



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK KEGIATAN DAKWAH

Citra Nurjanah¹

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

*citranurjanah8@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini membahas bagaimana pemanfaatan media sosial untuk kegiatan dakwah, dengan menganalisis proses dakwah yang terjadi di media sosial Instagram dan YouTube. Metode penelitian bersifat kualitatif yaitu pengumpulan data-data dengan menggunakan analisa dan gambaran tentang realitas pemanfaatan media sosial untuk kegiatan dakwah. Di Instagram pendakwah yang aktif melakukan dakwah adalah Aa Gym dengan memposting foto, video dan siaran langsung secara rutin. Kemudian channel YouTube Ustadz Adi Hidayat Official juga aktif membagikan video dan melakukan live streaming kajian dakwah yang di pimpin oleh Ustadz Adi sendiri.

Kata Kunci : Dakwah, Media sosial, Instagram, YouTube

ABSTRACT

This article discusses how to use social media for da'wah activities, by analyzing the da'wah process that occurs on Instagram and YouTube social media. The research method is qualitative, namely the collection of data using analysis and a description of the reality of the use of social media for da'wah activities. On Instagram, the preacher who actively preaches is Aa Gym by posting photos, videos, and live broadcasts regularly. Then Ustadz Adi Hidayat Official's YouTube channel is also actively sharing videos and doing live streaming of da'wah studies led by Ustadz Adi himself.

Keywords: Da'wah, Social Media, Instagram, YouTube

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi di zaman sekarang ini sangat pesat dengan meningkatnya pengguna internet di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2017 pengguna internet lebih dari setengah penduduk di Indonesia yaitu 143 juta orang. Sebanyak 49,52 persen mereka yang berusia 19-34 tahun yaitu kalangan anak muda – dewasa muda, banyak yang memanfaatkan untuk bermain media sosial (Bohang, 2018). Media sosial (medsos) kini menjadi ruang sosial baru dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Keberadaan internet sangat membantu dan mempermudah khalayak dalam melakukan segala urusan dan kebutuhan, mulai dari informasi, edukasi dan juga hiburan.

Media sosial menjadi tempat baru untuk melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya, karena seorang individu bisa menjadi pengirim juga penerima pesan sekaligus. Media sosial ini juga bisa memberikan kesempatan pada siapa saja dalam berinteraksi dan menjalin relasi dengan teman. Media sosial bisa juga digunakan sebagai media dalam bertukar informasi juga dalam menyampaikan pesan dakwah seperti pada Instagram, WhatsApp, Facebook dan juga YouTube.

Pengguna media sosial makin berkembang setiap tahun, hampir setengah penduduk Indonesia kini menggunakan media sosial. Pada Januari 2019 We Are Social menyebutkan bahwa YouTube menjadi media sosial terpopuler yang sering digunakan dengan jumlah presentasi 88 persen, di tempat kedua ada WhatsApp dengan jumlah presentasi penggunaan 83 persen, lalu ada Facebook dengan jumlah penggunaan 81 persen dan Instagram dengan jumlah 80 persen (Haryanto, 2019).

Pemanfaatan media sosial saat ini sangat berpengaruh pada perilaku penggunaannya, informasi tentang gaya hidup, politik, fasion, berita, memasak, jalan-jalan, vlog, juga dakwah bisa ditemui dan di dapatkan secara mudah dan cepat. Maka tidak heran jika khalayak saat ini sangat bergantung akan keberadaan media sosial, karena dengan media sosial bisa menghubungkan antara yang jauh menjadi terasa dekat.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai tempat untuk berdakwah bagi para penggunaannya, seperti para pendakwah, ataupun oleh masyarakat biasa dan para remaja untuk terus menyebarkan kebaikan secara virtual. Berdakwah di media sosial merupakan inisiatif yang berkesan dan memberikan implikasi yang positif. Implikasi positif dari penggunaan media sosial ini bisa dilihat melalui sudut

pandang masyarakat dan individu itu sendiri. Implikasi terhadap individu melalui pendekatan dakwah bisa memberi kesan apabila seorang individu mampu menjalankan dan menerapkan informasi dakwah dalam kehidupan sehari-hari dan bertanggung jawab dengan baik.

