teknologi menyebabkan penyebaran berbagai ideologi negatif seperti individualisme, materialisme, sekularisme dll., yang merasuki pemikiran masyarakat di era metaverse (Effendi et al., 2024, hal. 33). Oleh karenanya, dakwah perlu dikembangkan dalam upaya untuk menghadirkan solusi di berbagai permasalahan di tengah kehidupan manusia yang semakin modern ini. Adapun, para praktisi dakwah harus senantiasa dapat menciptakan suatu ekosistem teknologi yang dapat melindungi dan menjaga kehidupan manusia (Effendi et al., 2024, hal. 38).

Dengan melaksanakan penelitian tinjauan pustaka kritis ini, diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan strategi dakwah yang efektif di *metaverse*. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi para *da'i*, organisasi keagamaan, dan pengambil kebijakan dalam memanfaatkan teknologi *metaverse* secara optimal untuk menyebarkan ajaran Islam dan nilai-nilai keislaman.

B. LANDASAN TEORI

Kaidah ilmu dakwah menentukan kedudukan teori dalam tiga *manhaj* (metodologi): *istinbath* (teori sebagai turunan dari Al-Qur'an dan Sunnah), *iqtibas* (teori berasal dan meminjam dari bidang ilmu lain), dan *istiqlal* (teori dibangun dari realitas yang ada di lapangan). Kajian ini kemudian menggunakan *manhaj iqtibas* dalam memandang hakikat ilmu dakwah dari perspektif ilmu komunikasi (Asror, 2018, hal. 55). Oleh karenanya, artikel ini menggunakan teori interaksionisme simbolis, yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer (Schneider, 2022), memberikan kerangka yang kuat untuk memprediksi potensi dakwah di metaverse. Dalam konteks ini, metaverse adalah ruang virtual di mana individu berinteraksi melalui avatar dan simbol-simbol digital lainnya (Davis et al., 2009). Teori ini menekankan bahwa makna terbentuk melalui interaksi sosial dan simbol yang digunakan dalam komunikasi (Carter & Fuller, 2016). Dalam metaverse, avatar, ruang virtual, dan objek digital lainnya menjadi simbol yang membawa makna tertentu bagi pengguna (Park & Kim, 2022).

Dakwah di metaverse dapat memanfaatkan simbol-simbol ini untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Misalnya, seorang da'i bisa menggunakan avatar yang mencerminkan nilai-nilai Islam, menyelenggarakan majelis taklim virtual di masjid digital, atau menggunakan simbol-simbol islami dalam desain lingkungan virtualnya. Interaksi pengguna dengan simbol-simbol ini akan membentuk pemahaman mereka tentang pesan dakwah yang disampaikan. Selain itu, fitur interaktif metaverse memungkinkan umpan balik langsung dan dialog dua arah (Kato et al., 2022), yang sangat penting dalam dakwah untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Dengan demikian, teori interaksi simbolis dapat membantu memprediksi bagaimana dakwah di metaverse bisa efektif dengan menggunakan simbol-simbol yang relevan dan interaksi sosial yang bermakna. Pengguna metaverse tidak hanya akan menerima pesan secara pasif, tetapi juga akan berpartisipasi dalam pembentukan makna, yang dapat memperdalam pemahaman dan penghayatan mereka terhadap nilai-nilai agama yang disampaikan.

C. METODE

Tinjauan kritis adalah sebuah metodologi yang digunakan untuk mengevaluasi dan menganalisis literatur yang sudah ada terkait dengan suatu topik. Tujuan dari tinjauan ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kontradiksi, kontroversi, inkonsistensi, dan isu-isu lainnya dalam literatur tersebut (Baumeister & Leary, 1997). Dalam jenis kajian pustaka ini, tidak ada ketentuan minimal atau maksimal jumlah literatur yang harus ditinjau, melainkan fokus pada identifikasi literatur yang relevan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang topik yang dibahas (Paré et al., 2015). Berbeda dengan jenis tinjauan lainnya, tinjauan kritis berusaha untuk membuat catatan reflektif dari penelitian yang sudah dilakukan di bidang tertentu dan menilai kredibilitasnya menggunakan alat penilaian atau metode interpretasi kritis (Paré & Kitsiou, 2017). Dengan demikian, tinjauan kritis memberikan informasi konstruktif kepada peneliti lain mengenai kelemahan penelitian sebelumnya dan membantu mengembangkan pengetahuan dengan memberikan fokus dan arahan untuk penelitian lanjutan (Kirkevold, 1997).

