

REFORMULASI PARADIGMA DAKWAH DAN KOMUNIKASI DI ERA POS-PANDEMI COVID-19 *

Sokhi Huda

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya
sokhi.huda@uinsby.ac.id

Abstrak: Era pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan hidup masyarakat dunia dalam semua aspeknya sampai ke kemunculan ‘Post-Western World’ dan ‘Post-Western Social Sciences and Global Knowledge’. Hal ini menjadi tantangan dinamis bagi dakwah untuk menawarkan formulanya. Kajian ini berusaha menawarkan reformulasi paradigma dakwah dan komunikasi pada era pos-pandemi dengan pendekatan kualitatif dan perspektif teori paradigma Kuhn dan Ritzer. Hasil kajian ini menunjukkan, bahwa dakwah memerlukan redefinisi dan reformulasi paradigma sesuai dengan kondisi era pos-pandemi. Redefinisi dakwah menempatkan kebahagiaan kedalam pengalaman proses dakwah dan pengamalan ajaran agama, bukan dalam tujuan dakwah. Redefinisi ini dikukuhkan dalam formula paradigma baru, yaitu paradigma dakwah bahagia. Tampilannya mengedepankan identitas paradigmanya. Kinerja sistem aktivitasnya diarahkan untuk menawarkan pesan, bukan memaksakannya. Tampilan dan kinerja sistem dikemas kedalam pola-pola komunikasi yang menarik secara kreatif, inovatif, suportif, dan afirmatif dengan pemanfaatan teknologi informasi sebagai media komunikasi yang efisien. Kajian ini berargumen, bahwa dakwah tertantang untuk melakukan otokritik dan menawarkan paradigma baru komunikasinya untuk menunjang pertumbuhan hidup individu dan masyarakat pada era pos-pandemi.

Kata kunci: Paradigma; dakwah; komunikasi; pos-pandemi Covid-19; post-Western world.

A. Pendahuluan

Kehadiran pandemi Covid-19 terbukti telah membuat kehidupan manusia bertekuk lutut¹ dan mengubah semua aspek kehidupan secara radikal, termasuk aspek-aspek bisnis dan komunikasi², serta aspek keberagaman masyarakat dunia. Negara-negara di dunia berjuang keras untuk mengatasi dampak pandemi dengan vaksinasi dan usaha-usaha lainnya untuk memutus rantai penyebaran infeksi. Perjuangan ini bertujuan agar mereka mampu *survive* untuk menghadapi gelombang dahsyat pandemi. Bahkan perjuangan mereka secara cepat bergerak ke perencanaan-perencanaan strategis untuk menata kehidupan dunia pasca-pandemi.³ Hal ini, secara khusus, menjadi agenda serius juga bagi dakwah sebagai sumber penting bagi spiritualitas manusia untuk menghadapi situasi apapun dalam kehidupannya. Untuk konteks inilah dakwah dituntut untuk melakukan reformulasi aktivitasnya, bahkan sampai ke tingkat paradigmanya.

* Paper dipresentasikan pada “*The Web-based 3rd International Conference on Da’wa and Communication 2021*,” Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, pada Rabu, 20 Oktober 2021.

¹ Melissa Leach et al., “Post-Pandemic Transformations: How and Why COVID-19 Requires Us to Rethink Development,” *World Development* 138 (February 1, 2021): 1–11.

² “Communicating Post Coronavirus – How the Pandemic Will Shape the Way We Communicate and Engage in the Future,” *JBP: Communication, Public Policy, Digital & Marketing* (Bristol, England, June 29, 2021).

³ World Health Organization, “Recommended Actions Before, During and After a Pandemic,” in *Pandemic Influenza Preparedness and Response: A WHO Guidance Document* (Geneva: World Health Organization, 2009); Bill Gates, “Innovation for Pandemics,” *New England Journal of Medicine* 378, no. 22 (May 31, 2018): 2057–2060.

Era pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku hidup manusia dengan identitas kondisi “*new normal*”. Kondisi ini mendorong pengaturan protokol kesehatan yang ketat. Misalnya di Indonesia, negara mengatur protokol tersebut melalui Keputusan Menteri Kesehatan, nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian corona virus disease 2019.⁴ Pengaturan selanjutnya berbentuk kebijakan PSBB dan PPKM sampai empat level.⁵

Era *new normal* diisi juga oleh gerakan vaksinasi sebagai bentuk kesungguhan pemerintah Indonesia untuk mengatasi pandemi. Gerakan ini didukung oleh sejumlah organisasi dan lembaga keagamaan melalui propaganda dan partisipasi yang gencar secara luas dari para tokoh agama.⁶ Mereka juga memberikan dukungan berbentuk edukasi dan pembinaan spiritualitas masyarakat untuk menghadapi pandemi.⁷ Semua dukungan ini dapat dipahami sebagai kontribusi aktif dakwah di era *new normal* agar masyarakat mampu survive. Kontribusi ini dibangun dengan pendekatan dan pola komunikasi tertentu dengan pemanfaatan media komunikasi mutakhir saat ini.

Dalam hemat penulis, respons terhadap kondisi pandemi, pos-pandemi, dan kondisi-kondisi lainnya merupakan tugas dakwah sepanjang masa. Tugas ini terus mengalami perkembangan dan perubahan sesuai dengan variasi kondisi yang dihadapi oleh dakwah. Karena itu, dakwah juga membangun formula paradigma tertentu sesuai dengan kondisi dan zaman tertentu. Demikian pula, dakwah perlu juga membangun formula paradigma pada masa pos-pandemi sebagai representasi kondisi dunia yang berbeda setelah Covid-19 dalam perspektif kajian Daniel Susskind et al.⁸

Atas dasar narasi di atas, gagasan dan kajian tentang reformulasi paradigma dakwah pada era pos-pandemi bersifat urgen secara akademik maupun praktis. Hal ini terkait dengan kebutuhan daya spiritual masyarakat dunia untuk menghadapi “dunia yang berbeda setelah Covid-19.” Dalam kaitan ini, ada sejumlah kajian dan penelitian tentang paradigma dakwah sebagai aktivitas dan fenomena. Ahmad Sarbini membuka wacana diskusi melalui kajiannya tentang paradigma baru pemikiran dakwah Islam.⁹ Untuk memperjelas status paradigma dakwah, Istina Rakhmawati memberikan kajiannya tentang paradigma dakwah upaya merespons problematika umat Islam di era modern.¹⁰ Secara filosofis, kehadiran paradigma

⁴ Menteri Kesehatan Republik Indonesia, “Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020” (Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

⁵ Desi Permatasari, “Kebijakan Covid-19 Dari PSBB Hingga PPKM Empat Level,” *Kompaspedia*, July 31, 2021; M Rosseno Aji, “Mulai 2 Juli sampai 20 Juli, ada 4 Level PPKM Mikro dari Darurat sampai Ketat,” *Tempo.Co* (Jakarta, June 30, 2021); Maya Citra Rosa, “PPKM Darurat Resmi Berlaku, Berikut Perbedaannya dengan PPKM Mikro,” *Kompas.Com* (Jakarta, July 3, 2021).

⁶ Kurniawan, “Ketua Komisi VIII DPR Ajak Tokoh Agama Sosialisasikan Vaksinasi,” *Kementerian Agama Republik Indonesia*, last modified August 27, 2021, accessed October 26, 2021, <https://kemenag.go.id/read/ketua-komisi-viii-dpr-ajak-tokoh-agama-sosialisasikan-vaksinasi>; Imam Budilaksono, “Muhaimin: Gandeng Tokoh Agama Sukseskan Program Vaksinasi COVID-19,” *Antaraneews.Com*, July 23, 2021. “Ribuan Tokoh Lintas Agama Mendapat Vaksinasi Covid-19 di Mesjid Istiqlal,” *Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit*, last modified February 24, 2021, accessed October 17, 2021, <http://p2p.kemkes.go.id/ribuan-tokoh-lintas-agama-mendapat-vaksinasi-covid-19-di-mesjid-istiqlal/>.

⁷ “Tokoh Agama Apresiasi dan Sepakat Tanggulangi Pandemi Covid-19 Bersama Pemerintah,” *Biro Komunikasi Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi*, last modified August 20, 2021, accessed October 17, 2021, <https://maritim.go.id/tokoh-agama-apresiasi-sepakat-tanggulangi-pandemi-covid-19-bersama/>.

⁸ Daniel Susskind et al., “How will the World be Different after COVID-19,” *Finance and Development*, June 2021.

⁹ Ahmad Sarbini, “Paradigma Baru Pemikiran Dakwah Islam,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 15 (2010): 879–896.

¹⁰ Istina Rakhmawati, “Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern,” *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2016): 405–426.

dakwah memerlukan penjelasan dari aspek epistemologi dakwah. Untuk keperluan ini Abdullah berkontribusi melalui kajiannya tentang paradigma dan epistemologi dakwah.¹¹

Sejumlah kajian lainnya menawarkan paradigma gerakan-gerakan dakwah. Mereka adalah kajian Alfiana Yuniar Rahmawati tentang paradigma dakwah profetik¹², kajian A Ilyas Ismail tentang paradigma dakwah harakah¹³, kajian A Busyairi Harits, tentang paradigma dakwah kontekstual¹⁴, kajian Ali Nurdin dan Mochammad Irfan Achfandhy tentang paradigma dakwah transformatif¹⁵, kajian Sokhi Huda tentang paradigma dakwah kontemporer¹⁶, Prihananto dkk dan Samsuriyanto tentang paradigma dakwah moderat.¹⁷ Kajian lainnya diberikan Fatmawati dan Vicky Diania tentang paradigma dakwah Gafatar.¹⁸ Sejumlah kajian tersebut belum memberikan perhatian terhadap formula paradigma dakwah pada era post-pandemi.

Kajian ini memandang penting juga terhadap reformulasi paradigma ilmu dakwah. Hal ini tidak hanya karena argumen bahwa dakwah selain sebagai aktivitas dan fakta juga sebagai ilmu, tetapi lebih daripada itu, karena pandemi Covid-19 membentuk ulang ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi (IPTI) sebagaimana artikel web *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19)*. OECD menjelaskan dampak krisis COVID-19 terhadap masa depan IPTI dan kebijakannya. Faktor-faktor yang membentuk masa depan IPTI termasuk efek yang tidak merata dari krisis pada penelitian dan pengembangan (R&D) lintas sektor, percepatan adopsi alat dan teknik digital, dan perubahan dalam keterbukaan, inklusivitas, dan kelincahan ekosistem penelitian dan inovasi. Kebijakan IPTI dapat melihat perubahan mendasar sebagai ketahanan, kelestarian lingkungan, dan inklusivitas menjadi tujuan yang lebih menonjol dalam agenda kebijakan. Krisis juga dapat memacu eksperimen dengan alat baru, pendekatan kebijakan, dan model tata kelola.¹⁹

Ada sejumlah kajian yang memberikan perhatian terhadap formula paradigma dakwah sebagai ilmu. Perhatian awal diberikan oleh Ahidul Asror. Dia membahas paradigma dakwah dalam dua lanskap, yaitu sebagai fenomena dan ilmu.²⁰ Kajian-kajian selanjutnya diberikan oleh Nur Syam dalam dua kajiannya tentang formulasi paradigma dan teori ilmu dakwah²¹,

¹¹ Abdullah Abdullah, "Paradigma dan Epistemologi Dakwah," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 7, no. 1 (2019): 76–94.

¹² Alfiana Yuniar Rahmawati, "Menghidupkan Dakwah Profetik di Era Millennial," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 14, no. 1 (2020): 49–64.

¹³ A Ilyas Ismail, "Paradigma Dakwah Harakah," *Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 15, no. 2 (2011): 242–251.

¹⁴ A Busyairi Harits, *Dakwah Kontekstual Sebuah Refleksi Pemikiran Isalm Kontemporer* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006).

¹⁵ Ali Nurdin, "Dakwah Transformatif: Pendekatan Dakwah Menuju Masyarakat Muttaqin," *Jurnal Ilmu Dakwah* 8, no. 2 (2003): 24–32; Mochammad Irfan Achfandhy, "Aktualisasi Dakwah Transformatif di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Abdimas Sosial dan Humaniora* 1, no. 1 (2020): 6–12.

¹⁶ Sokhi Huda, "Menggagas Sketsa Konsep Dakwah Kontemporer: Perspektif Historis-Paradigmatik," *Al-Adalah: Jurnal Kajian Keislaman dan Masyarakat* 11, no. 2 (2008): 253–272.

¹⁷ Prihananto et al., *Mazhab Dakwah Wasathiyah Sunan Ampel* (Jakarta: Mizan Media Utama, 2021); Samsuriyanto, "Dakwah Moderat Dr (HC). KH. Ahmad Mustofa Bisri di Dunia Virtual" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). See also

¹⁸ Fatmawati Fatmawati and Vicky Diania, "Paradigma Dakwah Gafatar di Dunia Maya dalam Perspektif Shifting Paradigm," *Madania: Jurnal Kajian Keislaman* 20, no. 2 (2016): 183–196.

