



Media Sosial: Ajang Beribadah melalui Dakwah

Syintia Nurfitria

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

*syintianurfitria94@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial menjadi sarana yang paling diminati dalam kegiatan dakwah di era digital. Media sosial tidak hanya menjadi bukti kemajuan teknologi, tetapi juga alat efektif dalam menyampaikan ajaran Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi lapangan dan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa dakwah merupakan kewajiban setiap Muslim dan media sosial dapat menjadi media yang efisien untuk menyebarkan nilai-nilai Islam, selama tetap memperhatikan etika dan norma. Para Da'i dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi agar dapat berdakwah secara relevan dan berdampak. Penelitian ini menyoroti pentingnya kebijaksanaan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah, dengan tetap menjadikan Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman utama.

Kata Kunci: Media; Media Sosial; Teknologi; Agama; Dakwah

Abstract

This study aims to understand how social media has become the most favored platform for Islamic preaching (dakwah) in the digital age. Social media not only reflects technological advancement but also serves as an effective means to convey Islamic teachings. The research employs a descriptive qualitative method through field observations and interviews. The findings reveal that preaching is an obligation for every Muslim, and social media is a strategic medium to spread Islamic values, provided that ethical and social norms are respected. Preachers (Da'i) are expected to adapt to technological developments to ensure relevant and impactful communication. This research highlights the importance of wisely utilizing social media for dakwah, always adhering to the Qur'an and Hadith as core guidelines.

Keywords: Media; Social Media; Technology; Religion; Preaching

PENDAHULUAN

Penyebaran arus informasi diera globalisasi, telah memberikan keuntungan terbesar dalam dunia komunikasi. Tidak dapat dipungkiri, semakin berkembangnya zaman, sekamakin pesat pula perkembangan teknologi modern. Informasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah melalui kegiatan komunikasi. Komunikasi ada hadir dalam setiap aspek kehidupan masyarakat sebagai sarana interaksi antara satu individu dengan individu lainnya, atau antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.

Selanjutnya, salah satu penyampai informasi yang paling cepat adalah melalui media. Media yang didalamnya adalah media massa baik *mainstream* maupun media sosial telah berdampak pada kehidupan masyarakat. Masyarakat tradisional kini telah berpindah menjadi masyarakat modern. Masyarakat yang dahulunya hanya mengandalkan komunikasi verbal baik melalui surat menyurat, mengirim pesan elektrik, dan berdiskusi secara langkung, kini telah berubah. Masyarakat dapat mengakses seluruh informasi melalui media. Kehidupan zaman modern telah dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Media hadir dan berkembang dalam kehidupan masyarakat sebagai sarana penyampai pesan dikemas dengan menggunakan teknologi canggih yang kemudian disampaikan pada khalayak media.

Mengacu pada pendapat Basyirudin Usman (2012:12) dalam Wahyuni, Dwi (2017:84) tentang media bahwa media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses informasi yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dimanipulasi, dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya. Dengan kata lain, media adalah bentuk manifestasi dari informasi yang dikomunikasikan dengan berbagai cara dan metode serta disesuaikan dengan media yang ada.

Telah diketahui, bahwa media yang didalamnya terdiri dari media massa ini terbagi dalam tiga bagian yakni media cetak, media elektronik, dan media sosial. Ketiga media ini memiliki peranan, fungsi, dan karakteristik masing-masing dalam menyampaikan informasi pada khalayak. Media massa ini berlomba-lomba untuk dapat menyajikan informasi kepada khalayak serta ketiga media massa tersebut memiliki strategi untuk menarik perhatian khalayak.

Media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat yang menunjukan masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat serta disadari atau tidak bahwa media memiliki pengaruh positif maupun negatif pada pola dan tingkah laku masyarakat. Kemudian, media dalam perkembangannya, tidak hanya menjadi entitas yang menghasilkan produk budaya, politik, dan ekonomi saja. Akan tetapi, media saat ini dapat menjadi sebuah

entitas yang membawa berbagai macam ideologi bahkan agama.