Walaupun telah ada beberapa artikel yang membahas kegunaan metaverse sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keagamaan (misalnya pada Bolger, 2021; Jun, 2020), ditemukan masih minim artikel yang membahas penggunaan metaverse sebagai sarana untuk dakwah Islam. Menggunakan piranti lunak *Publish or Perish* (Harzing, 2007), ditemukan setidaknya per tanggal 31 Juli 2024 terdapat enam artikel yang dimuat dalam sistem indeks Scopus melalui instruksi pencarian: [metaverse AND (islam OR muslim)]. Penggunaan kata kunci yang lebih umum ini menunjukkan bahwa artikel yang ada masih ada pada tahapan eksplorasi bagaimana masyarakat muslim menggunakan metaverse dalam kesehariannya di era digital ini. Keenam artikel tersebut kemudian dianalisis guna menemukan gagasan kritis terkait dengan bagaimana menggunakan media metaverse untuk kepentingan dakwah Islam.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Artikel pertama yang ada dalam penelitian ini berasal dari kajian dari Nofal (2021) yang membahas bagaimana golongan mutakallimun (ahli ilmu kalam) ada abad ke-8 sampai abad ke-13 Masehi membahas metafisika konsep ruang dalam kosmologi kalam. Ditemukan bahwa kalangan mutakallimun dianggap membangun spekulasi tentang adanya metaverse, suatu ruang tiga dimensi yang berbeda dengan ruang yang ditinggali oleh manusia oleh saat ini. Ruang tersebut dinamakan *makan* (virtual) yang berbeda dengan ruang *djiha* (nyata). Spekulasi dari kalangan mutakallimun ini kemudian dianggap berkontribusi secara ontologi dalam menjelaskan dimensi dan hubungan antara entitas spiritual dan ruang fisik. Walaupun metaverse dalam kajian ini berbeda dengan pandangan umum yang terkait dengan ruang tiga dimensi yang berbasis teknologi komputer dan internet, hal ini menunjukkan bahwa para pemikir Islam sejak lama telah mengonseptualisasikan adanya resonansi antara dunia nyata dan dunia maya. Hal ini dapat dikaitkan teologi Islam yang mewajibkan para pengikutnya untuk beriman (percaya) akan adanya hal-hal yang gaib.

Nofal (2021, hal. 26–27) kemudian mengutip pernyataan dari al-Sayyid Humaidan bin Yahya al-Qasimi, seorang pemikir dari kalangan mutakallimun pada abad ke-13 yang menyatakan bahwa:

“satu-satunya cara untuk mengetahui suatu substansi ialah membayangkan (*tafahum*, imajinasi, memahami) bagian terkecil dari pembagian dari suatu zat (wujud)... (dimana) proses imajinasi melampaui batasan-batasan nalar... (terjadi perdebatan) bahwa ‘substansi ialah bagian terkecil dari zat’ (dimana juga yang menyangkal) dan menambahkan bahwa ‘substansi bukanlah bagian dari zat’... (Nofal, 2021, hal. 26–27)

Gagasan di atas dapat dianggap penting dalam konteks dakwah di metaverse. Manakah yang lebih penting dalam kegiatan dakwah; apakah keberadaan manusia (*da'i*) atau substansi dari kegiatan dakwah itu sendiri? Amrullah Ahmad (dalam Abdullah, 2019, hal. 26) menyatakan bahwa secara garis besar objek material dalam kajian dakwah ialah diri manusia, dimana objek formal dari kegiatan dakwah ialah proses pengolahan, penyampaian pesan-pesan keagamaan pada seluruh perilaku manusia. Hal ini kemudian menjadi pembahasan yang menarik dalam konteks ontologi dakwah. Karisna (2022, hal. 77) menyatakan bahwa secara ontologi dakwah di era komunikasi digital terkait dengan hakikat tentang keberadaan dakwah dalam komunikasi antara *da'i* dan *mad'u*. Gagasan ini dapat senantiasa direnungkan kembali dalam konteks dakwah berbasis rekaman. Sebagai contoh, K.H. Zainuddin M.Z memiliki julukan sebagai *da'i* sejuta umat. Julukan tersebut disandangkan bukan karena ia senantiasa hadir di tengah jemaah dalam kegiatan ceramahnya, namun atas tersebarnya kegiatan dakwahnya melalui berbagai media rekaman (Ahmad, 2011). Rekaman yang mulanya berbasis kaset pita kemudian di unggah ulang (*reupload*) oleh berbagai kalangan di internet. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun sosok *da'i* tidak hadir secara nyata, substansi dakwah yang ia suarakan akan senantiasa hidup di tengah para penghayatnya. Contoh terkini kemudian dapat dilihat dari fenomena Ustadzah Halimah Alaydrus. Ia dapat tetap hadir ditengah-tengah para pemirsanya walaupun hanya sosok suaranya saja (Yuna & Sikumbang, 2023). Kedua contoh tersebut memperlihatkan gagasan metaverse yang dibawa oleh para pemikir ilmu kalam yang ada sejak zaman dahulu, selaras dengan keadaan dakwah di hari ini, dimana substansi mewakili wujud. Kembali, pemahaman terkait dengan substansi dakwah ini hanya akan mungkin terjadi jika adanya imajinasi yang menembus batasan-batasan nalar. Ada atau tidak adanya kehadiran fisik diri seorang *da'i* di tengah jemaahnya kembali kepada bagaimana suatu kegiatan dakwah dapat menghidupkan substansi pesan dakwah dan konsepsi diri *da'i*.