Jika diamati penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram dan YouTube menjadi tempat yang paling banyak digunakan sebagai media dakwah. Melalui gambar dan video sebagai fitur utamanya ternyata mampu menarik perhatian dan di nilai efektif untuk melakukan dakwah melalui media tersebut. Mengapa disebut efektif, karena dengan media sosial masyarakat bisa mengaksesnya kapan saja tanpa dibatasi dengan ruang dan waktu, sehingga lebih leluasa dalam memahami ajaran agama.

Kini dengan trend viral, faktor inilah yang membuat para pendakwah berupaya memanfaatkan media sosial sebagai media dalam menyampaikan dakwah mereka, dimana penggunaan media ini lebih up to date dan lebih efektif dari media dakwah lain (Faisol, 2017). Mereka akan lebih cepat terkenal dikhalayak pengguna media sosial karena daya tarik yang mereka miliki.

Meski begitu, media sosial mempunyai kelas-kelas tertentu berdasarkan; usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang seseorang. Ruang interaksi antara pendakwah dan pengikutnya (followers) memungkinkan adanya interaksi penyampaian pesan-pesan singkat yang tertuang dalam Komentar dengan cara tersebut Mereka selalu menunjukkan eksistensinya, karena begitu besar nya dampak dakwah di media sosial ini memicu beberapa faktor positif dan negatif, salah satu faktor positif dari dakwah menggunakan media sosial ini adalah mempermudah seorang followers dalam mengakses informasi dakwah terbaru dimanapun dan kapanpun, sedangkan faktor negatifnya yaitu media dakwah ini sering dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan permusuhan, kekerasan dan pesan negatif lainnya (Eko Sumadi, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka artikel ini akan membahas bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah, dan peran media sosial dalam berdakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

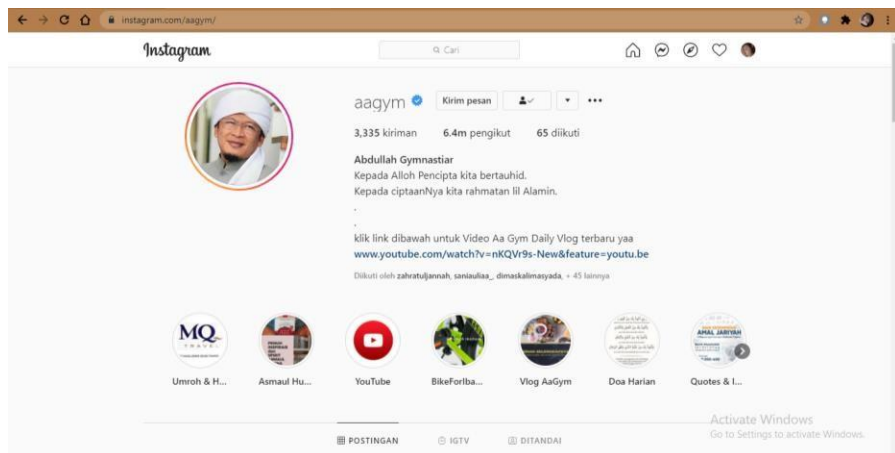
Instagram

Instagram pertama kali di luncurkan pada Oktober tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil foto, video, menerapkan

filter, dan IGTV yang kemudian membagikannya ke berbagai layanan media sosial lainnya, termasuk pada akun pribadi penggunanya.