Kemudian, media dalam perkembangannya, tidak hanya menjadi entitas yang menghasilkan produk budaya, politik, dan ekonomi saja. Akan tetapi, media saat ini dapat menjadi sebuah entitas yang membawa berbagai macam ideologi bahkan agama. Media dapat menjadi penyampai utama terhadap nilai-nilai keagamaan dan dapat membawa teologi baru dalam beragama. Hal tersebut tampak pada hasil informasi oleh media yang sebagian besar telah menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan agama.

Media dapat menjadi penyampai utama terhadap nilai-nilai keagamaan dan dapat membawa teologi baru dalam beragama. Hampir secara keseluruhan, masyarakat mencari sumber hukum dan informasi mengenai agama dari media. Hal tersebut tampak pada hasil-hasil informasi yang disampaikan oleh media yang sebagian besar telah menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan agama. Agama menurut Annazilli (2018:29) didefinisikan sebagai sebuah sistem atau ajaran yang didalamnya mengatur terhadap tata keimanan dan nilai-nilai keagamaan yang bersifat primitif dan disematkan pada manusia.

Sehingga, berdasarkan definisi-definisi diatas terkait dengan media dan agama, maka kedua entitas ini menjadi hal yang menarik untuk dipahami. Dalam perspektif sosiologis, agama dapat menjadi suatu media integrasi sekaligus juga sebagai media yang dapat menimbulkan disintegrasi ditengah-tengah masyarakat. Pada sisi lain juga, kehadiran media pada masyarakat modern, sangat mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia modern. Fenomena ini menjadikan media sebagai “agama baru” pada masyarakat modern. Dari kedua sisi ini, maka dalam proses tampilan-tampilan keagamaan akan berbeda pada setiap media.

Untuk dapat menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan yang tersegmentasi seperti wilayah, tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan lainnya, maka dibutuhkan satu media modern yang dapat menjangkau secara keseluruhan. Sehingga, konvergensi media sangat dibutuhkan saat ini. Ada beberapa alasan mengapa konvergensi media menjadi hal terpenting. Pertama, dunia semakin berkembang, masyarakatnya semakin modern, dan informasi yang didapatkan pun semakin beragam. Kedua, kemampuan manusia yang terbatas dalam mengakses segala bentuk informasi baik dari sisi ruang dan waktu, sehingga dibutuhkan satu media yang dapat menunjang keseluruhan. Ketiga, manusia saat ini cenderung berfikir maju dan liberal bahkan massif dalam menerima informasi.

Pada saat ini, media massa satu persatu mulai meninggalkan gaya media lama dan mulai berpindah pada media baru. Tentunya, konvergensi ini dibarengi dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih dan modern

serta bahka dengan adanya *New Media* seperti internet sangat membantu masyarakat untuk mengakses segala bentuk informasi. Hubungan antara teknologi dan kecepatan koneksi internet, telah mengubah sebagian besar gaya hidup seseorang dan bahkan kedua bagian penting ini telah mempermudah seseorang dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Dalam kurun waktu beberapa tahun ini, kemajuan teknologi baru telah mendorong generasi milenial untuk mulai kreatif dalam memanfaatkan konvergensi ini.

Dengan perkembangan teknologi diatas, maka penyampaian pesan pun dapat dengan mudah dilakukan, seperti halnya pada seorang Da'i yang ingin menyampaikan pesan-pesan Dakwah. Mungkin beberapa tahun kebelakang, para Da'i melakukan dakwahnya hanya menggunakan suaranya saja mengucapkan kata-kata dengan lantang agar terdengar oleh jama'ahnya. Seiring dengan berjalaninya waktu, justru sebagian besar Da'i menggunakan *New Media* ini sebagai sarana dakwahnya dan bahkan mereka sendiri yang memproduksinya. Dengan demikian, fenomena diatas telah menjelaskan bahwa, kemajuan teknologi dan zaman juga mempengaruhi bagaimana bentuk agama ditampilkan, terutama pada *New Media* ini.

Kemudian, fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat saat ini bahwa sebagian besar dari mereka mulai migrasi pada media sosial. Istilah migrasi ini merupakan sebutan baaru bagi masyarakat generasi lama yang sudah melek media. Hal ini dapat dijadikan kesempatan besar oleh para Da'i untuk menyebarluaskan ajaran Islam dan selalu mengajak terutama umat Islam dengan bersama-sama menuju jalan yang di ridho'i oleh Allah SWT.