Terkait dengan metaverse, konsepsi diri manusia inilah yang kemudian senantiasa menjadi bahan kajian. Saker dan Frith (2022) menyatakan terdapat dua pandangan terkait dengan identitas diri di metaverse. Pandangan pertama terkait dengan interaksi yang ada di metaverse merupakan proses yang melepaskan wujud asli manusia, dimana pandangan lain menyatakan bahwa keberadaan seseorang di metaverse ialah perpanjangan dari identitas diri yang ada di kehidupan nyata. Wacana yang dibangun dalam pembahasan ini kemudian akan condong kepada gagasan yang kedua. Hal ini karena Abdullah (2019, hal. 29) menyatakan bahwa “semua bidang kehidupan dapat dijadikan arena

dakwah dan seluruh kegiatan hidup manusia bisa dan harus digunakan sebagai sarana dan alat dakwah”. Metaverse kemudian tidak hanya dianggap sebagai perpanjangan diri manusia, melainkan juga menyokong perluasan aspek kognitif manusia. Hal ini karena metaverse menggunakan komputer dan internet sebagai infrastrukturnya, yang memungkinkan manusia dalam memperluas kapasitas kognitifnya, salah satunya aspek memori (Parsons, 2024). Perluasan kapasitas kognisi manusia ini kemudian dapat menyokong kegiatan dakwah dalam berbagai hal. Spekulasi yang paling mendasar ialah perluasan memori akan mempermudah para *da'i* (juru dakwah) dalam memanggil ulang (*recalling*) ayat al-Quran, hadist nabi, serta dalil dan fatwa ulama yang dapat menyokong argumentasi yang digunakan saat melaksanakan dakwah.

Artikel kedua yang membahas metaverse dalam konteks Islam hadir dalam tulisan Popova (2023). Ia mengusulkan bagaimana metaverse sebagai sarana dalam melaksanakan pembelajaran Islam karena memiliki berbagai fitur seperti *lifelog* (catatan hidup), kenyataan virtual dan dunia cermin (*mirror world*). Fitur *lifelog* memungkinkan individu untuk merekam dan berbagi pengalaman keagamaan sehari-hari (Bolger, 2021), seperti pengajian, shalat berjamaah, dan kegiatan sosial, yang dapat diakses oleh umat Muslim di seluruh dunia. Hal ini tidak hanya mendokumentasikan aktivitas keagamaan tetapi juga menginspirasi orang lain untuk berpartisipasi dalam dakwah. Kenyataan virtual memungkinkan para *da'i* untuk menciptakan pengalaman interaktif, seperti ziarah virtual ke tempat-tempat bersejarah Islam atau simulasi pelajaran agama (Fernandez, 2024), yang dapat meningkatkan pemahaman dan ketertarikan jamaah terhadap ajaran Islam. Selain itu, dunia cermin yang menggambarkan dunia nyata secara digital dapat digunakan untuk menciptakan lingkungan masjid atau pusat komunitas virtual (Bolger, 2021), di mana umat dapat berkumpul, berdiskusi, dan belajar agama bersama tanpa batasan geografis. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, dakwah di metaverse dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan pengalaman belajar agama yang lebih mendalam dan personal.

Artikel ketiga dalam penelitian ini lebih dalam membahas bagaimana dunia virtual dalam metaverse dapat digunakan sebagai sarana peribadatan. Niu (2023) menyatakan bahwa fenomena ‘haji virtual’ didasari oleh empat aspek; sebagai bentuk protes terhadap pemerintah Arab Saudi, pendidikan Islam, dampak universal, dan sebagai bentuk perjuangan dimasa pandemi COVID-19. Dalam artikel ini, dinyatakan bahwa ‘haji virtual’ pertama kali dilaksanakan tidak menggunakan media internet, namun diadakan di alun-alun kota Istanbul pada 18 Juli 2013. Kegiatan ini diselenggarakan atas bentuk protes dari para calon haji yang tidak dapat pergi ke tanah suci karena adanya pengurangan kuota haji negara Turki secara sepihak dari pemerintah Arab Saudi. Salah satu peserta kegiatan tersebut, Suheyla Yildirim (ibu rumah tangga, 47 tahun) menyatakan bahwa “kami sudah ada dalam antrean daftar tunggu haji selama empat tahun... (ketika saya melaksanakan haji virtual) ini tidak sama dengan hadir di sana (Mekah) secara langsung, namun kegiatan ini begitu indah” (Niu, 2023, hal. 98). ‘Haji virtual’ yang disinggung berikutnya ialah kegiatan bermain peran dalam manasik haji, sebagaimana yang sering di laksanakan oleh pihak sekolah yang memiliki mayoritas siswa muslim. Kegiatan ini menjadi penting, mengingat syarat sahnya haji ialah dimana seseorang telah *baligh* (pubertas). Jika seorang anak telah mengikuti orang tuanya dalam kegiatan haji, ia tetap harus kembali ke tanah suci guna mengukuhkan status ‘kehajiannya’. Gagasan ini kemudian terkait dengan regulasi yang semakin ketat dan kuota haji yang semakin tidak sebanding dengan banyaknya masyarakat muslim yang ingin berhaji. Oleh karenanya, kegiatan manasik haji yang diadakan di sekolah-sekolah menjadi penting sebagai bagian dari pendidikan Islam dan juga sebagai pengalaman sementara dari ibadah haji itu sendiri.