¹⁹ "How will COVID-19 Reshape Science, Yechnology and Innovation?," *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19)*, last modified 2021, accessed October 16, 2021, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/how-will-covid-19-reshape-science-technology-and-innovation-2332334d/>.

²⁰ Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu* (Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2018).

²¹ Nur Syam, "Formulating Theories of Dakwah Studies: A Sociological Contribution," *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 14, no. 2 (2019): 327–345; Nur Syam, "Paradigma dan Teori Ilmu Dakwah: Perspektif Sosiologis," *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 20, no. 1 (2020): 1–18.

kajian Sokhi Huda tentang paradigma ilmu dakwah dan pengembangan melalui kajian empiris²², dan kajian Khusnul Khotimah tentang epistemologi ilmu dakwah kontemporer.²³ Semua kajian ini memberikan kontribusi terhadap paradigma, kerangka bangun ilmu, teori-teori, dan format dasar pengembangan ilmu dakwah. Akan tetapi semua kajian tersebut belum memberikan perhatian terhadap formula dan reformulasi paradigma ilmu dakwah dalam konteks pos-pandemi.

Persoalan penting yang muncul dan belum dikaji oleh sejumlah kajian terdahulu adalah reformulasi paradigma dakwah pada era pos-pandemi. Konsekuensi selanjutnya, sebagaimana deskripsi yang diberikan oleh *OECD Policy Responses* di atas, adalah persoalan reformulasi paradigma ilmu dakwah pada era pos-pandemi. Dua persoalan ini menjadi fokus kajian ini. Persoalan pertama merupakan persoalan utama, sedang persoalan kedua merupakan persoalan konsekuensial.

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan perspektif teori paradigma Thomas S. Kuhn²⁴ dan George Ritzer.²⁵ Pendekatan dan teori ini penulis gunakan untuk menyusun ulang formula paradigma dakwah dan paradigma ilmu dakwah pada era pos-pandemi. Selanjutnya penulis juga berusaha untuk mendeskripsikan arus perubahan besar hubungan internasional, tatanan dunia, dan orientasi ilmu pengetahuan yang terjadi di sekitar pandemi Covid-19. Hal ini penting kaitannya dengan urgensi dua persoalan di atas.

Pembahasan kajian ini, selain bagian pendahuluan, disajikan dalam tiga bagian. Bagian pertama mendeskripsikan era pra-pandemi, pandemi, dan pos-pandemi. Hal-hal yang dideskripsikan adalah dampak dan kondisi, perencanaan, dan inovasi teknologi dan produk. Deskripsi bagian pertama ini menjadi inspirasi bagi dua bagian selanjutnya. Bagian kedua memberikan deskripsi komunikasi pada era pos-pandemi, melakukan redefinisi dakwah dan reformulasi paradigma dakwah dan komunikasi sesuai dengan kondisi. Bagian ketiga, sebagai implikasi, berikhtiar menyusun *roadmap to creating and developing theories of da'wa science*.

B. Era Pra-Pandemi, Pandemi, dan Pos-pandemi

Kehadiran era pandemi Covid-19 telah membangkitkan perhatian seluruh dunia untuk meresponsnya secara serius dalam pelbagai aspek kehidupan. Demikian juga, mereka tidak hanya memberikan identitas kondisi “*new normal*” atau “*age of pandemic*” sebagaimana artikel Joanna Roberts²⁶ kepada era tersebut tetapi juga memberikan deskripsi dan menyusun perencanaan pos-pandemi berdasarkan hasil analisis penelitian dan kebijakan. Untuk konteks tersebut bagian pembahasan ini mendeskripsikan dampak dan kondisi, perencanaan, dan inovasi teknologi yang terkait dengan era pra-pandemi, pandemi, dan pos-pandemi.

1. Dampak dan Kondisi

Mishra dkk menjelaskan, bahwa pada 11 Maret 2020, penyakit virus Corona baru (COVID-19) dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Secara global, COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat secara sosial tetapi juga berdampak secara ekonomi. Penurunan substansial dalam pendapatan, peningkatan pengangguran, dan gangguan di sektor transportasi, fasilitas, dan industri merupakan salah satu kekhawatiran utama dari meredanya penyakit pandemi. Selain itu, pemerintah sebagian besar

²² Sokhi Huda, “Paradigma Ilmu Dakwah dan Pengembangannya melalui Kajian Empiris,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 9, no. 1 (2004): 14–29.

²³ Khusnul Khotimah, “Epistemologi Ilmu Dakwah Kontemporer,” *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 (2016): 68–93.

²⁴ Thomas S Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions: 50th Anniversary Edition* (Chicago: The University of Chicago Press, 2012).

²⁵ George Ritzer, *Sociology: A Multiple Paradigm Science* (Boston: Allyn and Bacon, 1975).

²⁶ Joanna Roberts, “How We Prepare for an ‘Age of Pandemics,’” *Horizon: The EU Research & Innovation Magazine*, June 24, 2021.

negara meremehkan ancaman penyebaran COVID-19 dan biasanya tanggap terhadap bencana di negara mereka masing-masing. Karena wabah pandemi ini tidak akan berkurang dalam waktu dekat, maka tindakan pencegahan merupakan prasyarat untuk mencegah penyebaran infeksi, menyelamatkan nyawa orang dan juga untuk menyelamatkan kemakmuran ekonomi. Atas dasar pengetahuan saat ini dan literatur yang tersedia, Mishra dkk telah menunjukkan pelbagai aspek efek sebelum dan sesudah COVID-19 selama fase sosial dan ekonomi di seluruh dunia. Selain itu, data berbasis bukti telah dirangkum mengenai ancaman, pengaruh sosial, peningkatan ilmiah, dinamika moral, stres, dan adaptasi dalam situasi sebelum dan sesudah COVID-19.²⁷

Kaitannya dengan penjelasan Mishra dkk di atas, pendapat para ahli penting untuk diperhatikan. Hal ini dijelaskan oleh Christopher Curley, bahwa para ahli mengatakan Covid-19 kemungkinan akan terus memudar, tetapi penyakit itu mungkin tidak akan hilang. Mereka berharap Covid-19 dapat serupa dengan virus influenza yang muncul kembali setiap tahun dalam bentuk yang sedikit berbeda. Mereka mengatakan masih banyak hal yang belum diketahui tentang virus corona baru yang menyebabkan COVID-19, termasuk seberapa sering ia akan bermutasi.²⁸

Persoalan yang dikemukakan oleh Curley tersebut menjadi perhatian penting Michael Igoe dan Vince Chadwick yang terkait dengan kondisi kesehatan dan pembangunan global. Mereka menjelaskan, bahwa pandemi COVID-19 telah menciptakan gangguan yang belum pernah terjadi sebelumnya bagi komunitas kesehatan dan pembangunan global. Organisasi yang memerangi penyakit menular, mendukung petugas kesehatan, memberikan layanan sosial, dan melindungi mata pencaharian telah menjadi pusat perhatian dunia. Akan tetapi mereka menemukan pekerjaan mereka rumit oleh tantangan akses, keamanan, logistik rantai pasokan, dan tekanan keuangan yang belum pernah ada sebelumnya.²⁹

Kondisi lain akibat pandemi adalah masa depan pekerjaan. Hal ini dijelaskan oleh Susan Lund dkk, bahwa pandemi Covid-19 mengganggu pasar tenaga kerja secara global selama tahun 2020. Konsekuensi jangka pendeknya tiba-tiba dan seringkali parah: Jutaan orang dirumahkan atau kehilangan pekerjaan, dan yang lainnya dengan cepat menyesuaikan diri untuk bekerja dari rumah saat kantor tutup. Banyak pekerja lain dianggap penting dan terus bekerja di rumah sakit dan toko kelontong, di truk sampah dan di gudang, namun di bawah protokol baru untuk mengurangi penyebaran virus corona baru.³⁰ Kondisi ini, dalam pandangan yang kontras, memancing optimisme yang dikemukakan oleh Hubert Joly. Dia menjelaskan selama krisis Covid-19 telah berbicara dengan banyak CEO yang telah berbagi bahwa prioritas utama bagi mereka, tentu saja, adalah keselamatan dan kesejahteraan karyawan mereka. Ada banyak contoh tindakan inspiratif yang dilakukan oleh CEO dan perusahaan untuk mendukung karyawannya. Akan tetapi karena mereka menyadari bahwa krisis ini akan berlangsung lebih dari beberapa minggu, maka perusahaan menentukan pendekatan untuk jangka panjang.³¹

Dampak pandemi Covid-19 berpotensi menciptakan kondisi dunia yang berbeda pada masa sesudahnya. Hal ini dijelaskan oleh Susskind dkk dalam sebuah kajiannya. Susskind menjelaskan, bahwa kondisi dunia setelah COVID-19 adalah banyak masalah yang akan kita

²⁷ NT Pramathesh Mishra et al., "Global Impacts of Pre-and Post-COVID-19 Pandemic: Focus on Socio-Economic Consequences," *Sensors International* 1 (January 1, 2020): 1–7.

²⁸ Christopher Curley, "What Our Future in a Post-Pandemic COVID-19 World," *Healthline*, June 3, 2021. See also Merle M Böhmer et al., "Barriers to Pandemic Influenza Vaccination and Uptake of Seasonal Influenza Vaccine in the Post-Pandemic Season in Germany," *BMC Public Health* 12, no. 1 (October 31, 2012): 1–9.

²⁹ Michael Igoe and Vince Chadwick, "After the Pandemic: How will COVID-19 Transform Global Health and Development?," *Devex*, April 13, 2020. See also DW News, "What Will Life Look like after the Coronavirus Pandemic? Future of Cities," *COVID-19 Special - YouTube*, last modified April 5, 2021, accessed July 19, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=8RnBxh3P6FQ>.

³⁰ Susan Lund et al., "The Future of Work after COVID-19," *McKinsey Global Institute*, February 2021.

³¹ Hubert Joly, "Lead Your Team into a Post-Pandemic World," *Harvard Business Review* (2020): 1–5.

hadapi dalam dekade berikutnya hanyalah versi yang lebih ekstrem daripada dekade yang sudah kita hadapi saat ini. Dunia hanya akan terlihat sangat berbeda kali ini jika, saat kita keluar dari krisis ini, kita memutuskan untuk mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah ini dan membawa perubahan mendasar. Selanjutnya Manyika merekomendasikan, bahwa hal yang akan tetap penting adalah perlunya tindakan kolektif untuk membangun ekonomi yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, kemakmuran, dan keamanan bagi semua. Pada puncaknya, Bremmer menjelaskan, bahwa ada tiga tren yang muncul akibat pandemi Covid-19 sebagai berikut:

The first trend is deglobalization; the logistic difficulties brought to light by the current crisis are already pointing to a shift away from global just-in-time supply chains. Yet as economic difficulties mount, the inevitable growth of nationalism and “my nation first” politics will push companies to localize business operations that favor national and regional supply chains. The third trend, China’s geopolitical rise, has been more than three decades in the making. But while China has successfully transformed itself into an economic and technological superpower, no one expected it to become a “soft power” superpower. This crisis can change that, if China’s crisis diplomacy continues and the perception endures that Beijing has been far more effective than the rest of the world in its response to the outbreak.³²

Tiga tren tersebut memperlihatkan perubahan arus hubungan internasional. Dalam hal ini Siswo Pramono menjelaskan, pasca pandemi Covid-19, negara-negara besar seperti Amerika Serikat, Inggris, dan China melakukan perubahan kebijakan politik dan ekonomi yang signifikan yang menyebabkan banyak perusahaan ingin merelokasi pabriknya ke negara lain di kawasan Asia, termasuk Indonesia. Hal ini tentunya akan membuat kawasan Asia tetap menjadi pusat gravitasi ekonomi, ditambah dengan bonus demografi masyarakat usia produktif.³³

Perubahan arus relasi internasional ini diperkuat oleh analisis Oliver Stuenkel. Dengan status adidaya Amerika Serikat yang disaingi oleh Cina yang sedang bangkit dan kekuatan baru seperti India dan Brasil memainkan peran yang semakin besar dalam urusan internasional, keseimbangan kekuatan global sedang bergeser. Akan tetapi apa artinya hal ini bagi masa depan tatanan internasional? Akankah Cina mendominasi abad ke-21? Akankah apa yang disebut BRICS terbukti menjadi kekuatan pengganggu dalam urusan global? Apakah kita menuju dunia yang ditandai dengan seringnya perselisihan, atau akankah berakhirnya dominasi Barat membuat dunia lebih damai? Sejumlah persoalan inilah yang menjadi perhatian Stuenkel. Dia menjelaskan, bahwa pemahaman kita tentang tatanan global dan prediksi tentang masa depannya terbatas karena kita berusaha membayangkan dunia pasca-Barat dari perspektif parokial Barat-sentris. Pandangan seperti ini semakin tidak memadai di dunia di mana miliaran orang menganggap pemerintahan Barat sebagai penyimpangan sementara, dan kebangkitan Asia sebagai kembalinya ke kondisi normal. Kenyataannya, Cina dan kekuatan-kekuatan lain yang sedang bangkit yang menghindari ekstrem sederhana baik menghadapi atau bergabung dengan tatanan yang ada diam-diam membangun sebuah “tatanan parallel” yang melengkapi lembaga-lembaga internasional saat ini dan meningkatkan otonomi kekuatan. Dengan penggabungan aksesibilitas dengan kepekaan ahli terhadap kompleksitas pergeseran kekuasaan global, visi Stuenkel tentang dunia pasca-Barat akan menjadi bacaan inti bagi mahasiswa dan sarjana urusan internasional kontemporer, serta siapa pun yang tertarik dengan masa depan politik global.³⁴

³² Daniel Susskind et al., “How will the World be Different after COVID-19,” *Finance and Development*, June 2021.