Media sosial yang didalamnya merupakan dunia komunikasi dan informasi yang bersifat maya, telah berkontribusi dalam menyebarluaskan informasi secara luas bahkan cepat dan dapat diakses diseluruh penjuru negeri asalkan didaerah tersebut terdapat internet. Internet inilah yang nantinya menjadi pendukung utama dalam penggunaan media sosial. Nasrullah dan Rustandi (2016:115) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi internet sebagai Negara dengan penduduk mayoritas Muslim, menjadikan pesan-pesan keIslam juga berkembang pesat didunia maya termasuk dimedia sosial, sehingga hal inilah yang menjadikan realitas agama di media sebagai sebuah realitas bukan sekedar cerminan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan fakta-fakta diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai ajang menebar kebaikan dan beribadah melalui Dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Dakwah

Saputra (2011) menjelaskan bahwa jika ditinjau dari sudut etimologi atau bahasa, Dakwah berasal dari bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Menurut ilmu tata bahasa Arab, kata Dakwah berbentuk “isim masdar” yang berasal dari fiil (kata kerja) “da‘a” (داعٰ) (yad“u” (da“watan” (yang دعوةً دعى (yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.

Secara umum, Munnawir (1997) menyebutkan bahwa istilah Dakwah berasal dari kata Da‘a yakni memanggil, mengundang, ajakan, himbauan. Kemudian, diartikan juga sebagai penyampaian ajaran agama Islam yang tujuannya agar orang tersebut melaksanakan ajaran agama dengan sepenuh hati dan seruan atau ajakan kepada keinsafan (mengubah situasi kepada yang lebih baik).

Dakwah menurut Ghazali (1997) juga diartikan dengan penyampaian ajaran agama Islam yang tujuannya agar orang tersebut melaksanakan ajaran agama dengan sepenuh hati. Dan Nuh (200) menambahkan bahwa Dakwah adalah mengajak seseorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para rasul-Nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang diperintahkan.

Demikian pentingnya Dakwah dalam perspektif Islam, sehingga tugas ini dijadikan sebagai kewajiban terhadap seluruh umat Islam. Sehingga, Dakwah adalah salah satu kegiatan menyampaikan segala bentuk ajaran agama Islam dengan mengajarkan sesuatu yang baik melalui ajakan atau seruan kepada seluruh umat Islam dengan syariat-syariat Islam.

Dakwah merupakan salah satu bagian dari komunikasi profetik. Yakni, bahwa dalam Dakwah mengandung ajaran-ajaran Islam yang mengacu pada sunnah Nabi Muhammad Saw da nisi dari Al-Qur'an. Nabi Muhammad Saw menyebarluaskan ajaran Islam sampai ke penjuru dunia melalui Dakwah. Dakwah dapat dilakukan dengan dua cara yakni Dakwah dengan lisan maupun dengan perbuatan. Pertama, Dakwah dengan lisan dapat dilakukan melalui ceramah-ceramah, ajakan untuk berbuat baik, menyeru umat Islam untuk selalu beribadah kepada Allah, mengingatkan untuk selalu berbuat baik dan berkata jujur, menjauhi perbuatan buruk dan melaksanakan perbuatan baik, dan masih banyak lagi.

Dakwah dalam Agama Islam

Seruan-seruan Dakwah ini merupakan entitas dari agama Islam sendiri. Allah SWT menyeru kepada seluruh umat-nya melalui Dakwah. Dakwah yang dilakukan oleh beberapa orang ini yang disebut dengan Da'i (yang menyampaikan

Al-Qur'an dan Al-Hadist) mereka adalah salah satu utusan Allah SWT di dunia ini untuk senantiasan menebar kebaikan. Mereka yang mendapatkan sebutan Da'i bukan semata-mata menjadi seorang pendakwah dengan instan, melainkan melalui proses belajar yang panjang terutama dalam memahami kandungan dari Ayat suci Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai bentuk suri tauladan dari nabi Muhammad Saw.