Perkembangan terkait dengan haji virtual berikutnya ialah sintesis dari pemikiran para pembaharu agama dan kapabilitas teknologi yang semakin memungkinkan dibuatnya simulasi haji berbasis komputer. Testimoni pengguna aplikasi atau program ‘haji virtual’ tersebut menunjukkan adanya respons positif (Niu, 2023, hal. 101), dimana para pengguna merasakan dampak universal terkait pengalaman emosional, sakral dan nyata saat menggunakan aplikasi tersebut. Terakhir, ‘haji virtual’ dapat dilihat sebagai bentuk perjuangan dimasa pandemi COVID-19. Semakin diperketatnya regulasi dan kuota haji pada masa tersebut menjadikan orang-orang yang beruntung dapat menjalankan ibadah tersebut untuk membawa serta gawai mereka dan melakukan panggilan video

dengan orang-orang terkasihnya, sebagai bentuk berbagi pengalaman. Melihat perkembangan pandemi COVID-19, ditemukan juga bahwa adanya perhatian khusus dari lingkungan pemerintah, keagamaan dan akademik Arab Saudi terkait dengan pengembangan program metaverse “Virtual Black Stone Initiative”. Inisiatif ini mendapatkan respons yang berimbang. Beberapa kalangan menganggap bahwa upaya pemerintah Arab Saudi ini sebagai bidah (perbuatan yang dibuat-buat dan tidak sesuai dengan kaidah Islam); namun kalangan lain menganggap bahwa inisiatif ini baik untuk orang-orang yang berhalangan untuk melaksanakan ibadah haji, dimana dapat digunakan sebagai sarana untuk memenuhi perasaan spiritual. Dalam simpulannya, ‘haji virtual’ di metaverse boleh saja dilakukan, namun dianggap tidak sah secara peribadatan (Niu, 2023, hal. 105). Hal ini karena salah satu syarat keabsahan haji terletak pada hadirnya seseorang di tanah suci.

Artikel keempat terkait dengan pengujian terhadap aspek minat pengadopsian teknologi metaverse di kalangan pelajar muslim. Azhar dkk. (2024) mengembangkan teori Technology Acceptance Model (model penerimaan teknologi, selanjutnya disebut TAM) dengan menyertakan berbagai variabel terkait seperti Perceived Cyber Risk (risiko siber yang dirasakan), Perceived Enjoyment (kenyamanan yang dirasakan), Personal Innovativeness in IT (inovasi diri dalam teknologi informasi) Self-Efficacy (keampuhan diri), Trust (kepercayaan) dan religiositas.

Penambahan variabel pada model Technology Acceptance Model (TAM) oleh Azhar dkk. (2024) sangat penting dalam menjelaskan minat Muslim dalam menggunakan metaverse. Variabel Perceived Cyber Risk (risiko siber yang dirasakan) relevan karena Muslim mungkin memiliki kekhawatiran tersendiri terkait keamanan data dan privasi dalam dunia digital yang kompleks (Abokhodair et al., 2016), seperti metaverse. Perceived Enjoyment (kenyamanan yang dirasakan) juga menjadi faktor penting, mengingat kenyamanan dan kepuasan dalam berinteraksi dengan teknologi dapat mempengaruhi minat dan penerimaan suatu teknologi (Jegundo et al., 2020). Selain itu, Personal Innovativeness in IT (inovasi diri dalam teknologi informasi) mencerminkan sejauh mana individu bersedia untuk mencoba dan mengadopsi teknologi baru (Yang et al., 2023), yang penting dalam konteks penggunaan metaverse. Self-Efficacy (keampuhan diri) menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut (Igbaria, 1995), yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam eksplorasi metaverse. Trust (kepercayaan) juga merupakan faktor krusial, terutama dalam komunitas Muslim, di mana kepercayaan terhadap platform dan pengembang teknologi dapat mempengaruhi keputusan untuk berpartisipasi dalam suatu platform teknologi baru (Ali et al., 2021). Terakhir, religiositas sebagai variabel tambahan menunjukkan bagaimana nilai-nilai dan keyakinan agama dapat mempengaruhi sikap dan perilaku dalam mengadopsi teknologi baru (Tran & Nguyen, 2021). Semua variabel ini bersama-sama memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Muslim dalam menggunakan metaverse, sehingga dapat membantu pengembang teknologi untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mengintegrasikan dan mempromosikan metaverse dalam komunitas Muslim.