³³ Siswo Pramono, “Covid-19 Post Pandemic International Relations, Asian Perspective,” *Embassy of the Republic of Indonesia in Lima, Peru*, last modified July 9, 2021, accessed July 19, 2021, <https://kemlu.go.id/lima/en/news/7541/covid-19-post-pandemic-international-relations-asian-perspective>.

³⁴ Oliver Stuenkel, *Post-Western World: How Emerging Powers Are Remaking Global Order*, 1st Ed. (Malden: Polity Press, 2016).

Post-Western World terjadi juga dalam revolusi ilmu-ilmu sosial. Hal ini dideskripsikan oleh kajian Laurence Roulleau-Berger dan Nigel Briggs, bahwa refleksi dalam ilmu-ilmu sosial terkait dengan perkembangan masyarakat Barat yang melihat kelahirannya. Ilmu-ilmu sosial dan humaniora telah berkembang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir di pelbagai negara Asia, di mana pendekatan teoretis dan metodologi teoretis terus berubah. Sebagai hasil dari sirkulasi dan globalisasi pengetahuan, pusat-pusat baru dan area periferal baru telah terbentuk dan hierarki baru telah muncul secara diam-diam, yang pada gilirannya memunculkan lingkungan kompetitif baru di mana pengetahuan inovatif sedang diproduksi. Pusat-pusat di mana pengetahuan dalam ilmu-ilmu sosial dan humaniora yang diproduksi telah bergerak ke arah Asia. Kita memasuki fase baru kehidupan intelektual global setelah hegemoni Barat. Tujuan dari seri ini adalah untuk menghasilkan ruang pasca-Barat di mana pengetahuan diproduksi yang spesifik dan dibagikan dan di mana teori dan metodologi dikumpulkan bersama berdasarkan sejarah dan tradisi yang sangat berbeda.³⁵

Tabel 1. Identitas Era Kepandemian

Era	Kondisi Umum	Program Pembangunan	Level Program
Pra-Pandemi	Normal	Normal	Survival
Pandemi Covid-19	New Normal	Tangguh	New Survival
Pos-Pandemi	Next Normal	Tumbuh	Next Survival

Sumber: Sokhi Huda, 2021, dibuat dari pelbagai sumber.

2. Perencanaan

Covid-19 terbukti mampu membuat masyarakat dan ekonomi dunia bertekuk lutut. Kondisi ini telah menarik perhatian banyak pihak untuk mengerahkan segenap pikiran dan tenaga untuk menyusun perencanaan strategis dalam rangka mengatasi banyak problem dunia akibat virus tersebut. Leach dkk menyatakan ada kebutuhan mendesak untuk memeriksa bagaimana Covid-19 – sebagai krisis kesehatan dan pembangunan – berkembang seperti yang terjadi dan untuk mempertimbangkan kemungkinan transformasi pasca-pandemi dan untuk memikirkan kembali pembangunan secara lebih luas. Atas dasar lebih dari satu dekade penelitian tentang epidemi, mereka berpendapat bahwa asal usul, perkembangan, dan efek pandemi Covid-19 memerlukan analisis yang membahas kondisi ekonomi-politik struktural di samping proses yang jauh lebih tidak teratur dan ‘sulit diatur’ yang mencerminkan kompleksitas, ketidakpastian, kontinjensi, dan kekhususan konteks. Dualitas struktural yang sulit diatur dalam kondisi dan proses kemunculan, perkembangan, dan dampak pandemi ini memberikan lensa untuk melihat tiga bidang tantangan utama.³⁶

Tantangan pertama adalah bagaimana saran dan bukti ilmiah digunakan dalam kebijakan, ketika kondisi secara kaku ‘terkunci’ pada hubungan kekuasaan yang mapan namun begitu tidak pasti. Tantangan kedua adalah bagaimana ekonomi berfungsi, dengan krisis Covid-19 telah mengungkapkan batas-batas model pertumbuhan ekonomi konvensional. Tantangan ketiga adalah bagaimana bentuk-bentuk politik baru dapat menjadi dasar untuk membentuk kembali hubungan warga negara-negara dalam menghadapi pandemi, seperti solidaritas dan kepedulian bersama. Covid-19 menunjukkan bahwa kita menghadapi masa depan yang tidak pasti, di manaantisipasi dan ketahanan terhadap guncangan besar harus menjadi masalah utama studi dan praktik pembangunan. Sedang pendekatan arus utama untuk pembangunan telah

³⁵ Laurence Roulleau-Berger and Nigel Briggs, *Post-Western Revolution in Sociology: From China to Europe (Post-Western Social Sciences and Global Knowledge)* (Leiden: Brill, 2016).

³⁶ Leach et al., “Post-Pandemic Transformations: How and Why COVID-19 Requires Us to Rethink Development.”

berpola *top down*, kaku, dan berorientasi pada tujuan ekonomi yang didefinisikan secara sempit, pembangunan pasca-Covid-19 harus memiliki pengetahuan dan politik yang transformatif, egaliter, dan inklusif secara radikal.³⁷

Leach dkk telah menunjukkan tiga bidang tantangan akibat Covid-19. Tantangan ini, bagaimanapun, dapat membangkitkan inisiatif untuk mencari solusinya dalam bentuk perencanaan tertentu. World Health Organization (WHO), misalnya, sebelumnya menerbitkan pedoman kesiapsiagaan pandemi pada tahun 1999 dan revisi pedoman itu pada tahun 2005. Sejak tahun 2005, telah ada kemajuan di banyak bidang kesiapsiagaan dan perencanaan tanggapan. Misalnya, persediaan obat antivirus sekarang menjadi kenyataan dan pedoman WHO telah dikembangkan untuk mencoba menghentikan atau menunda pandemi influenza pada kemunculan awalnya. Ada peningkatan pemahaman tentang pandemi masa lalu, komunikasi wabah yang diperkuat, wawasan yang lebih luas tentang penyebaran penyakit dan pendekatan untuk mengendalikan, dan pemodelan statistik yang semakin canggih dari pelbagai aspek influenza. Pengalaman praktis yang luas telah diperoleh dari respons terhadap wabah infeksi virus flu burung A (H5N1) yang sangat patogen pada unggas dan manusia, dan dari melakukan latihan kesiapsiagaan dan tanggap pandemi di banyak negara.³⁸

Ada pemahaman yang lebih besar bahwa kesiapsiagaan pandemi membutuhkan keterlibatan tidak hanya sektor kesehatan, tetapi juga seluruh masyarakat. Pada tahun 2007, Peraturan Kesehatan Internasional (IHR, 2005) mulai berlaku untuk memberikan masyarakat internasional kerangka kerja untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat internasional. Sesuai perkembangan ini, WHO memutuskan pada tahun 2007 untuk memperbarui panduannya agar negara-negara dapat lebih siap menghadapi pandemi berikutnya. Oleh karena itu, dokumen yang diterbitkan pada April 2009 menggantikan Rencana Kesiapsiagaan Influenza Global WHO (WHO/CDS/CSR/GIP/2005.5). Dokumen ini harus digunakan bersama dengan daftar periksa WHO untuk perencanaan kesiapsiagaan influenza yang diterbitkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia pada tahun 2005.³⁹

Bill Gates, si raja Windows, mengemukakan inovasi untuk mengatasi pandemi. Dia menjelaskan, bahwa dunia mengambil langkah untuk mulai mengatasi risiko dengan peluncuran kemitraan publik-swasta pada tahun 2017 yang disebut Koalisi untuk Inovasi Kesiapsiagaan Epidemi (CEPI). Dengan komitmen pendanaan lebih dari \$630 juta, urutan pertama bisnis CEPI adalah memajukan pengembangan vaksin untuk tiga penyakit prioritas dalam daftar Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) untuk penelitian dan pengembangan kesehatan masyarakat: demam Lassa, virus Nipah, dan MERS. CEPI juga akan bekerja pada platform respons cepat untuk menghasilkan vaksin yang aman dan efektif untuk pelbagai penyakit menular. Akhir tahun 2018, koalisi akan mengumumkan hibah kepada beberapa perusahaan, bekerja dengan pelbagai teknologi, termasuk vaksin asam nukleat, vektor virus, dan pendekatan inovatif lainnya. Tujuannya adalah kemampuan untuk mengembangkan, menguji, dan merilis vaksin baru dalam hitungan bulan, bukan tahun.⁴⁰ Inovasi ini memperkuat inisiatif kesiapsiagaan WHO untuk menghadapi masa-masa pandemi yang pernah terjadi sebelum pandemi Covid-19.

³⁷ Ibid. See also, UC San Francisco, "COVID-19 The Path Forward - Mapping a Post Pandemic World," *YouTube*, last modified March 24, 2021, accessed July 19, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=iMrTxO86Nb8>; Dian Septiari, "Interview: Colombian Ambassador Talks COVID-19 Strategies, Post-Pandemic Plans," *The Jakarta Post*, July 16, 2021..

³⁸ World Health Organization, "Recommended Actions Before, During and After a Pandemic."

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Gates, "Innovation for Pandemics."

Di bidang ekonomi, Konrad Adenauer Stiftung dan IDB mendeskripsikan usaha pemulihan ekonomi pada era pos-pandemi. Mereka menjelaskan, bahwa Amerika Latin dan Karibia (LAC) telah menjadi salah satu wilayah yang paling terpukul oleh pandemi COVID-19. Pembatasan dan intervensi lain untuk mengurangi penularan dan menjaga kesehatan masyarakat sangat berdampak pada perekonomian. Pada tahun 2020, PDB daerah mengalami salah satu penurunan terbesar dalam sejarah, dengan PDB per kapita turun ke level 2010. Hal ini menyebabkan peningkatan besar dalam pengangguran, informalitas, dan kemiskinan. Perdagangan barang regional juga turun pada tahun 2020, meskipun lebih rendah dibandingkan selama krisis keuangan 2008-2009. Pariwisata dan transportasi internasional terkena dampak yang lebih parah daripada selama krisis sebelumnya, sedang perdagangan layanan TIK dan layanan digital bertahan lebih baik.⁴¹

Selanjutnya untuk konteks Indonesia, Satya Laksana mendeskripsikan perencanaan pembangunan Indonesia pada era pos-pandemi. Wabah Covid-19 telah berdampak pada hampir semua aspek kehidupan termasuk perencanaan pembangunan daerah di Indonesia. Orientasi perencanaan pembangunan daerah yang baru menyesuaikan dengan kebiasaan baru warga di era new normal yang lebih dikenal dengan gaya hidup *Internet of Things* (IoT). Orientasi pembangunan baru mencakup tiga sektor: pendidikan, infrastruktur, dan reformasi birokrasi. Di bidang pendidikan, Dinas Pendidikan (DP) diperkirakan akan merevitalisasi DP Luar Sekolah untuk merespons konsep ‘Merdeka Belajar’ dari Kemendikbud dan merespons perkembangan kemandirian masyarakat dalam bidang pendidikan seiring dengan kemajuan TIK. Di bidang pembangunan infrastruktur, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota diperkirakan cenderung hanya menjadi penerima manfaat dari proyek-proyek pembangunan infrastruktur strategis yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan dioperasikan oleh BUMN. Karena itu, pemerintah daerah dapat mengisi celah-celah seperti peluang untuk membangun PLTMH oleh BUMD dan memfasilitasi penyediaan akses internet di daerah terpencil. Di bidang reformasi birokrasi, konsep efisiensi akan tetap mengejar bentuk idealnya. Hal ini memperhatikan pandemi Covid-19 yang telah mempercepat realisasi perilaku *e-government* dan *Internet of Things* di Jawa Barat.⁴²

3. Inovasi Teknologi dan Produk

Pandemi Covid-19 merupakan ‘*big condition*’ dalam sejarah umat manusia yang terkait dengan krisis kesehatan dan ekonomi. Kondisi ini mendorong manusia untuk melakukan inovasi di bidang-bidang perawatan kesehatan, teknologi, strategi ekonomi, sampai pada manufaktur, misalnya inovasi yang disebutkan dalam kajian Fernando Belezas dan Ana Daniel. Kajian ini mendeskripsikan inovasi pada masa pandemi dengan pendekatan Netnografik. Kajian ini menemukan bahwa model bisnis SE berkontribusi untuk mengatasi tantangan pandemi Covid-19 dengan mendistribusikan kembali sumber daya yang menganggur untuk mengurangi dampak kurungan. Hal ini dicapai melalui inovasi proses dan penggunaan jaringan yang inovatif, yang memungkinkan proses inovasi terbuka dan terdesentralisasi dengan cepat, serta implementasi inovasi yang cepat. Proses inovasi ini didasarkan pada pendekatan pengambilan keputusan yang terdesentralisasi, aturan yang jelas, hubungan informal di antara anggota masyarakat dan saluran komunikasi yang terbuka, serta strategi mengelak untuk menghindari tantangan, pembatasan kelembagaan, dan hambatan dalam adopsi inovasi.⁴³

⁴¹ Konrad Adenauer Stiftung and IDB, *Post Pandemic Covid-19 Economic Recovery: Enabling Latin America and the Caribbean to Better Harness e-Commerce and Digital Trade* (Ancón, Panama: Alliances for Democracy and Development with Latin America (ADELA), 2021).