Manusia diutus ke dunia ini tidak hanya untuk menjalani kehidupan saja, melainkan menjadi khalifah yakni pemimpin dan penyeru atau orang yang mengajak pada kebaikan. Kemudian, Dakwah dapat dijadikan sebagai sarana untuk menjelaskan kembali kepada mereka yang belum memahami betuh dari tafsir serta isi dari ayat-ayat Al-Qur'an.

Mengajak manusia menuju agama Allah SWT merupakan salah satu ibadah yang agung, manfaatnya menyangkut orang lain. Bahkan Dakwah menuju agama Allah SWT merupakan perkataan yang paling baik. Dakwah mengajak kepada agama Allah SWT merupakan tugas para nabi, maka cukuplah sebagai kemuliaan bahwa para da'i mengembangkan tugas para nabi. Karena Dakwah merupakan ibadah, maka harus dilakukan dengan keikhlasan dan mengikuti Sunnah Nabi. Sebagaimana telah maklum, dua perkara ini merupakan syarat diterimanya ibadah.

Seorang da'i harus memurnikan niatnya untuk mengajak kepada agama Allah SWT, semata-mata mencari ridhaNya, bukan mengajak kepada dirinya sendiri, kelompoknya, atau pendapat dan fikirannya. Juga tidak dengan niat untuk mengumpulkan harta, meraih jabatan, mencari suara, atau tujuan dunia lainnya. Dengan demikian, manusia memerlukan pembimbing yang dapat menuntun mereka ke jalur yang lebih baik. Tentu, pembimbing ini adalah para Da'i yang telah memahami betul isi dari Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Ada beberapa contoh ayat-ayat Dakwah dalam Al-Qur'an. Sebenarnya, hampir dari keseluruhan Ayat-ayat Al-Qur'an adalah mengajak yakni mengajak dan menyeru pada kebaikan seperti dalam Q.S. Asy-Syuara: 214, Q.S As-Saba: 28, Q.S Al-Isra: 15, Q.S An-Nahl: 125, Q.S Al-Anbiya: 107, Q.S Yusuf: 108, dan Q.S Ar-Ro'du: 36. Kutipan surat-surat diatas merupakan sebagian kecil dari ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang Dakwah.

Dakwah Melalui Pemanfaatan Media

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, Dakwah yang dilakukan oleh para Da'i dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan memanfaatkan media. Media adalah salah satu sarana penyampaikan informasi tercepat pada masyarakat terutama New Media yang telah mengubah media melalui konvergensi media.

Fungsi media dalam Dakwah difungsikan sebagai alat penyampai Dakwah baik melalui verbal maupun non-verbal. Dakwah melalui verbal baik lisan atau tulisan dapat berupa ceramah, tulisan-tulisan keagamaan dalam bentuk artikel atau jurnal, status dalam media sosial, meme, dan lain sebagainya. Kemudian, Dakwah melalui non-verbal dapat berupa sikap dan perilaku baik yang dicontohkan oleh para Da'i kepada mad'u nya sebagai bentuk dari perbuatan baik dan mengajarkan mana yang baik dan buruk serta mana yang harus dilakukan dan dihindari. Dengan fungsi tersebut, maka media sangat penting dalam berDakwah. Penjelasan diatas diperkuat dengan pendapat Jumantoro (2001:18) bahwa Dakwah memiliki arti sebagai sesuatu kegiatan ajakan yang baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya dan dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha untuk mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya pengertian dan penghayatan serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan tanpa adanya unsur paksaan.

Tampilan-tampilan Dakwah dimedia dapat dilihat dari berbagai media baik media mainstream maupun media sosial. Pertama, tampilan Dakwah yang dilakukan dimedia mainstream baik itu televisi maupun radio merupakan kegiatan Dakwah yang dilakukan oleh para Da'i dengan menggunakan media tersebut. Penonton atau pendengar dapat melihat dan mendengarkan secara audio saja ataupun audio visual. Tampilan Dakwah dimedia dikemas dengan sangat kreatif dan bahkan masih banyak diminati oleh sebagian besar umat Islam sampai saat ini. Dakwah tidak selalu melalui ceramah atau tausiyah namun tampilan Dakwah dimedia dilakukan dalam berbagai bentuk seperti talkshow, reality show, film, sinetron, lagu-lagu religi, dan lain sebagainya media mainstream menjadikan tampilan Dakwah itu sebagai sesuatu yang sangat menjanjikan dan dapat dijual kepada khalayak.