Selain pada aspek peribadatan, multiverse juga mulai dilirik sebagai media dalam melaksanakan pemasaran di tingkat B2B (Bisnis ke Bisnis). Hindolia dkk. (2024) menyatakan bahwa metaverse memungkinkan perusahaan Halal untuk memberikan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi konsumen Muslim. Konsep ini menawarkan ruang untuk pemasaran personal, menekankan potensinya sebagai elemen penting dalam kesuksesan pemasaran Halal B2B di metaverse. Dalam bidang pemasaran Halal, keselarasan budaya dan etika memegang peranan penting. Metaverse memberikan peluang untuk merancang pendekatan pemasaran yang selaras dengan nilai-nilai budaya dan etika Islam.

Publikasi terakhir berasal dari buku yang diedit oleh Bunt (2024), yang mengkaji bagaimana Islam dimediasikan pada masa perubahan teknologi, memperkaya literasi digital, dan memungkinkan pelibatan proaktif antara otoritas dan para pemberi pengaruh (*influencer*). Buku ini menunjukkan bahwa dunia digital telah menjadi bagian integral dalam kehidupan muslim.

Dari keenam artikel tersebut, dapat dibangun sintesis bahwa potensi dakwah di metaverse yang paling menonjol ialah pada aspek substansi kegiatan dakwah itu sendiri. Dakwah di metaverse memungkinkan terpenuhinya perasaan emosional dan spiritual, baik di tingkat pelaku (da'i) maupun

audiensi (mad'u). Namun –sampai adanya fatwa yang kuat, tidak semua bentuk dakwah dapat dilaksanakan di metaverse. Sebo dkk. (2023) menunjukkan bahwa metaverse dapat digunakan sebagai ruang konseling berbasis keagamaan. Gagasan ini kemudian selaras dengan konsep dakwah irsyad, atau secara akademis berada dalam lingkup Bimbingan Konseling Islam. Metaverse memungkinkan adanya kegiatan perdagangan barang-barang virtual, dimana memungkinkan seorang da'i dalam mengajak mad'u untuk mengembangkan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan mereka. Adapun, transaksi yang terjadi di dalam metaverse menggunakan mata uang kripto (*cryptocurrency*), yang mana hingga saat ini memiliki status abu-abu untuk digunakan oleh kalangan muslim (Purwanto & Ajhar, 2023). Oleh karenanya, dakwah dalam kerangka Pengembangan Masyarakat Islam (Tadbir/Tathwir) di metaverse perlu senantiasa dikaji secara fikih guna menemukan rambu-rambu yang jelas terkait dengan pelaksanaannya.

Terakhir, bentuk dakwah yang senantiasa dikaji dan paling umum digunakan di metaverse ialah dalam bentuk ceramah khitobah atau ceramah, sehingga dapat masuk dalam kerangka Komunikasi Penyiaran Islam (tabligh). Dalam Islam, kegiatan ceramah dibagi ke dalam dikotomi pokok dan penunjang. Ceramah secara baku disebut sebagai *khitobah dinniyah*, dimana suatu *khitobah* yang menjadi bagian integral dalam ibadah yang bersifat formal dan memiliki waktu dan tempat yang tetap seperti khotbah shalat Jumat, khotbah *idaen* (sebagai bagian dari rangkaian shalat Idul Fitri dan Idul Adha), serta khotbah shalat gerhana. Sementara, *khitobah ta'tsiriyyah* digunakan untuk menggambarkan kegiatan khotbah penunjang yang kondisional. Dalam konteks Indonesia, khotbah jenis ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk dalam kegiatan yang non-formal seperti Perayaan Hari Besar Islam (Maulid Nabi, Isra Mi'raj, Tahun Baru Islam, dll.), perayaan walimah (sunatan, pernikahan, kehamilan, akikah, dll.) dan *khitobah al-Munadzomah* seperti kajian rutin di majelis *ta'lim* (pengajian) atau media (Ridwan, 2011). Sebagaimana wacana diangkat dalam kajian Niu (2023), kegiatan peribadatan mahdah (ibadah baku seperti shalat, puasa, zakat, haji) dianggap tidak sah ketika dilaksanakan di metaverse. Oleh karenanya, khotbah formal (*khitobah dinniyah*) juga tidak sah dilaksanakan di metaverse.

Penelitian ini kemudian mengundang kalangan akademisi di bidang fikih dan tasawuf untuk mendalami rambu-rambu Islam pada konsep dakwah di metaverse. Kedua ilmu ini penting karena terkait dengan bagaimana seorang muslim mengejawantahkan ekspresi peribadatnya. Fikih terkait bagaimana suatu peribadatan terlihat dari luar (*lahiriyyah, exoteric*) sementara tasawuf terkait bagaimana komponen internal (*bathiniyyah, esoteric*) 'bergerak' ketika seseorang melaksanakan ibadah (Anieg, 2016, hal. 20).