⁴² Satya Laksana, “Post Pandemic Indonesian Regional Development Planning, New Normal, New Orientation: The Case of West Java,” *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 5, no. 1 (April 30, 2021): 32–50.

⁴³ Fernando Belezas and Ana Daniel, “Innovation in Pandemics: A Netnographic Approach to the Sharing Economy Contributions,” *Journal of Science and Technology Policy Management* (2021).

Forbes menerbitkan artikel yang membahas 14 inovasi teknologi berbasis pandemi yang akan terus berdampak pada dunia. Selama puncak pandemi Covid-19, banyak bisnis mungkin harus berhenti total jika bukan karena solusi mutakhir dari industri teknologi. Meskipun pekerjaan yang dilakukan oleh setiap tim teknologi untuk memungkinkan kerja jarak jauh, *e-commerce*, dan konektivitas sangat berharga, pandemi telah melihat bagiannya dari pemenang teknologi yang pasti—tidak diragukan, misalnya, konferensi video sekarang memiliki tempat yang aman di keduanya. dunia bisnis dan konsumen. 14 pemimpin industri dari Dewan Teknologi Forbes membahas inovasi teknologi yang kemungkinan akan bertahan lama setelah pandemi Covid-19 berakhir,⁴⁴ sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 2. Inovasi Teknologi Berbasis Pandemi

No.	Produk Teknologi	Author
1	Cloud Computing	Michael Fulton, Expedient
2	Computer-Assisted Telephone Interviewing	Praduman Jain, Vibrent Health
3	Financial Process Automation	Chen Amit, Tipalti Ltd
4	Embedded Financial Technology	Spiros Liolis, Micro Focus
5	Nonfungible Tokens	Amanda Dorenberg, COMMB
6	Intelligent Security Technology	Tony Pepper, Egress
7	Cybersecurity Vendors	Mercedes Soria, Knightscope
8	Virtual Reality	Marc Fischer, Dogtown Media LLC
9	Artificial Intelligence	Jeff Wong, EY
10	Telehealth Solutions	Rena Christina Tabata, ShareSmart (Think Tank Innovations Ltd.)
11	Mental Fitness Apps	Vikram Joshi, pulsd
12	Streaming Services	David Moise, Decide Consulting
13	Home Broadband	Mark Brown, British Standards Institution (BSI)
14	Personal Service Apps	Laureen Knudsen, Broadcom

Sumber: Dibuat dari data Forbes, June 4, 2021

Inovasi berikutnya tidak terbatas pada bidang teknologi tetapi juga produk non-teknologi. Penjelasan tentang hal ini diberikan oleh Sophia Hübner. Dia menjelaskan dan menyatakan secara argumentatif, bahwa Covid-19 mungkin akan tercatat dalam sejarah tidak hanya sebagai krisis kesehatan dan ekonomi yang besar tetapi juga sebagai pendorong digitalisasi dan inovasi di pelbagai bidang mulai dari perawatan kesehatan sampai manufaktur. Krisis seperti ini menciptakan lingkungan yang jauh lebih merangsang untuk perubahan daripada waktu yang stabil secara ekonomis. Sejauh mana orang-orang bersatu di sekitar pandemi dan mencari solusi baru merupakan manifestasi nyata.⁴⁵ Rincian penjelasan Hübner dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

⁴⁴ Forbes Technology Council, “14 Pandemic-Driven Tech Innovations That Will Continue to Impact the World,” *Forbes*, June 4, 2021.

⁴⁵ Sophia Hübner, “20 Post-Pandemic Innovative Solutions and Products,” *Itonics*, last modified August 7, 2020, accessed October 17, 2021, <https://www.itionics-innovation.com/blog/20-post-pandemic-innovative-solutions-and-products>.

Tabel 3. Solusi dan Produk Inovatif pada Masa Pos-Pandemi

Produk	Produk
1. Ultraviolet sanitation tunnel	11. Jamming live via a collaborative music app
2. A snood mask with an antiviral coating	12. Mobile hotel that travels with you
3. Colivery platform	13. Hand washing fact-checker
4. Corona-Warn app	14. Covid-19 chat-based screener
5. Fitbit Flow	15. AI-powered safe and scalable goods delivery
6. Mental resilience app	16. Portable gym at home
7. Telehealth consultations in Singapore	17. HelloLanload
8. Kisomo Smartlearn	18. Biometric login
9. AI-enhanced video conferencing	19. Serres Séparées
10. MIT spin-off startup Humatics	20. The Clear Mask

Sumber: Dibuat atas data Sophia Hübner, August 7, 2020.

C. Dakwah dan Komunikasi di Era Pos-pandemi

Pembahasan di bagian diawali oleh deskripsi tentang komunikasi di era pos-pandemi. Penulis mengakomodasi sejumlah pandangan dan kajian kritis sebagai solusi efektif komunikasi setelah periode ketidakpastian yang mendalam. Pembahasan selanjutnya adalah paradigma dan reformulasi paradigma dakwah dengan dukungan basis utama komunikasi. Paradigma dakwah dieksplorasi dan dideskripsikan berdasarkan kajian-kajian yang ada dan realitas-realitas yang mengisi sejumlah kajian tersebut. Sedang reformulasi paradigma dakwah dilakukan oleh penulis dengan memperhatikan deskripsi tentang era pra-pandemi, pandemi, dan pos-pandemi.

1. Kondisi

Ada tujuh bidang komunikasi pos-pandemi yang memperoleh perhatian dari para ahli dan peneliti, yaitu komunikasi bisnis, komunikasi ketenagakerjaan, komunikasi organisasi, komunikasi kepemimpinan, komunikasi politik, komunikasi hukum, komunikasi keamanan siber. *Pertama*, komunikasi bisnis di masa pos-pandemi memperoleh perhatian dari JBP, Breck, Delphine Dauge, dan Vince Bevacqua. JBP menawarkan lima cara komunikasi bisnis masa depan: (1) berkomunikasi dengan tujuan, (2) bangunlah kecerdasan digital yang baru ditemukan, (3) komunikasi karyawan bukan lagi hubungan yang buruk, (4) komunikasi seputar kerja jarak jauh, (5) komunikasi dan keterlibatan yang efektif seputar kesehatan mental. Lima cara ini merupakan rekomendasi dari acara *Keeping up with New World of Communications* (Bersaing dengan Dunia Baru Komunikasi) yang diselenggarakan oleh JBP.⁴⁶

Breck menawarkan lima cara komunikasi bisnis pada pos-pandemi: (1) beri orang apa yang mereka butuhkan, saat mereka membutuhkannya, (2) berkomunikasi dengan jelas, sederhana, dan sering, (3) pilih keterusterangan daripada karisma, (4) revitalisasi ketahanan, (5) saring makna dari kekacauan. Lima cara ini didasarkan pada Ilmu Perilaku dan “*Psychology of a Crisis*” CDC yang menyatakan, bahwa manusia menginginkan transparansi dan bimbingan yang lebih besar dalam menanggapi krisis. Sebagai respons terhadapnya, strategi komunikasi organisasi dapat menawarkan perhatian, keaslian, dan tujuan yang dicari oleh audiens setelah periode ketidakpastian yang mendalam.⁴⁷

⁴⁶ “Communicating Post Coronavirus – How the Pandemic Will Shape the Way We Communicate and Engage in the Future,” *JBP: Communication, Public Policy, Digital & Marketing* (Bristol, England, June 29, 2021).

⁴⁷ “Evolving Communications in a Post-Pandemic World,” *Breck Inc.: Innovative Design. Creative Solutions. Solutions through optimized processes, communications, and user experience.* (Arlington, Texas, July 2020).

Dauge menawarkan tiga tindakan utama *branding* untuk berkomunikasi dengan jelas dan meyakinkan pada masa krisis; (1) kontinuitas ekspres dalam layanan pelanggan, (2) fitur manajemen krisis untuk jaminan pasokan, (3) penyorotan terhadap kedermawanan dan solidaritas dengan cara-cara yang sederhana, rendah hati, dan empati. Tindakan ini dilakukan di saat yang tepat untuk memperkuat strategi komunikasi sebagai upaya menyederhanakan ekosistem *brand* selama masa krisis pandemi dan pos-pandemi, terkait dengan COVID-19 yang membentuk kembali cara *brand* terlibat dengan konsumen.⁴⁸

Selanjutnya Bevacqua menyatakan, bahwa komunikasi strategis dapat—dan harus—dimanfaatkan untuk memanfaatkan peluang bisnis di era pos-pandemi. Ada empat strategi untuk mewujudkannya; (1) manfaatkan perubahan dengan pesaing dengan peningkatan layanan, (2) tinjau pesan untuk dunia pasca-Covid untuk langkah-langkah inovasi sebagai solusi, (3) pastikan komunikasi internal melibatkan pekerja jarak jauh atau paruh waktu, (4) kembangkan rencana komunikasi krisis dengan kesiagaan untuk revisi dan memperbaikinya.⁴⁹

Kedua, di bidang komunikasi ketenagakerjaan, Gibson mengajak untuk memikirkan ulang komunikasi di era pos-pandemi dengan prioritas empat tindakan untuk berkomunikasi secara efektif dengan tenaga kerja hibrida; (1) kumpulkan umpan balik secara teratur, (2) gunakan perangkat lunak komunikasi internal, (3) informasikan ulang misi, visi, nilai, dan tujuan perusahaan, (4) prioritaskan pertemuan satu lawan satu dan tim kecil.⁵⁰

Ketiga, di bidang komunikasi organisasi, Tim ENiBLE menawarkan empat tips untuk terus terlibat dengan karyawan di era *new normal*; (1) komunikasi yang jelas dan menginspirasi, (2) memberdayakan staf, (3) meningkatkan dan memperluas komunikasi, (4) komunikasi adalah jalan dua arah.⁵¹

Keempat, di bidang komunikasi kepemimpinan, ada usulan yang penting dari Laajalahti dan Rouhiainen-Neunhäuserer dan Sara Canaday. Laajalahti dan Rouhiainen-Neunhäuserer mengusulkan model komunikasi pemimpin untuk mengatasi paradoks etika (keterpercayaan, kejujuran, integritas, transparansi, otonomi, kesetaraan, rasa hormat, perhatian, privasi) ketika kepercayaan menurun pada era pos-pandemi. Cara ini diusulkan oleh mereka agar para pemimpin mampu mengelola secara lebih efektif dan meningkatkan kompetensi komunikasinya. Ada tiga cara untuk mengembangkan komunikasi pemimpin dan meningkatkan kompetensi komunikasi seseorang dalam paradoks etika. *Pertama*, identifikasi: amati, kenali, dan petakan paradoks etika yang anda hadapi dalam pekerjaan anda. Buat daftar ekspektasi kontradiktif yang anda identifikasi yang memengaruhi kemampuan anda untuk berkomunikasi secara etis. *Kedua*, problematisasi: analisis kompetensi komunikasi seperti apa yang dibutuhkan untuk menyeimbangkan ekspektasi etis yang kontradiktif ini. Tanyakan pada diri anda: pengetahuan, keterampilan, dan motivasi komunikasi seperti apa yang dibutuhkan? Dapatkah saya, sebagai pemimpin, memengaruhi situasi, misalnya dengan meningkatkan kompetensi saya sendiri, atau haruskah saya menyarankan pemimpin lain untuk mengembangkan kompetensi mereka, atau seluruh organisasi untuk mengubah struktur dan praktik komunikasi? *Ketiga*, komitmen untuk berubah: paradoks etika mungkin terdengar kabur dan membingungkan, tetapi konsep ini dapat menjadi teman terbaik anda. Dengan merangkul ekspektasi etis yang kontradiktif, anda sebagai pemimpin dapat membuat perbedaan dengan memberikan panduan etis dan memimpin dengan memberi contoh. Dengan berkomitmen untuk berubah, anda dapat mengembangkan

⁴⁸ Delphine Dauge, “Rethink Your Communication Strategies During and After the Pandemic,” *SGK: Matthews International Corporation* (Pittsburgh, Pennsylvania, n.d.).