Akan tetapi, dengan adanya konvergensi media, sebagian besar umat Islam berhijrah tontonan dan tuntunan yang semula mendengarkan dan menonton Dakwah melalui televisi atau radio, kini mereka mulai bermigrasi pada media sosial. Tentu saja, pesona dari media sosial mampu menghipnotis penggunanya dan bahkan menjadi konsumsi massif. Berbagai segmentasi masyarakat dari berbagai latar belakang yang berbeda, pada saat ini telah memenuhi hampir setidaknya setengah dari pengguna media sosial. Segala bentuk informasi dapat diakses melalui media sosial baik politik, seni, sosial, budaya dan bahkan agama. Sehingga, dengan adanya fenomena ini, bagaimana caranya agar para Da'i dapat berlomba untuk terus menebar kebaikan dan menyebarluaskan ajaran agama Islam tanpa ketinggalan zaman. Maka dalam hal ini diperlukan pembaharuan dari sisi kemampuan pada teknologi modern.

Media Sosial dijadikan Sarana Penyebaran Dakwah

Sebagian orang cenderung berfikir bahwa para penakwah itu kolot, tua, berfikiran kuno, apatis, dan tidak mau perubahan. Namun, tanpa disadari bahwa saat ini justru para pendakwah ini lebih banyak berasal dari kalangan milenial dan bahkan dari kalangan yang sudah dewasa pun telah mengerti bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak, yakni dimanfaatkan dengan berdakwah. Dakwah dapat dilakukan dimana saja dan dengan media apa saja, asalkan masih sesuai dengan ajaran dan syari'at Islam dengan tetap mengutamakan nilai-nilai, norma-norma, aturan-aturan, maupun tuntunan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Sebagai contoh, para Da'i dapat berdakwah mengawalinya dengan membuat konten. Konten dalam media sosial sangat penting karena didalamnya berisikan strategi dan teknik marketing dan alasan bagaimana apa yang ditampilkan dapat semenarik dan sekreatif mungkin, sehingga dapat menarik khalayak media. Dengan hal itu, tidak menutup kemungkinan pesan-pesan Dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dengan baik di masyarakat.

Manfaat Dakwah di Media Sosial

Selanjutnya, menurut (2016:184-185) Dakwah yang dilakukan melalui media sosial dapat memberikan keuntungan dan manfaat tersendiri antara lain: 1). Media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal da mengakar karena keberadaannya hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia; 2). Media sosial merupakan media online sehingga para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet ini dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, forum, atau jejaring sosial diruang virtual yang dapat dimanfaatkan oleh para Da'i; 3). Cepat, ringkas, padat, dan sederhana, dan 4). Media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user sehingga dapat berkomunikasi dua arah.

Kemudian, Mulyati (2014:31-32) menjelaskan bahwa ada beberapa manfaat dalam penggunaan media antara lain: 1). Kemunculan media sosial telah menguntungkan banyak orang; 2). Pengguna media sosial tidak dibutuhkan tingkat kemampuan teknologi informasi yang tinggi yakni siapa saja dapat menggunakannya, 3). Siapapun pengguna media sosial dapat mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis, dan 4). Terkendali dan terukur yakni dalam media sosial dikenal dengan istilah *tracking* sehingga pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respon balik serta reaksi yang muncul.

Kebebasan bermedia menurut Ispandriarno, Lukas (2012) saat ini telah menjadi praktik penyebaran informasi dan komunikasi massa terbesar, telah

memberi ruang kepada sekelompok masyarakat, salah satunya kelompok agama. Penyebaran ide, gagasan, dan paham-paham ideologi semakin terbuka lebar. Jumlah masyarakat pengakses media ini lebih besar dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang tidak mengakses media.