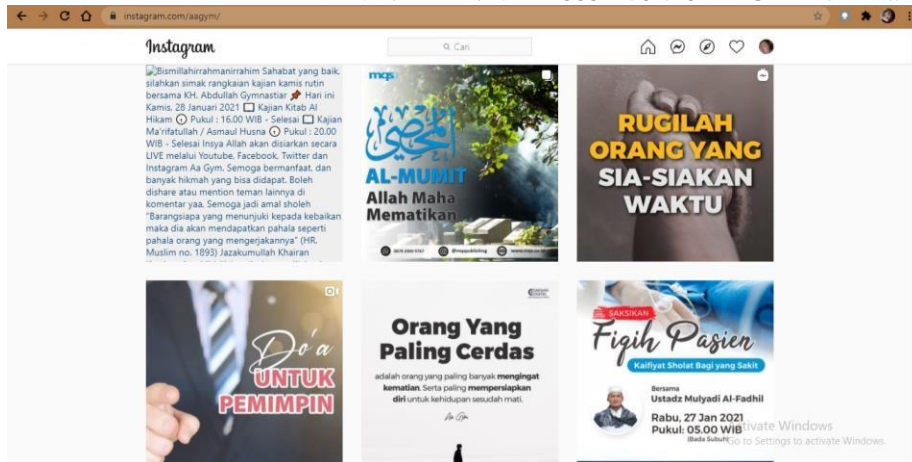
Instagram saat ini bisa disebut media sosial yang paling banyak digunakan dari anak-anak muda hingga orang dewasa. Yang menarik dari Instagram adalah adanya fitur Instagram story, filter yang berbagai macam, hingga hadirnya IGTV dimana bisa membagikan video dengan durasi yang lebih lama, dan juga bisa melakukan siaran langsung (InstaLive) dengan di tonton oleh pengikutnya.

Dakwah di Instagram kini tengah populer, dengan banyaknya para pendakwah yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Dengan mengikuti trend yang terjadi di Instagram, pendakwah bisa dengan leluasa menyebarkan materi dakwah dengan lebih menarik dan lebih trendy. Salah satu pendakwah yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah adalah Aa Gym. Beliau terbilang cukup aktif dalam menggunakan sosial media untuk menjadi tempat menyebarkan materi keislaman.



Sumber: akun Instagram Aa Gym

Akun Instagram @aagym telah mengirimkan sebanyak 3335 kiriman baik berupa foto, video, ataupun IGTV, dengan pengikut sebanyak 6.4 M pengikut dan itu masih berlanjut, sedangkan Aa Gyum hanya mengikuti 65 akun yang lain. Dalam profil akunnya supaya mudah di cari Aa Gym mencantumkan nama aslinya yaitu Abdullah Gymnastiar dengan caption “Kepada Allah Pencipta kita Bertauhid. Kepada ciptaanNya kita rahmatan Lil Alamin”. Dan banyak *story* yang diberi *highlight* supaya para pengikut bisa melihat kembali tentang *story* yang lalu dan bermanfaat.



Sumber: akun Instagram Aa Gym

Dari postingan yang diunggah oleh Aa Gym dalam akun Instagramnya terlihat bagaimana cara Aa Gym berdakwah. Beliau selalu memposting foto dengan gambar dan tulisan baik berupa do'a atau ayat Al-Quran, dan dengan caption yang mengajak pengikutnya untuk selalu melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan (amr ma'ruf nahyi munkar). Selain itu, Aa Gym juga sering melakukan siaran langsung di Instagram biasanya setelah solat subuh, dengan durasi 30 menit hingga 1 jam dengan materi yang berbeda-beda.