⁴⁹ Vince Bevacqua, “4 Communications Strategies for a Post-Pandemic Marketplace,” *Pecchia Communications* (Youngstown, June 2021).

⁵⁰ Caitlin Gibson, “Rethinking Communications for a Post-Pandemic Workforce,” *GuideSpark*, n.d.

⁵¹ ENiBLE Team, “The Importance of Effective Communication in the Post Pandemic Workplace,” *ENiBLE*, April 2021.

kompetensi komunikasi anda dalam komunikasi kepemimpinan yang etis dan membantu membangun (kembali) kepercayaan dalam kepemimpinan.⁵²

Canaday mengusulkan penerapan strategi komunikasi modern pada masa pos-pandemi. Ada tiga strategi yang dimaksudkannya, yaitu (1) pemimpin modern tidak hanya berkomunikasi; mereka menciptakan pengalaman, (2) pemimpin modern tidak hanya menyajikan fakta; mereka bercerita, (3) pemimpin modern memiliki niat untuk mewujudkan pesan mereka. Tiga strategi ini dinukil dari bukunya yang memenangkan penghargaan, *Leadership Unchained: Defy Conventional Wisdom for Breakthrough Performance*.⁵³

Kelima, di bidang komunikasi politik, Radosław Fiedler mempresentasikan usulan pergeseran dari korporasi ke kerjasama sebagai model fungsional dalam usaha mengatasi tantangan lokal dan global. Di masa pascapandemi, redefinisi politik dan globalisasi lebih dari mungkin. Ada banyak kemungkinan scenario, salah satunya adalah model kooperatif sebagai penangkal politik terpolarisasi dan globalisasi yang didorong oleh korporasi. Menurutnya, politik harus didefinisikan ulang. Krisis korona menuntut respons yang lebih koheren dan bertanggungjawab terhadap meningkatnya ketegangan sosial. Model politik kooperatif harus didasarkan pada konsensus yang luas.⁵⁴

Keenam, di bidang komunikasi hukum, Vincent Denault dan Miles L. Patterson melakukan penelitian dengan perspektif komunikasi nonverbal dalam hubungannya dengan prinsip-prinsip hukum Amerika dan Kanada. Mereka mendeskripsikan, sejak WHO menyatakan pandemi COVID-19 11 Maret 2020, aturan jarak fisik yang baru memiliki banyak konsekuensi, sebagian di antaranya dirasakan di seluruh sistem peradilan. Pengadilan di seluruh dunia membatasi operasi mereka. Banyak yurisdiksi telah beralih ke teknologi untuk hal-hal yang mendesak. Denault dan Patterson menawarkan komentar berbasis bukti dan kehati-hatian bagi pengacara dan hakim yang mungkin cenderung, untuk masalah seperti penghematan biaya dan waktu, untuk secara permanen menyingkir dari persidangan langsung. Hasil penelitian ini mendorong pendapat peneliti, bahwa keputusan seperti itu dapat membahayakan integritas sistem peradilan.⁵⁵

Ketujuh, di bidang komunikasi keamanan siber, Martin C. Libicki dan David Gompert menawarkan komunikasi kuantum untuk mengatasi teka-teki *cybersecurity*; yaitu (1) menerima arah teknologi kuantum, (2) mempercepat teknologi secara umum tanpa memperhatikan penggunaannya, atau (3) mendorong teknologi untuk memasukkan penggunaan massal. Komunikasi ini diberikan sebagai solusi terhadap problem keamanan siber saat ini yang semakin tidak memadai karena penggunaan jaringan yang berkembang dan peretasan menjadi lebih terampil. Salah satu tanggapan terhadap masalah ini terletak pada teknologi kuantum. Secara khusus, sensitivitas ekstrem dari komunikasi kuantum membuat interferensi mudah dideteksi dan dapat menyediakan distribusi kunci enkripsi yang aman. Namun, hal ini kemungkinan besar akan menguntungkan jaringan bernilai tinggi yang menggunakan enkripsi, membuat tidak amannya pertumbuhan penggunaan jaringan massal untuk pekerjaan

⁵² Anne Laajalahti and Majastiina Rouhiainen-Neunhäuserer, "Leadership Communication Post Pandemic," *The European Association Of Communication Directors (EACD)* (Brussels, Belgium, June 2021).

⁵³ Sara Canaday, "Post-Pandemic Communication: Why Leaders Need to Shake It Up," *LinkedIn*, last modified 2021, accessed July 19, 2021, <https://www.linkedin.com/pulse/post-pandemic-communication-why-leaders-need-shake-up-sara-canaday/>.

⁵⁴ Radosław Fiedler, "From Corporationism to Cooperationism: Reversed Globalization, Cooperative Politics and Expanding Online Communication in Post-Pandemic Time," *Society Register* 4, no. 3 (April 14, 2020): 161–168.

⁵⁵ Vincent Denault and Miles L. Patterson, "Justice and Nonverbal Communication in a Post-Pandemic World: An Evidence-Based Commentary and Cautionary Statement for Lawyers and Judges," *Journal of Nonverbal Behavior* 45, no. 1 (August 9, 2020): 1–10.

terdistribusi. Libicki dan Gompert merekomendasikan strategi publik-swasta, khususnya kepada Amerika Serikat dan sekutunya, untuk mempengaruhi penggunaan kelas atas dan massal.⁵⁶

Kontribusi sejumlah pandangan, komentar, tawaran, tips, dan gagasan di atas diberikan oleh para ahli, konsultan, dan lembaga-lembaga studi komunikasi. Kontribusi tersebut diberikan oleh mereka dalam bentuk praktis dan aplikatif. Mereka cenderung memberikan kontribusinya dengan penekanan pada solusi problem, meskipun ada nuansa ajakan untuk berpikir ulang sebagaimana kajian Delphine Dauge, “Rethink Your Communication Strategies During and After the Pandemic” dan kajian Caitlin Gibson, “Rethinking Communications for a Post-Pandemic Workforce.” Hal ini dapat dicatat sebagai masukan penting bagi rancangan formulasi komunikasi dakwah pada era pos-pandemi, khususnya bidang-bidang komunikasi organisasi, komunikasi kepemimpinan, dan komunikasi siber dakwah. Penulis merincinya ke bentuk tabel di bawah ini.

Tabel 4. Komunikasi untuk Konteks Dakwah pada Era Pos-Pandemi

Bidang	Tawaran/Usulan/Gagasan/Tips	Konteks Dakwah
1. Komunikasi Bisnis		
a. JBP	1) Berkomunikasilah dengan tujuan.	Tujuan dakwah
	2) Bangunlah kecerdasan digital yang baru ditemukan.	Media dakwah
	3) Komunikasi karyawan bukan lagi hubungan yang buruk.	Teknik dakwah
	4) Komunikasi seputar kerja jarak jauh.	Taktik dakwah
	5) Komunikasi dan keterlibatan yang efektif seputar kesehatan mental.	Teknik dakwah
b. Breck	1) Beri orang apa yang mereka butuhkan, saat mereka membutuhkannya.	Materi dakwah
	2) Berkomunikasi dengan jelas, sederhana, dan sering.	Teknik dakwah
	3) Pilih keterusterangan daripada karisma.	Integritas pendakwah
	4) Revitalisasi ketahanan.	Revitalisasi dakwah
	5) Saring makna dari kekacauan.	Strategi dakwah
c. Dauge	1) Kontinuitas ekspres dalam layanan pelanggan.	Strategi dakwah
	2) Fitur manajemen krisis untuk jaminan pasokan.	Strategi dakwah
	3) Penyorotan terhadap kedermawanan dan solidaritas dengan cara-cara yang sederhana, rendah hati, dan empati.	Strategi dakwah
d. Bevacqua	1) Manfaatkan perubahan dengan pesaing dengan peningkatan layanan.	Strategi dakwah
	2) Tinjau pesan untuk dunia pasca-Covid untuk langkah-langkah inovasi sebagai solusi.	Strategi dakwah
	3) Pastikan komunikasi internal melibatkan pekerja jarak jauh atau paruh waktu.	Teknik dakwah

⁵⁶ Martin C. Libicki and David Gompert, “Quantum Communication for Post-Pandemic Cybersecurity,” in *2021 13th International Conference on Cyber Conflict (CyCon)* (Tallinn, Estonia: IEEE, 2021), 371–386.

Bidang	Tawaran/Usulan/Gagasan/Tips	Konteks Dakwah
	4) Kembangkan rencana komunikasi krisis dengan kesiagaan untuk revisi dan memperbaikinya.	Strategi dakwah
2. Komunikasi Ketenagakerjaan		
Gibson	1) Kumpulkan umpan balik secara teratur.	Evaluasi dakwah
	2) Gunakan perangkat lunak komunikasi internal.	Media dakwah
	3) Informasikan ulang misi, visi, nilai, dan tujuan perusahaan.	Revitalisasi dakwah
	4) Prioritaskan pertemuan satu lawan satu dan tim kecil.	Revitalisasi dakwah
3. Komunikasi Organisasi		
Tim ENiBLE	1) Komunikasi yang jelas dan menginspirasi.	Teknik dakwah
	2) Memberdayakan staf.	Taktik dakwah
	3) Meningkatkan dan memperluas komunikasi.	Strategi dakwah
	4) Komunikasi adalah jalan dua arah.	Strategi dakwah
4. Komunikasi Kepemimpinan		
a. Laajalahti dan Rouhiainen-Neunhäuserer	1) Identifikasi: amati, kenali, dan petakan paradoks etika yang anda hadapi dalam pekerjaan anda.	Perencanaan dakwah
	2) Problematisasi: analisis kompetensi komunikasi seperti apa yang dibutuhkan untuk menyeimbangkan ekspektasi etis yang kontradiktif.	Evaluasi dakwah
	3) Komitmen untuk berubah: paradoks etika mungkin terdengar kabur dan membingungkan, tetapi konsep ini dapat menjadi teman terbaik anda.	Integritas pendakwah
b. Canaday	1) Pemimpin tidak hanya berkomunikasi; mereka menciptakan pengalaman.	Metode dakwah <i>bi al-hal</i> (tindakan, <i>uswah</i>)
	2) Pemimpin tidak hanya menyajikan fakta; mereka bercerita.	Teknik dakwah
	3) Pemimpin memiliki niat untuk mewujudkan pesan mereka.	Integritas pendakwah
5. Komunikasi Politik		
Fiedler	Redefinisi politik dari korporasi ke kooperasi: model politik kooperatif harus didasarkan pada konsensus yang luas.	Taktik dakwah filantropis
6. Komunikasi Hukum		
Denault dan Patterson	Perspektif komunikasi nonverbal: pengacara dan hakim yang secara	Integritas pendakwah

Bidang	Tawaran/Usulan/Gagasan/Tips	Konteks Dakwah
	permanen menyingkir dari persidangan langsung dapat membahayakan integritas sistem peradilan.	
7. Komunikasi Keamanan Siber		
Libicki dan Gompert (Perspektif Komunikasi Kuantum)	1) Menerima arah teknologi kuantum.	Taktik dakwah, siber dakwah
	2) Mempercepat teknologi secara umum tanpa memperhatikan penggunaannya.	Taktik dakwah, siber dakwah
	3) Mendorong teknologi untuk memasukkan penggunaan massal.	Taktik dakwah, siber dakwah

Sumber: Sokhi Huda, 2021, dibuat dari pelbagai sumber.