Sehingga, berdasarkan keuntungan atau manfaat dari penggunaan media sosial diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya media sosial memberikan manfaat pagi penggunanya dengan dua arah yakni antara pembuat konten maupun yang menikmati konten tersebut dalam saling berkolaborasi dan berkontribusi satu sama lain dengan tetap menggunakan media dengan bijak. Dalam hal ini, para Da'i dapat dengan leluasa untuk membuat konten-konten keagaaman sesuai dengan minat, kemampuan, dan tingkat percaya diri masing-masing. Sebab, tidak semua pendakwah memiliki metode dan teknik yang sama dalam berdakwah, mereka memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan ajaran agama Islam.

Oleh karena itu, untuk menjawab dari hasil penelitian terkait dengan pemanfaat media sosial sebagai sarana beribadah dengan melalui dakwah. Peneliti mengambil sudut pandang fenomenologi sebagai dasar atau acuan dalam menganalisis penelitian ini. Fenomena dalam suatu keilmuan dapat dijelaskan sebagai suatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasa atau memiliki karakteristik tertentu dan dapat diamati oleh panca indera serta dapat dilihat dan diteliti dengan metode ilmiah. Fenomena hadir dan berkembang dalam kehidupan manusia sesuai dengan dengan peristiwa yang menyertainya.

Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi, fenomena-fenomena seperti ini dapat ditampilkan melalui berbagai cara, salah satunya adalah melalui media. Media, pada hakikatnya telah melekat dalam kehidupan manusia. Media hadir memenuhi segala bentuk keinginan dari khalayak. Segala sesuatu yang ditampilkan oleh media akan berimplikasi pada kehidupan khalayak, dalam hal ini adalah masyarakat yang notabene sebagai objek utama dari media. Berdasarkan hasil kajian dari fenomenologi, yakni dilihat dari sudut pandang fenomenologi atau fakta realitas yang ada dilapangan, ada dua aplikasi utama yang sering digunakan oleh sebagian besar para Da'i dalam berdakwah dengan memanfaatkan saluran media sosial tersebut yakni Youtube dan Meme (fokus pada simulakra bahasa).

Adapun konten yang disajikan untuk berdakwah melalui media sosial antara lain: pertama, pemanfaat media youtube sebagai sarana dakwah. Ada beberapa alasan mengapa para Da'i memilih media ini untuk menyampaikan dakwah seperti youtube merupakan media audio visual yang dapat

menyampaikan pesan dan suara serta gambar secara bersamaan. Dengan ini Da'i dapat menyampaikan isi ceramah seolah-olah sedang mengisi acara-acara atau kegiatan dakwah secara langsung, sehingga penonton dapat dengan seksama melihat dan mendengarkan isi ceramah yang disampaikan oleh Da'i.

Kedua, metode lain yang digunakan untuk berdakwah oleh para Da'i adalah dengan bahasa. Bahasa memiliki peranan terbesar dalam penyebarluasan informasi dimedia sosial ini. Bahasa dalam dunia siber ini dapat dikemas dalam berbagai bentuk seperti tulisan singkat, *quotes*, status, kutipan, meme, dan bahkan dalam bentuk simbol seperti penggunaan *emoticon*. Dari beberapa contoh bahasa yang digunakan diatas, ada salah satu yang menarik digunakan oleh para Da'i, yakni meme dan kaitannya dengan Islam. Meski penggunaan meme terkesan muncul sebagai visual yang bergaya lucu, namun ada pesan-pesan yang disampaikan meme didalamnya. Dengan bahasa agama, meme tidak hanya sekedar menjadi bahasa yang literer saja melainkan juga bisa tersirat. Oleh karena itu, para Da'i mengungkapkan tentang pesan dan ajaran agama Islam yang berkembang dalam budaya siber khususnya dimedia sosial ini dengan meme. Karena, jika dikaitkan dengan teori efektivitas dakwah, maka pesan-pesan keIslam yang disampaikan dalam bentuk meme ini akan tersampaikan kesegala bentuk lapisan masyarakat.

Oleh karena itu, dari kedua fakta diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa para Da'i lebih banyak menggunakan aplikasi-aplikasi diatas karena kedua media sosial tersebut lebih banyak dan lebih sering diakses oleh masyarakat. Sehingga, ini merupakan cara dan strategi yang paling baik untuk berdakwah. Akan tetapi, dakwah yang dilakukannya harus tetap sesuai dengan etika dan kode etik dalam bermedia sosial dan tetap sejalan dengan ajaran-ajaran agama Islam dengan selalu menerapkan nilai-nilai, norma-norma, aturan-aturan, serta tuntunan-tuntunan yang terdapat dalam pedoman utama dalam agama Islam yakni bersandar pada Al-Qur'an dan Al-Hadist.