Youtube

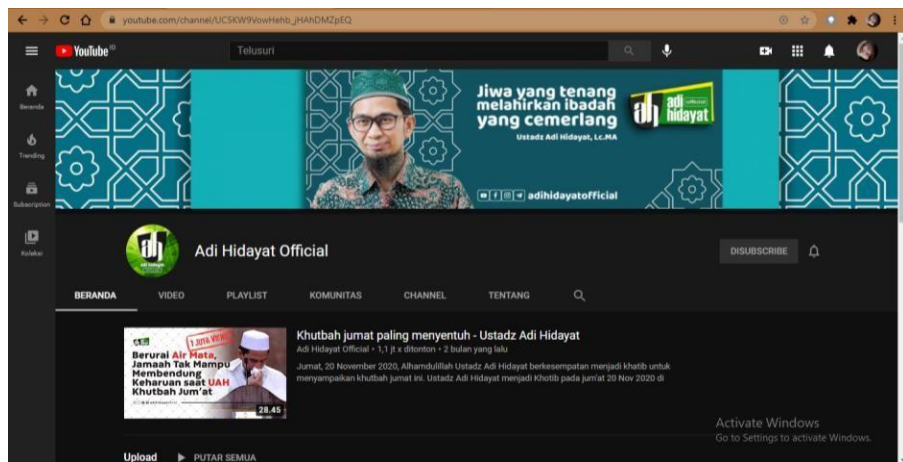
YouTube merupakan sebuah portal website yang menyediakan layanan video sharing, penggunaannya harus memiliki akun yang terdaftar sehingga bisa mengunggah video terbaru dan di bagikan kepada pengguna YouTube dan pengguna internet di seluruh dunia (Kindarto, 2008: 1).

YouTube merupakan media sosial yang memiliki perkembangan yang pesat hingga saat ini. YouTube ini didirikan oleh tiga mantan karyawan yang bekerja di Paypal yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada tahun 2005 tepatnya pada tanggal 14 Februari (Chandra, 2017: 407). YouTube bukan hanya media yang digunakan untuk menyebarkan video, kini YouTube menjadi media sosial yang dinamis dan menjadi media sosial yang paling populer di seluruh dunia.

YouTube juga memiliki slogan "Broadcast Yourself" dengan maksud menyampaikan pesan yang dimiliki oleh setiap orang. Tujuan dari slogan tersebut adalah siapapun bisa menyebarkan video melalui YouTube dengan gratis tanpa harus membayar, berbeda dengan TV yang harus membayar. Dengan kata lain YouTube bisa bersaing dengan sistem penyiaran yang ada saat ini

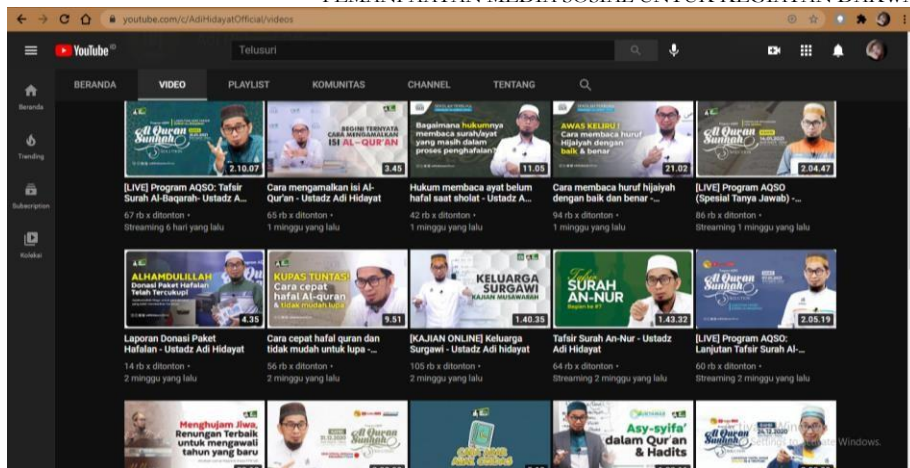
dengan slogan yang mereka miliki. Konten yang disajikan oleh YouTube juga beragam seperti musik, masak, podcast, kuliner, fashion, Vlog, juga dokumentasi dan masih banyak lagi.