Tabel di atas menunjukkan tujuh bidang komunikasi, 36 poin usulan/gagasan, dan 11 konteks dakwah. Konteks ini meliputi perencanaan dakwah, tujuan dakwah, integritas pendakwah, materi dakwah, metode dakwah *bi al-hal* (tindakan, *uswah*), media dakwah, teknik dakwah, taktik dakwah, strategi dakwah, evaluasi dakwah, dan revitalisasi dakwah. Peringkat pertama poin usulan adalah konteks strategi dakwah dengan 9 poin (25%). Peringkat kedua adalah konteks teknik dan taktik dakwah dengan 6 poin (16,7%). Peringkat ketiga adalah integritas pendakwah dengan 4 poin (11,1%). Peringkat keempat adalah konteks revitalisasi dakwah dengan 3 poin (8,3%), Peringkat kelima adalah konteks media dan evaluasi dakwah dengan 2 poin (5,6%). Sedang peringkat terakhir adalah konteks perencanaan, tujuan, dan materi dakwah dengan 1 poin (2,8%). Tiga peringkat pertama merupakan kondisi mayor konteks dakwah sebagai masukan penting untuk merumuskan kegiatan dakwah pada era pos-pandemi.

2. Paradigma

Pembahasan bagian ini berbekal pengertian-pengertian paradigma dan dakwah. Paradigma adalah pandangan yang mendasar tentang suatu pokok persoalan. Paradigma dapat dipahami juga sebagai pola, model, eksemplar atau *uswah* dalam bahasa Arab. Paradigma sebagai model bukan hanya sebuah pencapaian tetapi juga cara tertentu untuk memodelkan praktik masa depan di atasnya. Paradigma sebagai eksemplar bersama adalah elemen sentral dari apa yang dianggap sebagai aspek yang paling baru dan paling sedikit dipahami dari sesuatu.⁵⁷ Sedang dakwah merupakan komunikasi yang khas-persuasif⁵⁸, penyampaian pesan Islam⁵⁹, ajakan ke pencapaian kebahagiaan⁶⁰, tugas umat Islam⁶¹, aktivitas⁶², fenomena (fakta)⁶³, dan ilmu.⁶⁴

Menurut pandangan penulis, paradigma dakwah adalah pandangan yang mendasar penyampaian pesan Islam sebagai respons terhadap kondisi tertentu (nilai moral, etika, dan cara hidup berganti ke tatanan baru). Pengertian ini mempertimbangkan kajian Rakhmawati tentang paradigma dakwah upaya merespons problematika umat Islam di era modern.⁶⁵

⁵⁷ Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions: 50th Anniversary Edition*, 8–10.

⁵⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cet. II. (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 39.

⁵⁹ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 7–8.

⁶⁰ Shaykh Ali Mahfudh, *Hidayat al-Murshidin*, ed. Hadijah Nasution (Yogyakarta: Penerbit Tiga A, n.d.), 1.

⁶¹ Q.S. Ali Imran [3]: 110.

⁶² Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, 7–8.

⁶³ Enjang and Aliyuddin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah Pendekatan Filosofis dan Praktis* (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), 103.

⁶⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Ed. Revisi. (Jakarta: Prenada Media, 2019), 60.

⁶⁵ Rakhmawati, "Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern."

Sejauh eksplorasi yang penulis lakukan, dengan perspektif pengertian di atas, ada delapan paradigma dakwah yang sudah mengemuka. Penjelasan ringkasnya sebagai berikut.

- a. Paradigma Dakwah Profetik, yaitu dakwah *'ala* Rasulullah saw dengan karakter (1) *amar ma'ruf-nahy munkar*, (2) percaya sepenuhnya kepada Allah swt, dan (3) bertujuan mengembalikan esensi ajaran Islam yang diajarkan oleh Rasulullah saw.⁶⁶
- b. Paradigma Dakwah Harakah, yaitu dakwah yang dibangun di atas pandangan yang radikal dengan karakter (1) bertolak dari pandangan bahwa Islam = sistem hidup (*nizham al-hayah*), (2) menekankan program aksi daripada teoretisasi, (3) meniscayakan organisasi dan jamaah, (4) meniscayakan jejaring (*networking*) secara nasional maupun internasional, (5) memperbolehkan --sekiranya diperlukan-- penggunaan kekuatan (*al-quwwah*) dalam dakwah.⁶⁷
- c. Paradigma Dakwah Moderat, yakni dakwah yang menentukan jalan tengah, berfokus pada nilai-nilai universal, dan terbuka terhadap kearifan lokal. Karakternya adalah (1) menentukan jalan tengah di antara cara-cara dakwah fundamentalis dan liberalis, dan memadukan sisi-sisi positifnya, (2) berfokus pada nilai-nilai universal sambil tetap terbuka terhadap nilai-nilai kearifan lokal dan prinsip-prinsip kebajikan global kemanusiaan, (3) strategi dakwahnya bergerak ke arah kemajuan sambil memerangi keterbelakangan.⁶⁸
- d. Paradigma Dakwah Aktual, yakni dakwah sebagai respons atas realitas sosial yang terjadi dan berkembang secara dinamis, dengan karakter (1) menekankan fungsi tiga pilar dakwah (masjid, pesantren, dan kampus), (2) moderasi pemahaman keagamaan, (3) refleksi menuju perbaikan diri, dan (4) respons terhadap isu-isu kontemporer (HAM, jender, minoritas muslim, radikalisme, media sosial, dan lain-lain).⁶⁹
- e. Paradigma Dakwah Transformatif, yaitu paradigma dakwah dengan penonjolan aksi pemberdayaan masyarakat, dengan karakter (1) aktivitas dakwah lebih fleksibel dan lebih mengena sasaran, (2) tidak mengesampingkan kaum lemah tetapi memberdayakan mereka.⁷⁰
- f. Paradigma Dakwah Kontemporer: berbasis *rahmat* yang diarahkan untuk memenuhi keharmonisan hidup dengan menjunjung tinggi nilai-nilai humanis. Karakternya adalah (1) sifat "*rahmat li al-'alamin*" diarahkan untuk memenuhi keindahan hidup, (2) tidak menggunakan model-model radikal, justifikatif, dan romantis secara spekulatif, (3) meramu sejumlah model kedalam kemasan baru yang lebih kreatif, dekoratif, asasi, dan non-ofensif, (4) menjunjung tinggi kesadaran humanis, dan (5) memperlakukan *mad'u* secara adil dan kasih-sayang.⁷¹
- g. Paradigma Dakwah Kontekstual, yaitu paradigma yang merespons isu-isu kontemporer secara kontekstual, dengan karakter (1) menggunakan pelbagai metode dan media dengan tema-tema yang menarik, (2) merancang materi dakwah secara kontekstual dengan penggunaan metode dan media sesuai dengan objek dakwah, (3) merespons isu-isu kontemporer dengan kemasan pesan yang dapat diakses dan dimengerti secara mudah oleh umat yang beragam.⁷²
- h. Paradigma Dakwah Cinta, yaitu dakwah yang menghubungkan cinta dengan kepercayaan kepada Tuhan sebagai basis dakwah untuk menciptakan kehidupan dunia yang damai dan saling menghargai. Karakter paradigma ini adalah (1) menggunakan landasan al-Qur'an dan Hadis untuk menunjukkan bahwa toleransi, cinta, dan kasih sayang telah menjadi nilai-nilai

⁶⁶ Alfiana Yuniar Rahmawati, "Menghidupkan Dakwah Profetik di Era Millennial," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 14, no. 1 (2020): 49–64.

⁶⁷ Ismail, "Paradigma Dakwah Harakah."

⁶⁸ Dindin Solahudin, *Dakwah Moderat: Paradigma dan Strategi Dakwah Syekh Ghazali* (Bandung: CV. Simbiosia Rekatama Media, 2020), 9–12; Prihananto et al., *Mazhab Dakwah Wasathiyah Sunan Ampel*.

⁶⁹ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998); Yusuf Hanafi, *Dakwah Aktual: Menggugah Rasa, Membangkitkan Jiwa* (Sidoarjo: Delta Pijar Khatulistiwa, 2019).

⁷⁰ Ali Nurdin, "Dakwah Transformatif: Pendekatan Dakwah menuju Masyarakat Muttaqin," *Jurnal Ilmu Dakwah* 8, no. 2 (2003): 24–32.

⁷¹ Huda, "Menggagas Sketsa Konsep Dakwah Kontemporer: Perspektif Historis-Paradigmatik."

⁷² Harits, *Dakwah Kontekstual Sebuah Refleksi Pemikiran Islam Kontemporer*.

Islam utama sepanjang sejarah Islam dan menandakan urgensi “mencerminkan rahmat Tuhan pada diri mereka sendiri,” (2) berdasarkan cinta, dialog, dan toleransi di antara orang-orang dari latar belakang yang berbeda, (3) mengutamakan dialog-dialog antariman dan antarbudaya untuk saling memperkaya dan berbagi sebagai solusi “benturan peradaban.”⁷³

3. Reformulasi Paradigma

a. Redefinisi Dakwah

Redefinisi dakwah pernah diberikan oleh M Rosyid Ridla, Afif Rifa’i, and Suisyanto. Redefinisi ini berangkat dari kritik terhadap pendapat para ahli tentang definisi dakwah yang sudah ada. Ridla dkk menyatakan kritiknya, bahwa para ahli hanya melihat dakwah sebagai aktivitas keagamaan yang berupaya mengajak manusia berbuat baik, dengan pemaknaan satu arah karena belum memahami objek yang akan dikenai dakwah. Meskipun dakwah sudah mencapai tahap pembinaan dan pengembangan, ia tetap saja tidak beranjak dari makna dasarnya sebagai aktivitas agama. Ridla dkk pada akhirnya mengakomodasi pemikiran Amrullah Ahmad sebagai pertimbangan dan langkah awal untuk membangun kerangka pemikiran tentang dakwah, karena dalam pemikiran ini secara tegas terlihat arah pemikiran dakwah yang akan dikembangkan. Inti pemikirannya adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan dakwah adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang beriman;
- 2) Kegiatan dakwah itu berwawasan teoretis karena secara sempurna hanya dapat diwujudkan dalam suatu sistem secara teratur, berarti harus mempunyai perangkat teori makro dan mikro;
- 3) Sasaran kegiatannya tidak hanya menyangkut aspek individual tetapi juga sosio-kultural;
- 4) Seluruh aktivitas harus dengan menggunakan metodologi atau cara tertentu.⁷⁴

Dengan perspektif yang berbeda, penulis memahami bahwa definisi umum dakwah dari para ahli adalah aktivitas penyampaian pesan ajaran Islam kepada manusia agar mereka mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁷⁵ Implikasinya adalah kebahagiaan merupakan tujuan yang ingin dicapai. Definisi secara umum ini memerlukan redefinisi, khususnya untuk konteks era pos-pandemi.

Redefinisi yang penulis maksudkan untuk konteks pos-pandemi, bahwa dakwah adalah aktivitas penyampaian pesan Islam dengan kondisi bahagia kepada segenap manusia agar mereka mengalami kebahagiaan. Implikasi redefinisi ini adalah kebahagiaan merupakan kondisi yang dialami, bukan ingin dicapai. Pendakwah dan mitra dakwah dalam kondisi bahagia dalam proses dakwah dan pengalaman keberagamaannya.

b. Reformulasi Paradigma

Penulis berusaha terlebih dulu membangun landasan filosofis bagi reformulasi paradigma dakwah. Landasan ini berupa pandangan dunia (*world view*) dakwah, bahwa (1) hidup adalah pilihan, (2) dunia adalah ladang ekspresi dan prestasi. Sedang tugas dakwah adalah menawarkan pilihan terbaik untuk mengalami kebahagiaan, melampaui ajakan untuk mencapai kebahagiaan.

⁷³ Paradigma dakwah cinta ini tercermin dalam aktivitas dan pemikiran dakwah Gulen. Lihat, di antaranya, pada M. Fethullah Gülen, *Toward a Global Civilization of Love and Tolerance* (New Jersey: The Light Inc. & Isik Yayinlari, 2004), 256–257. See also Alamsyah Ahmad Nurcholish, *Agama Cinta-Menyelami Samudera Cinta Agama-Agama* (Surabaya: Elex Media Komputindo, 2015), 152.

⁷⁴ M Rosyid Ridla, Afif Rifa’i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*, ed. Ihsan Rahmat and Bayu Mitra A. Kusuma (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), 28–29.

⁷⁵ Shaykh Ali Mahfudh, *Hidayat al-Murshidin*, ed. Hadijah Nasution (Yogyakarta: Penerbit Tiga A, n.d.), 1; Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Ed. Revisi. (Jakarta: Prenada Media, 2019), 4; Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu* (Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2018), 4–6; Muhammad Qadaruddin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 3–4; M Rosyid Ridla, Afif Rifa’i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*, ed. Ihsan Rahmat and Bayu Mitra A. Kusuma (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), 24–29.