Kajian fikih dalam lokus ini dibutuhkan guna memberikan ketegasan terkait apa yang dapat dan tidak boleh dilakukan di metaverse. Ditemukan bahwa kalangan akademisi dan pemerintah Arab Saudi telah mendukung pengembangan metaverse sebagai layanan untuk masyarakat umum di seluruh dunia merasakan nuansa yang ada di dua kota suci Mekah dan Madinah (Niu, 2023). Pertanyaan mendasar terkait dengan kebijakan tersebut ialah, apakah boleh seorang non-muslim menggunakan layanan metaverse untuk 'mengunjungi' secara virtual Mekah dan Madinah, sementara kedua kota itu memiliki status 'tanah haram' sehingga tidak boleh dikunjungi oleh mereka? Pertanyaan mendasar kedua ialah terkait perkembangan teknologi dan kegiatan peribadatan. Piranti pendukung *virtual reality* kini tidak hanya menyajikan tampilan dan interaksi audio dan visual saja, namun memungkinkan penggunaannya memberikan feedback (umpan langsung) berupa gerakan fisik yang diterjemahkan ke dalam bentuk gerakan tiga dimensi di *metaverse*. Perkembangan ini kemudian akan berubah menjadi pernyataan; bolehkah kita menggunakan perangkat virtual reality untuk mengikuti shalat Jumat di Masjidil Haram; dengan dalih bahwa dengan perangkat tersebut kita bisa mengikuti gerakan dan menyimak khotbah secara real-time (waktu nyata)? Persoalan seperti ini kemudian tidak dapat dianggap sebagai pertanyaan yang mengada-ngada atau khayalan belaka. Pengalaman pandemi COVID-19 mengingatkan kita tentang praktik pelaksanaan shalat Jumat di rumah yang difatwakan oleh para ulama sebagai bentuk sinergi dengan pemerintah untuk menekan penyebaran wabah penyakit. Hal ini menunjukkan bahwa dikala adanya uzur (hambatan) –misalnya dalam skenario terburuk 'terjadi lagi' pandemi global yang menghambat ruang gerak masyarakat, pemanfaatan teknologi metaverse kemudian menjadi solusi dengan menyediakan ruang publik berbasis keagamaan Islam yang mudah diakses.

Kajian yang relevan dengan metaverse kemudian terkait dengan pendalaman di bidang tasawuf. Nofal (2021) telah menunjukkan bahwa metaverse telah dikaji sejak abad ke-8 Masehi oleh para cendekia Islam dalam menjelaskan semesta gaib yang melampaui semesta nyata. Tema-tema yang terkait dengan ketransendenan ini kemudian acap dikaji dan dilaksanakan oleh para ilmuwan dan praktisi tasawuf. Niu (2023) telah menunjukkan bahwa ketika seseorang memasuki dunia metaverse yang memiliki unsur keagamaan Islam, ia merasakan pengalaman yang nyata, spiritual dan emosional. Dalam kaidah tasawuf, pengalaman kerohanian ini terkait dengan ‘rasa’ (*dzawq*) yang bersifat personal. Azhar dkk. (2024) menyebutkan bahwa pengalaman seorang muslim di metaverse terkait dengan aspek penerimaan teknologi dan religiositas. Adapun, Anieg (2016, hal. 20) menyatakan bahwa pengalaman kerohanian ini –dari sudut pandang tasawuf, terkait erat dengan faktor kondisi kejiwaan, tingkat pemahaman, keyakinan, penghayatan, dan kadar pemberiannya dari Allah Ta’ala. Keselarasan antara aspek internal dan eksternal dalam peribadatan kemudian akan memicu perasaan akan kehadiran Allah, yang secara fisik diejawantahkan dalam bentuk puncak ‘air mata kebahagiaan yang mengalir dari taman takwa (kepercayaan) di dalam qalbu, hati’ (Anieg, 2016, hal. 22). Niu (2023) mencatat bahwa beberapa pengguna ‘haji virtual’ merasakan perasaan yang mendalam dan tidak jarang meneteskan air mata pada saat ia menggunakan perangkat virtual reality. Fenomena ini kemudian menghasilkan pertanyaan yang mungkin dapat dijawab oleh kalangan sufi; apakah ini termasuk *dzawq* dari kehadiran Allah?

Asep Muhiddin (dalam Asror, 2018, hal. 34) menilai bahwa tujuan dari dakwah ialah membentangkan jalan Allah di atas bumi agar dapat dilalui oleh umat manusia untuk mencapai kebahagiaan. Selain itu, dakwah bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang ideal dalam perspektif Islam, dimana terkait dengan kondisi sosial yang adil, makmur, damai dan sejahtera; dibawah limpahan rahmat, karunia dan ampunan Allah (Asror, 2018, hal. 141). Dakwah di metaverse kemudian tidak hanya berpotensi untuk penyebaran pengetahuan dan nilai-nilai Islam, namun juga sebagai bentuk upaya da’i untuk membangun jalan Allah dan mengarahkan manusia kepada keberkahan dan hadirat-Nya. Terkait dengan pembahasan dari Nofal (2021), dakwah di metaverse kemudian bukanlah hanya sebagai upaya dalam menghadirkan ‘wujud’ dari Islam, namun menekankan pada substansi dari Islam itu sendiri, dimana mengajak kepada kebahagiaan dunia dan akhirat.