PENUTUP

Dari uraian pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa: *Pertama*, dakwah merupakan sebuah kewajiban bagi setiap umat Islam. Setiap umat Islam dituntut untuk dapat menjadi khalifah atau seorang pemimpin didunia ini, dan salah satu tugas dari seorang khalfiah adalah menebar kebaikan melalui jalan Allah SWT yakni dengan berdakwah. *Kedua*, dakwah merupakan kegiatan dalam penyebarluasan agama Islam melalui ajakan dan seruan, salah satunya adalah dengan menggunakan media. *Ketiga*, media yang saat ini dianggap paling efektif dalam berdakwah adalah media sosial. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana

berdakwah. Akan tetapi, berdakwah dengan media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatkan dalam ajang beribadah melalui dakwah dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, Ida, Efa. 2015. *Islam Dan Dakwah: Sebuah Kajian Antropologi Agama*. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3 No.2.
- AnnaZilli, M. Haqqi. 2018. *Relasi Antara Agama dan Media Baru*. Syi'ar: IAIN Bengkulu, Vol. 18 No.2.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, h. 229.
- Batubara, Juliana. 2017. *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. Bimbingan dan Konseling UIN Imam Bonjol Padang, Vol. 3 No.2.
- Creswell, J.W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, hlm. 181.
- Ghazali, M. Bahri. 1997. *Dakwah Komunikatif*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Hidayat, Muh. Taufik. *Berdakwah di Media Sosial*. IAIN Pare-pare.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada, cet.1 h. 11.
- Ispandiarno, Lukas S. 2012. *Agama dan Media: Pemaknaan Isu Agama di 'Detiknews'*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, Millah: Vol XII, No.2.
- Jumantoro, Totok. 2001. *Psikologi Dakwah dengan Aspek-aspek Kejiwaan yang Qurani*. Wonosobo: Amzah.
- Lubis, Suwardi. 1987. *Metodologi Penelitian Sosial*. Medan: USU Press, h.101.
- Machmud, Muslimin. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.
- Mattew B. Miles dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif (terj. Tjelep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI-Press, h.19-19.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, cet. 18, h. 5.
- Muhiddin, Asep. 2002. *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Kritis atas Visi, Misi, dan Wawasan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyati, Ani. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan.
- Munawwir, Warson, Ahmad. 1984. *Kamus Arab Indonesia*. Yogyakarta: Pondok Pesanrrren al-Munawwir, hlm. 438.
- Munawwir, A. W. 1997. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia*. Surabaya:

Pustaka Progressif.

- Mutiawati, Imas. 2018. *Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Nasrullah, Rulli dan Rustandi, Dudi. 2016. *Meme dan Islam: Simularka Bahasa Agama di Media Sosial*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. Ilmu Dakwah: Academi Journal for Homiletic Studies, Vol. 10, NO.1.
- Nuh, Muhammad, Sayid. 2000. *Dakwah Fardhiyah, terj.Ashfa Afkarina*. Solo: Era Intermedia.
- Nurdiana, Nina. 2014. *Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan*. Universitas BINUS.
- Rijali, Ahmad. 2018. *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Alhadharah, Vol. 17 No. 33.
- Rohman, Abdul, Dudung. 2019. *Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial*. Tatar Pasundan Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung, Vol. XIII, No. 2.
- Saputra. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shohib. 2018. *Hakikat Dan Tujuan Dakwah Dalam Mewujudkan Kehidupan Yang Damai Dan Harmonis*. Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. XII No. 32.
- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyususn Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Sleman, Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cet.6, h.341.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cet. Ke 8, h. 137.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, Eko. 2016. *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi*. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No.1.
- Syabibi, Ridho. 2008. *Metodologi Ilmu Da'wah: Kajian Ontologis Da'wah Ikhwan Al-Safa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wahyuni, Dwi. 2017. *Agama Sebagai Media Dan Media Sebagai Agama*. Jia: Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, No. 2.