Dengan landasan filosofis di atas, penulis menawarkan paradigma baru dakwah pada era pos-pandemi, yaitu Paradigma Dakwah Bahagia (*Happy Da'wa Paradigm*), disingkat Formula PDB atau *HDP Formula*. Paradigma komunikasinya adalah Paradigma Komunikasi Bahagia (PKB). PDB memiliki karakter (dapat disebut juga formula) dasar sebagai berikut:

- 1) bahagia dalam proses dakwah, khususnya ekspresi pendawah, pesan dakwah, dan suasana yang dialami oleh mitra dakwah;
- 2) bahagia dalam pengalaman keberagamaan (efek dalwah);
- 3) *amar ma'ruf* berarti memerintah kepada kebaikan agar mengalami kebahagiaan;
- 4) *nahy munkar* berarti mencegah dari kemunkaran agar terhindar dari ketidakbahagiaan.

Karakter ini diterjemahkan ke pelbagai aktivitas dakwah; lisan, tulisan, atau perbuatan. Sampel karya yang senafas dengan karakter paradigma ini adalah buku Moh. Ali Aziz yang berjudul "60 Menit Terapi Shalat Bahagia."⁷⁶ Substansi buku Aziz ini dapat dikembangkan ke pengalaman keberagamaan; shalat bahagia, puasa bahagia, zakat bahagia, haji bahagia, zikir bahagia, sedekah bahagia, dan seterusnya.

PDB merupakan solusi untuk merespons era pos-pandemi yang terkait dengan kondisi *different world* pada era tersebut. Masyarakat dunia tidak cukup berada pada program hidup "tangguh" dan level program "new survive" sebagaimana era *new normal* tetapi, lebih jauh, pada program hidup "tumbuh" dan level program "next survive" pada era pos-pandemi. Agar masyarakat dunia mampu tumbuh dengan segenap daya dalam segala aspek kehidupan, maka mereka memerlukan kondisi jiwa dan perilaku bahagia. Kondisi seperti ini lebih memungkinkan manusia untuk bangkit lebih tangguh untuk memulihkan segala dayanya setelah terpapar oleh pandemi Covid-19.

Selanjutnya formula PDB menjadi landasan dalam kinerja sistem dakwah mulai pendekatan, strategi, metode, teknik, sampai taktik dakwah. Moh. Ali Aziz menjelaskan, bahwa pendekatan dakwah adalah suatu titik tolak atau sudut pandang terhadap proses dakwah. Strategi adalah semua cara untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Metode adalah cara untuk menerapkan strategi. teknik adalah cara yang lebih spesifik dan lebih operasional. Sedang taktik adalah cara yang lebih spesifik lagi dari teknik.⁷⁷

Penjelasan Aziz tersebut diperkaya oleh pendapat Abū al-Fath al-Bayānūni tentang pendekatan dan strategi dakwah. Dia menjelaskan, bahwa pendekatan dakwah terbagi ke dalam empat kategori dengan macam-macamnya; pendekatan-pendekatan dakwah menurut sumber dakwah (ketuhanan dan kemanusiaan), varian bidang (sosial, ekonomi, politik, dan lainnya), pelaksanaan dakwah (khusus dan umum, individual dan kelompok, teoretis dan praktis, dan lainnya) dan komponen psikis manusia (intuitif, rasional, dan emosional). Sedang strategi terbagi ke dalam tiga kategori; strategi sentimental (*al-manhaj al-'aṭīfī*), strategi rasional (*al-manhaj al-'aqlī*), dan strategi indrawi (*al-manhaj al-ḥissī*).⁷⁸ Penjelasannya secara detil dapat dilihat pada sumbernya.

Perhatian mayor kinerja sistem dakwah dapat mempertimbangkan prioritas konteks dakwah pada era pos-pandemi berdasarkan usulan para ahli komunikasi, sebagaimana deskripsi pada bagian sebelumnya. Prioritas ini meliputi tiga peringkat tertinggi konteks dakwah, yaitu strategi, teknik, dan taktik dakwah, serta integritas pendakwah. Konteks strategi dakwah, sebagai peringkat tertinggi, berkemungkinan mengakomodasi konteks-konteks lainnya dengan pertimbangan strategis.

Pada akhirnya penulis memandang, bahwa formula PDB berimplikasi pada identitas Islam dalam dakwah pada era pos-modern secara sekuensial. Sekuensinya penulis deskripsikan pada tabel berikut.

⁷⁶ Moh. Ali Aziz, *60 Menit Terapi Shalat Bahagia* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya Press, 2012).

⁷⁷ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 347–348.

⁷⁸ Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah* (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1993), 195–198.

Tabel 5. Identitas Islam dalam Dakwah

Idealitas dan Masa	Identitas Islam	Konsekuensi
Identitas Ideal	Islam itu rahmat	Rahmat ber-Islam
Era pra-pandemi	Islam itu Indah	Indah ber-Islam
Era pandemi	Islam itu tangguh	Tangguh ber-Islam
Era pos-pandemi	Islam itu bahagia	Bahagia ber-Islam

Sumber: Sokhi Huda, 2021.

Tabel di atas menunjukkan identitas ideal Islam dan sekuensi identitas Islam pada tiga era kepandemian; pra-pandemi, pandemi, dan pos-pandemi. Tabel tersebut juga menunjukkan konsekuensi setiap identitas. Pada akhirnya tabel tersebut menunjukkan, bahwa identitas Islam pada era pos-pandemi adalah “Islam itu bahagia” dengan konsekuensi “Bahagia ber-Islam”.

D. Roadmap to Creating and Developing Theories

Ilmu Dakwah merupakan hasil kombinasi Teologi Islam dan Ilmu Komunikasi (model pengembangan ilmu A.F. Feyerabend).⁷⁹ Ilmu Dakwah adalah Ilmu Komunikasi Islam. Ilmu Dakwah adalah Ilmu yang mengkaji penyampaian pesan Islam. Basis teori-teori Ilmu Dakwah teori-teori Ilmu Komunikasi. Teori-teori pendukungnya adalah teori-teori Sosiologi dan Psikologi.

Teori-teori Dakwah dapat dibuat dan dikembangkan secara spesifik (mandiri) berdasarkan unsur-unsur dakwah (pendakwah, mitra dakwah, pesan dakwah, media dakwah, metode dakwah, dan efek dakwah). Secara khusus tentang teori efek dakwah, ada peluang untuk membuat dan mengembangkan Teori Hidayah. Teori terakhir ini dapat menjadi teori khas milik dakwah. Sedangkan teori-teori lainnya secara mayor memperoleh pasokan basis teori-teori Ilmu Komunikasi, Sosiologi, dan Psikologi.

Semua teori yang dibuat dan dikembangkan harus merujuk pada paradigma dan bidang kajian yang ditetapkan sebelumnya. Paradigma merupakan fondasi kejelasan dan pengembangan ilmu. Bidang kajian merupakan identitas kategori bagi kajian konseptual dan teoretik tertentu. Nur Syam (2019 & 2020) menawarkan formula dasar paradigma dan teori-teori untuk pengembangan Ilmu Dakwah.⁸⁰ Dalam hal ini ada lima kategori paradigma;

1. Paradigma Faktor: berpusat perhatian pada unsur-unsur dakwah secara faktorial (pelaku, sasaran, pesan, metode, media, dan efek dakwah).
2. Paradigma Sistem: berpusat perhatian pada unsur-unsur dakwah secara sistemik.
3. Paradigma Interpretif: pemikiran mendasar bahwa sasaran kajian adalah realitas dakwah yang memiliki makna. Realitas: sesuatu di balik tindakan.
4. Paradigma Developmentalisme: paradigma yang sasaran kajian adalah pengembangan model dari suatu kegiatan dakwah.
5. Paradigma Partisipatoris: pemikiran mendasar bahwa sasaran kajian adalah perilaku partisipatif warga dalam kegiatan dakwah.

Selanjutnya Nur Syam mengemukakan sepuluh teori Sosiologi untuk pengembangan Ilmu Dakwah; (1) teori fenomenologi dakwah, (2) teori konstruksi sosial dakwah, (3) teori dramaturgi dakwah, (4) teori etnometodologi dakwah, (5) teori hermeneutik atau teori penafsiran, (6) teori tindakan komunikatif, (7) teori konflik kewenangan Ralf Dahrendorf, (8) teori konflik dan integrasi Lewis Coser, (9) teori struktural fungsional dakwah, (10) teori *social action* dakwah.

⁷⁹ Sokhi Huda, “Paradigma Ilmu Dakwah dan Pengembangannya melalui Kajian Empiris,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 9, no. 1 (2004): 17–21.

⁸⁰ Nur Syam, “Formulating Principles of Islamic Proselytization: A Sociological Contribution,” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 14, no. 2 (2019): 419–438; Nur Syam, “Paradigma dan Teori Ilmu Dakwah: Perspektif Sosiologis,” *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 20, no. 1 (2020): 5–9.

Formulasi yang ditawarkan oleh Nur Syam tersebut memberikan landasan penting bagi pengembangan Ilmu Dakwah dengan formula “PID = 5P + 10T = F15”. Pada bagian paradigma Ilmu Dakwah, Syam telah menunjukkan peta yang jelas tentang fondasi keilmuan dan memungkinkan adanya ladang kajian multidisipliner bahkan lintasdisipliner dalam Ilmu Dakwah. Kemungkinan ini diperjelas pada penjelasannya pada bagian teori-teori sosial yang dimunculkan untuk pengembangan Ilmu Dakwah. Selanjutnya paradigma dan teori-teori ini berkemungkinan juga untuk dikembangkan sesuai dengan kondisi realitas teraktual dan perkembangan teori-teori Sosiologi Kontemporer khususnya yang terkait dengan kemajuan media digital dalam komunikasi.

Dalam hemat penulis, akselerasi perkembangan teknologi informasi mendorong ilmu dakwah untuk menawarkan paradigma dan teori baru. Sepuluh kategori pendekatan paradigma yang ditawarkan oleh Nur Syam di atas dapat ditambah Paradigma Netnografi sebagai pengembangan Paradigma Ilmu Dakwah. Sedang sepuluh teorinya dapat ditambah teori Dakwah Digital (media baru dakwah, misalnya *New Media Theory* milik Denis Mc Quail) dan Teori Hidayah. Dengan demikian, reformulasinya adalah “PID = 6P + 12T = F18.” Pengembangan teori selanjutnya dapat dilakukan dengan memperhatikan (*based on*): (1) *sense of response and bargaining power* (rasa tanggapan dan daya tawar) seperti Teori Resepsi, (2) *spirituality of communication* (Teori Psikologi Komunikasi, Teori Psikologi Sosial, Teori Terapi Logo), (3) *sense of happiness* (rasa kebahagiaan).

Dengan narasi di atas, pada akhirnya penulis berikhtiar untuk merumuskan matriks teori-teori dakwah sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 6. Matriks Teori-Teori Dakwah

Aspek Teoretik	Normatif	Ilmu Komunikasi	Sosiologi	Psikologi
Unsur-Unsur Dakwah				
Pendakwah	√	√	√	√
Mitra Dakwah	√	√	√	√
Pesan Dakwah	√	√	√	√
Metode Dakwah	√	√	√	√
Media Dakwah	√	√	√	√
Efek Dakwah	√	√	√	√

Sumber: Sokhi Huda, 2021

Tabel di atas menunjukkan sketsa pemetaan dan pengembangan teori-teori Ilmu Dakwah dengan keterlibatan aspek normatif, dan teori-teori Ilmu Komunikasi, Sosiologi, dan Psikologii. Tabel tersebut dapat digunakan sebagai sketsa acuan bagi penelitian-penelitian dakwah untuk memastikan posisi teoretis berdasarkan problem risetnya. Hal ini terkait dengan model-model pendekatan penelitian; monodisipliner, interdisipliner, multidisipliner, atau lintasdisipliner.

E. Kesimpulan

Paradigma dakwah adalah pandangan yang mendasar (pola, model, eksemplar) dalam penyampaian pesan Islam sebagai respons terhadap nilai moral, etika, dan pergantian cara hidup ke tatanan baru. Ada delapan paradigma dakwah yang mengemuka, yaitu Paradigma Dakwah Profetik, Paradigma Dakwah Harkah, Paradigma Dakwah Moderat, Paradigma Dakwah Aktual, Paradigma Dakwah Transformatif, Paradigma Dakwah Kontemporer, Paradigma Dakwah Kontekstual, dan Paradigma Dakwah Cinta. Setiap paradigma dakwah menunjukkan formula yang tercermin dari karakternya.

Dakwah memperoleh dukungan basis komunikasi yang terkait dengan status dakwah sebagai komunikasi yang khas-persuasif. Dakwah dan komunikasi pada era pos-pandemi memerlukan reformulasi seiring dengan kondisi “*different world*” setelah mengalami paparan pandemi Covid-19. Formula paradigma baru adalah Paradigma Dakwah Bahagia (PDB) dan Paradigma Komunikasi Bahagia (PKB). Karakter PDB adalah bahagia dalam proses dakwah dan bahagia dalam pengalaman keberagamaan. Dalam PDB, *amar ma'ruf* berarti memerintah kepada kebaikan agar mengalami kebahagiaan, sedang *nahy munkar* berarti mencegah dari kemunkaran agar terhindar dari ketidakbahagiaan.