E. KESIMPULAN

Dakwah merupakan bagian yang integral dalam kehidupan umat muslim, dimana dalam perkembangannya juga melekat tidak hanya dalam kehidupan fisik, melainkan juga di jagat maya. Kajian ini menunjukkan bawa kegiatan dakwah di metaverse dapat terlaksana, karena memungkinkan para partisipasinya dalam merasakan unsur realitas, emosional dan spiritual ketika ada di ruang maya tersebut. Adapun, dakwah di metaverse memiliki batasan-batasan tertentu ketika terkait dengan aspek peribadatan yang ada dalam lingkup ajaran Islam.

Penelitian pada masa mendatang dapat senantiasa mengulas bagaimana aspek praktik dakwah di metaverse di laksanakan. Tidak hanya secara fikih saja, namun juga secara tasawuf. Hal ini dimaksudkan sehingga dakwah yang disampaikan di metaverse selain memiliki landasan praktik yang kuat, juga dapat menyentuh hati sanubari para pemirsanya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2019). *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi dan Aplikasi Dakwah*. Rajagrafindo Persada.
- Abokhodair, N., Abbar, S., Vieweg, S., & Mejova, Y. (2016). Privacy and twitter in qatar. *Proceedings of the 8th ACM Conference on Web Science*, 66–77. <https://doi.org/10.1145/2908131.2908146>
- Ahmad, A. A. (2011). Multimedia dalam Pengembangan Dakwah Islamiyah. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 15(1 SE-), 178–187. <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v15i1.4798>

- Ali, M., Raza, S. A., Khamis, B., Puah, C. H., & Amin, H. (2021). How perceived risk, benefit and trust determine user Fintech adoption: a new dimension for Islamic finance. *foresight*, 23(4), 403–420. <https://doi.org/10.1108/FS-09-2020-0095>
- Anieg, M. (2016). Merasakan Tasawuf. *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.21580/wa.v3i1.870>
- Asror, A. (2018). *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*. LKiS Yogyakarta.
- Azhar, M., Ali, R., Naz, A., & Sujood, S. (2024). Faith in metaverse: understanding adoption intentions of metaverse amongst the Muslim students. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2024-0051>
- Ball, M. (2022). *The Metaverse: And How It Will Revolutionize Everything*. Liveright.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing Narrative Literature Reviews. *Review of General Psychology*, 1(3), 311–320. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.1.3.311>
- Bolger, R. K. (2021). Finding Wholes in the Metaverse: Posthuman Mystics as Agents of Evolutionary Contextualization. *Religions*, 12(9), 768. <https://doi.org/10.3390/rel12090768>
- Bunt, G. R. (Ed.). (2024). *ISLAMIC ALGORITHMS: Online Influence in the Muslim Metaverse*.
- Carter, M. J., & Fuller, C. (2016). Symbols, meaning, and action: The past, present, and future of symbolic interactionism. *Current Sociology*, 64(6), 931–961. <https://doi.org/10.1177/0011392116638396>
- Davis, A., Murphy, J., Owens, D., Khazanchi, D., & Zigurs, I. (2009). Avatars, People, and Virtual Worlds: Foundations for Research in Metaverses. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2), 90–117. <https://doi.org/10.17705/1jais.00183>
- Dionisio, J. D. N., III, W. G. B., & Gilbert, R. (2013). 3D Virtual worlds and the metaverse. *ACM Computing Surveys*, 45(3), 1–38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Effendi, D. I., Mareta, M., & Sarbini, A. (2024). Problems and Reorientation of Da'wah: Analysis of Social Construction in the Metaverse Era. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 18(1), 19–42. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v18i1.34816>
- Fernandez, J. (2024). *The Future of Religion Is Virtual Reality: Authenticating Religious Practice in the Coming Metaverse Through an Examination of Religion in Second Life*. California State University, Long Beach.
- Harzing, A. W. (2007). *Publish or Perish* (No. 7). <https://harzing.com/resources/publish-or-perish>
- Hindolia, A., Arya, J., Pathak, R., & Kazmi, A. (2024). Halal B2B marketing in the metaverse: crafting a conceptual framework to pinpoint opportunities and challenges, outlining the agenda for future research. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2024-0054>
- Igbaria, M. (1995). The effects of self-efficacy on computer usage. *Omega*, 23(6), 587–605. [https://doi.org/10.1016/0305-0483\(95\)00035-6](https://doi.org/10.1016/0305-0483(95)00035-6)
- Jegundo, A. L., Dantas, C., Quintas, J., Dutra, J., Almeida, A. L., Caravau, H., Rosa, A. F., Martins, A. I., & Pacheco Rocha, N. (2020). Perceived Usefulness, Satisfaction, Ease of Use and Potential of a Virtual Companion to Support the Care Provision for Older Adults. *Technologies*, 8(3), 42. <https://doi.org/10.3390/technologies8030042>
- Jun, G. (2020). Virtual Reality Church as a New Mission Frontier in the Metaverse: Exploring Theological Controversies and Missional Potential of Virtual Reality Church. *Transformation: An International Journal of Holistic Mission Studies*, 37(4), 297–305. <https://doi.org/10.1177/0265378820963155>
- Karisna, N. N. (2022). Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi dalam Perspektif Filsafat Ilmu Dakwah di Era Komunikasi Digital. *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(1), 66–81. <https://doi.org/10.53515/jisab.v2i1.17>
- Kato, R., Kikuchi, Y., Yem, V., & Ikei, Y. (2022). Reality Avatar for Customer Conversation in the Metaverse. *Human Interface and the Management of Information: Applications in Complex Technological Environments*, 131–145. https://doi.org/10.1007/978-3-031-06509-5_10
- Kirkevold, M. (1997). Integrative nursing research — an important strategy to further the development of nursing science and nursing practice. *Journal of Advanced Nursing*, 25(5), 977–984. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1997.1997025977.x>
- Niu, S. (2023). Virtual hajj as a response to demographic and geopolitical pressures. *Contemporary Islam*, 17(1), 95–108. <https://doi.org/10.1007/s11562-023-00512-1>