YouTube menjadi platform yang banyak digunakan oleh pendakwah untuk melakukan dakwahnya secara lebih bebas dan tidak terbatas. Meskipun dibalik semua itu ada sebuah tim atau admin yang mengurus nya, tetapi dengan cara dakwah melalui media YouTube mengkaji wawasan ilmu agama rasanya bisa lebih ringan dan tidak terbatas oleh waktu. Sebagai contoh ketika datang sebuah kebingungan tentang suatu hukum yang berat seperti tentang sholat, penjelasan yang cepat dan jelas hingga membuat seseorang paham adalah dengan menonton kajian yang ada di YouTube. Salah satu pendakwah yang aktif menyebarkan dakwah melalui media sosial YouTube adalah Ustadz Adi Hidayat.



Sumber : Channel YouTube Adi Hidayat Official

Channel YouTube Ust. Adi Hidayat telah diikuti oleh 900 ribu lebih pengikut dan mengunggah 400 lebih video. Jika dilihat dari beranda channel YouTube beliau merasa lebih adem dengan slogan “jiwa yang tenang melahirkan ibadah yang cemerlang”. Berdasarkan status pendidikannya, beliau pernah mempelajari ilmu agama di Libya yang mempelajari langsung tentang ilmu Al-Quran, hadits, fikih, usul fikih dan lain sebagainya. Sehingga ilmu agama yang beliau miliki bisa di bilang lebih mendalam dan beliau juga hafal 30 juz Al-Quran lengkap dengan posisi dan halaman dalam Al-Quran.



Sumber : Channel YouTube Adi Hidayat Official

Jika melihat dari unggahan video yang ada di channel YouTube Ustadz Adi kebanyakan durasi videonya panjang karena beliau rajin untuk memberi kajian dengan melakukan *live streaming* di YouTube dengan pembahasan lengkap hingga ke akar-akarnya. Selain itu, cara penyampaian beliau yang jelas tidak berbelit-belit membuat pendengar nyaman untuk menyimak kajian dakwah yang beliau sampaikan.

Dari kedua pembahasan tersebut terlihat jelas bagaimana para pendakwah memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk berdakwah. Dengan melihat konsidi masyarakat yang semakin hari semakin modern, kini hampir semua kangan menggunakan *smartphone* dan bisa mengakses media sosial sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. Salah satu kebutuhan yang tidak kalah penting adalah ilmu agama, agar masyarakat tidak lupa dengan Sang Pencipta dan sebagai kebutuhan rohani juga.

PENUTUP

Adanya media sosial di zaman seperti sekarang sangatlah membantu, apalagi jika keberadaannya dimanfaatkan untuk melakukan dakwah. Sisi positif dari melakukan dakwah di media sosial adalah tidak terhalang oleh ruang dan waktu, bisa mengikuti trend yang sedang terjadi di sosial media dengan menyisipkan percikan dakwah, cakupan pembahasan yang luas, dan merupakan bagian dari kulturasi dakwah yakni dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultur masyarakat. Karena memang kegiatan dakwah harus mampu menyesuaikan dengan kecenderungan masyarakat. Materi yang disampaikan juga berkaitan

dengan akidah, akhlak, syariah sebagai dasar hubungan secara vertical dan horizontal.

DAFTAR PUSTAKA

- Bohang, Fatimah Kartini. Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?. www.tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177. 2018
- Chandra, Edy. 2017. Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara : Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*. Vol. 1, No. 2, Oktober 2017.
- Eko Sumadi. 2016. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 01(1), 173–190.
- Faisol, M. 2017. Peran Pondok Pesantren dalam Membina Keberagaman Santri. *Al Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 37–51. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fakhruroji, Moch. 2017. Dakwah di Era Media Baru. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Haryanto, Tri Agus. Riset Januari 2019: WhatsApp Digilai Netizen Indonesia. www.inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-januari-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia. 2019
- Kusnawan, Aep. 2016. Teknik Menulis Dakwah. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kindarto, Asdani. 2008. Belajar Sendiri YouTube. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Nasrullah, Rulli. 2017. Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sulianta, Feri. 2015. Keajaiban Media Sosial. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sukayat, Tata. 2009. Quantum Dakwah. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Wahyu Ilaihi dan M.Munir. 2006. Manajemen Dakwah. Jakarta: Prenadamedia Group.