Formula baru PDB berbekal pandangan filosofis dan redefinisi dakwah. Pandangan filosofisnya menyatakan, bahwa hidup adalah pilihan dan dunia merupakan ladang ekspresi dan prestasi. Tugas dakwah adalah menawarkan pilihan terbaik untuk mengalami kebahagiaan. Tugas ini bersumber dari redefinisi dakwah sebagai penyampaian pesan Islam dengan kondisi bahagia kepada segenap manusia agar mereka mengalami kebahagiaan. Implikasi redefinisi ini adalah kebahagiaan merupakan kondisi yang dialami, bukan ingin dicapai.

Pada akhirnya, dalam kaitan dengan pengaruh pandemi terhadap pembentukan ulang kinerja ilmu pengetahuan, maka dakwah sebagai ilmu, di samping sebagai realitas, memerlukan reformulasi. Formula baru Paradigma Ilmu Dakwah (PID) adalah “ $PID = 6P + 12T = F18$.” Pengembangan teori selanjutnya dapat dilakukan dengan memperhatikan (*based on*): *sense of response and bargaining power*, (2) *spirituality of communication*, dan *sense of happiness*.

References

- Abdullah, Abdullah. “Paradigma dan Epistemologi Dakwah.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 7, no. 1 (2019): 76–94.
- Achfandhy, Mochammad Irfan. “Aktualisasi Dakwah Transformatif di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Abdimas Sosial dan Humaniora* 1, no. 1 (2020): 6–12.
- Ahmad Nurholish, Alamsyah. *Agama Cinta-Menyelami Samudera Cinta Agama-Agama*. Surabaya: Elex Media Komputindo, 2015.
- Aji, M Rosseno. “Mulai 2 Juli Sampai 20 Juli, Ada 4 Level PPKM Mikro Dari Darurat Sampai Ketat.” *Tempo.Co*. Jakarta, June 30, 2021.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abu al-Fath. *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'Wah*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 1993.
- Amin, Samsul Munir. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Asror, Ahidul. *Paradigma Dakwah Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2018.
- Aziz, Moh. Ali. *60 Menit Terapi Shalat Bahagia*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Surabaya Press, 2012.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Ed. Revisi. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Belezas, Fernando, and Ana Daniel. “Innovation in Pandemics: A Netnographic Approach to the Sharing Economy Contributions.” *Journal of Science and Technology Policy Management* (2021).
- Böhmer, Merle M, Dietmar Walter, Gerhard Falkenhorst, Stephan Müters, Gérard Krause, and

- Ole Wichmann. "Barriers to Pandemic Influenza Vaccination and Uptake of Seasonal Influenza Vaccine in the Post-Pandemic Season in Germany." *BMC Public Health* 12, no. 1 (October 31, 2012): 1–9.
- Budilaksono, Imam. "Muhaimin: Gandeng Tokoh Agama Sukseskan Program Vaksinasi COVID-19." *Antaraneews.Com*, July 23, 2021.
- Council, Forbes Technology. "14 Pandemic-Driven Tech Innovations that will Continue to Impact the World." *Forbes*, June 4, 2021.
- Curley, Christopher. "What Our Future in a Post-Pandemic COVID-19 World." *Healthline*, June 3, 2021.
- Enjang, and Aliyuddin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Fatmawati, Fatmawati, and Vicky Diania. "Paradigma Dakwah Gafatar di Dunia Maya dalam Perspektif Shifting Paradigm." *Madania: Jurnal Kajian Keislaman* 20, no. 2 (2016): 183–196.
- Francisco, UC San. "COVID-19 The Path Forward - Mapping a Post Pandemic World." *YouTube*. Last modified March 24, 2021. Accessed July 19, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=iMrTxO86Nb8>.
- Gates, Bill. "Innovation for Pandemics." *New England Journal of Medicine* 378, no. 22 (May 31, 2018): 2057–2060.
- Gülen, M. Fethullah. *Toward a Global Civilization of Love and Tolerance*. New Jersey: The Light Inc. & Isik Yayinlari, 2004.
- Hafidhuddin, Didin. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- Hanafi, Yusuf. *Dakwah Aktual: Menggugah Rasa, Membangkitkan Jiwa*. Sidoarjo: Delta Pijar Khatulistiwa, 2019.
- Harits, A Busyairi. *Dakwah Kontekstual Sebuah Refleksi Pemikiran Isalm Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Hübner, Sophia. "20 Post-Pandemic Innovative Solutions and Products." *Itonics*. Last modified August 7, 2020. Accessed October 17, 2021. <https://www.itionics-innovation.com/blog/20-post-pandemic-innovative-solutions-and-products>.
- Huda, Sokhi. "Menggagas Sketsa Konsep Dakwah Kontemporer: Perspektif Historis-Paradigmatik." *Al-'Adalah: Jurnal Kajian Keislaman dan Masyarakat* 11, no. 2 (2008): 253–272.
- . "Paradigma Ilmu Dakwah dan Pengembangannya Melalui Kajian Empiris." *Jurnal Ilmu Dakwah* 9, no. 1 (2004): 14–29.
- Igoe, Michael, and Vince Chadwick. "After the Pandemic: How will COVID-19 Transform Global Health and Development?" *Devex*, April 13, 2020.
- Ismail, A Ilyas. "Paradigma Dakwah Harakah." *Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi* 15, no. 2 (2011): 242–251.
- Joly, Hubert. "Lead Your Team into a Post-Pandemic World." *Harvard Business Review* (2020): 1–5.
- Khotimah, Khusnul. "Epistemologi Ilmu Dakwah Kontemporer." *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 (2016): 68–93.
- Konrad Adenauer Stiftung, and IDB. *Post Pandemic Covid-19 Economic Recovery: Enabling Latin America and the Caribbean to Better Harness e-Commerce and Digital Trade*. Ancón, Panama: Alliances for Democracy and Development with Latin America (ADELA), 2021.
- Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolutions: 50th Anniversary Edition*. Chicago: The University of Chicago Press, 2012.
- Kurniawan. "Ketua Komisi VIII DPR Ajak Tokoh Agama Sosialisasikan Vaksinasi." *Kementerian Agama Republik Indonesia*. Last modified August 27, 2021. Accessed

- October 26, 2021. <https://kemenag.go.id/read/ketua-komisi-viii-dpr-ajak-tokoh-agama-sosialisasikan-vaksinasi>.
- Laksana, Satya. "Post Pandemic Indonesian Regional Development Planning, New Normal, New Orientation: The Case of West Java." *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 5, no. 1 (April 30, 2021): 32–50.
- Leach, Melissa, Hayley MacGregor, Ian Scoones, and Annie Wilkinson. "Post-Pandemic Transformations: How and Why COVID-19 Requires Us to Rethink Development." *World Development* 138 (February 1, 2021): 1–11.
- Lund, Susan, Anu Madgavkar, James Manyika, Sven Smit, Kweilin Ellingrud, and Olivia Robinson. "The Future of Work after COVID-19." *McKinsey Global Institute*, February 2021.
- Mahfudh, Shaykh Ali. *Hidayat al-Murshidin*. Edited by Hadijah Nasution. Yogyakarta: Penerbit Tiga A, n.d.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. "Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020." Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020.
- Mishra, NT Pramathesh, Sabya Sachi Das, Shalini Yadav, Wasim Khan, Mohd Afzal, Abdullah Alarifi, El-Refaie Kenawy, Mohammed Tahir Ansari, Md Saquib Hasnain, and Amit Kumar Nayak. "Global Impacts of Pre-and Post-COVID-19 Pandemic: Focus on Socio-Economic Consequences." *Sensors International* 1 (January 1, 2020): 1–7.
- News, DW. "What Will Life Look like after the Coronavirus Pandemic? Future of Cities." *COVID-19 Special - YouTube*. Last modified April 5, 2021. Accessed July 19, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=8RnBxh3P6FQ>.
- Nurdin, Ali. "Dakwah Transformatif: Pendekatan Dakwah Menuju Masyarakat Muttaqin." *Jurnal Ilmu Dakwah* 8, no. 2 (2003): 24–32.
- Permatasari, Desi. "Kebijakan Covid-19 dari PSBB hingga PPKM Empat Level." *Kompaspedia*, July 31, 2021.
- Pramono, Siswo. "Covid-19 Post Pandemic International Relations, Asian Perspective." *Embassy of the Republic of Indonesia in Lima, Peru*. Last modified July 9, 2021. Accessed July 19, 2021. <https://kemlu.go.id/lima/en/news/7541/covid-19-post-pandemic-international-relations-asian-perspective>.
- Prihananto, Abdullah Sattar, Sokhi Huda, Moh. Anshori, Ries Diyah Fitriyah, and Abu Ammar. *Mazhab Dakwah Wasathiyah Sunan Ampel*. Jakarta: Mizan Media Utama, 2021.
- Qadaruddin, Muhammad. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Rahmawati, Alfiana Yuniar. "Menghidupkan Dakwah Profetik di Era Millennial." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 14, no. 1 (2020): 49–64.
- Rakhmawati, Istina. "Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern." *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2016): 405–426.
- Ridla, M Rosyid, Afif Rifa'i, and Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Edited by Ihsan Rahmat and Bayu Mitra A. Kusuma. Yogyakarta: Samudra Biru, 2017.
- Ritzer, George. *Sociology: A Multiple Paradigm Science*. Boston: Allyn and Bacon, 1975.
- Roberts, Joanna. "How We Prepare for an 'Age of Pandemics.'" *Horizon: The EU Research & Innovation Magazine*, June 24, 2021.
- Rosa, Maya Citra. "PPKM Darurat Resmi Berlaku, Berikut Perbedaannya dengan PPKM Mikro." *Kompas.Com*. Jakarta, July 3, 2021.
- Rouleau-Berger, Laurence, and Nigel Briggs. *Post-Western Revolution in Sociology: From China to Europe (Post-Western Social Sciences and Global Knowledge)*. Leiden: Brill, 2016.

- Samsuriyanto, Samsuriyanto. “Dakwah Moderat Dr (HC). KH. Ahmad Mustofa Bisri Di Dunia Virtual.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Sarbini, Ahmad. “Paradigma Baru Pemikiran Dakwah Islam.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 15 (2010): 879–896.
- Septiari, Dian. “Interview: Colombian Ambassador Talks COVID-19 Strategies, Post-Pandemic Plans.” *The Jakarta Post*, July 16, 2021.
- Solahudin, Dindin. *Dakwah Moderat: Paradigma dan Strategi Dakwah Syekh Ghazali*. Bandung: CV. Simbiosis Rekatama Media, 2020.
- Stuenkel, Oliver. *Post-Western World: How Emerging Powers are Remaking Global Order*. 1st Ed. Malden: Polity Press, 2016.
- Susskind, Daniel, James Manyika, Jean Saldanha, Sharan Burrow, Sergio Rebelo, and Ian Bremmer. “How will the World be Different after COVID-19.” *Finance and Development*, June 2021.
- Syam, Nur. “Formulating Principles of Islamic Proselytization: A Sociological Contribution.” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 14, no. 2 (2019): 419–438.
- . “Formulating Theories of Dakwah Studies: A Sociological Contribution.” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 14, no. 2 (2019): 327–345.
- . “Paradigma dan Teori Ilmu Dakwah: Perspektif Sosiologis.” *Jurnal Ilmiah Syi’ar* 20, no. 1 (2020): 1–18.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Cet. II. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- World Health Organization. “Recommended Actions Before, During and After a Pandemic.” In *Pandemic Influenza Preparedness and Response: A WHO Guidance Document*. Geneva: World Health Organization, 2009.
- “Communicating Post Coronavirus—How the Pandemic will Shape the Way We Communicate and Engage in the Future.” *JBP: Communication, Public Policy, Digital & Marketing*. Bristol, England, June 29, 2021.
- “How Will COVID-19 Reshape Science, Yechnology and Innovation?” *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19)*. Last modified 2021. Accessed October 16, 2021. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/how-will-covid-19-reshape-science-technology-and-innovation-2332334d/>.
- “Ribuan Tokoh Lintas Agama Mendapat Vaksinasi Covid-19 di Mesjid Istiqlal.” *Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit*. Last modified February 24, 2021. Accessed October 17, 2021. <http://p2p.kemkes.go.id/ribuan-tokoh-lintas-agama-mendapat-vaksinasi-covid-19-di-mesjid-istiqlal/>.
- “Tokoh Agama Apresiasi dan Sepakat Tanggulangi Pandemi Covid-19 Bersama Pemerintah.” *Biro Komunikasi Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi*. Last modified August 20, 2021. Accessed October 17, 2021. <https://maritim.go.id/tokoh-agama-apresiasi-sepakat-tanggulangi-pandemi-covid-19-bersama/>.