- Nofal, F. O. (2021). Metaphysical Foundations of Spatiality in the Teachings of the Classical Mutakallims (VIII-XIII centuries). *Philosophy of Religion: Analytic Researches*, 5(1), 18–31. <https://doi.org/10.21146/2587-683X-2021-5-1-18-31>
- Paré, G., & Kitsiou, S. (2017). Methods for Literature Reviews. In F. Lau & C. Kuziemyky (Ed.), *Handbook of eHealth Evaluation: An Evidence-based Approach*. University of Victoria.
- Paré, G., Trudel, M.-C., Jaana, M., & Kitsiou, S. (2015). Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. *Information & Management*, 52(2), 183–199. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.08.008>
- Park, S.-M., & Kim, Y.-G. (2022). A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges. *IEEE Access*, 10, 4209–4251. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>
- Parsons, T. D. (2024). High-dimensional Metaverse Platforms and the Virtually Extended Self. *Journal of cognition*, 7(1), 2. <https://doi.org/10.5334/joc.327>
- Popova, B. (2023). Embracing the Metaverse: The Future of Islamic Teaching and Learning. *2023 20th Learning and Technology Conference (L&T)*, 1–7. <https://doi.org/10.1109/LT58159.2023.10092367>
- Purwanto, G. H., & Ajhar, H. (2023). Islamic Law on Trading Using Virtual Reality-Based Metaverse. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 9(1), 126–142. <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v9i1.5996>
- Ridwan, A. (2011). Ragam Khitobah Ta'tsiriyyah: Sebuah Tela'ah Ontologis. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(17).
- Rifaldo Sebo, T. A., Aryobimo Oentarto, A. S., & Biondi Situmorang, D. D. (2023). “Counseling-Verse”: A Survey of Young Adults from Faith-Based Educational Institution on the Implementation of Future Mental Health Services in the Metaverse. *Metaverse Basic and Applied Research*. <https://doi.org/10.56294/mr202342>
- Saker, M., & Frith, J. (2022). Contiguous identities, The virtual self in the supposed Metaverse. *First Monday*, 27(3). <https://doi.org/10.5210/fm.v27i3.12471>
- Schneider, A. (2022). Symbolic Interactionism. In *Theories in Social Psychology, Second Edition* (hal. 317–349). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781394266616.ch13>
- Tran, K., & Nguyen, T. (2021). Preliminary Research on the Social Attitudes toward AI's Involvement in Christian Education in Vietnam: Promoting AI Technology for Religious Education. *Religions*, 12(3), 208. <https://doi.org/10.3390/rel12030208>
- Wang, H., Ning, H., Lin, Y., Wang, W., Dhelim, S., Farha, F., Ding, J., & Daneshmand, M. (2023). A Survey on the Metaverse: The State-of-the-Art, Technologies, Applications, and Challenges. *IEEE Internet of Things Journal*, 10(16), 14671–14688. <https://doi.org/10.1109/JIOT.2023.3278329>
- Wu, A., Yoffie, D. B., & Higgins, M. (2023, Maret). *Metaverse Wars*. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=63858>
- Yang, Y., Yu, X., Zhang, Z., & Gan, L. (2023). Integrating Technology Acceptance Model With Maslow's Hierarchy Needs Theory to Investigate Smart Homes Adoption. *IEEE Access*, 11, 80726–80740. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3300724>
- Yuna, T. F., & Sikumbang, A. T. (2023). Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di Instagram. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSIAI)*, 4(2), 160–177. <https://doi.org/10.22373/jsai.v4i2.2766>