

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENYAMPAIAN
KONTEN KONTEN DAKWAH DI KALANGAN MAHASISWA
MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

SKRIPSI

OLEH :

NABILA PUTRI DARMA

NIM: 210403083



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Strata Satu dalam Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Jurusan Manajemen Dakwah

Diajukan Oleh:

NABILA PUTRI

DARMA

Nim: 210403083

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dr. Jailani, M.Si.

NIP. 1960100819950301001

Pembimbing II,



Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos.M.A

NIP. 198007312023211006

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Dewan Penguji Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Dakwah
dan komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai Tugas Akhir Untuk
Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi Manajemen Dakwah

Diajukan Oleh :
Nabila putri darma
NIM. 210403083

Pada Hari/ Tanggal

Senin, 14 Juli 2025

Di

Darussalam – Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Munaqasyah

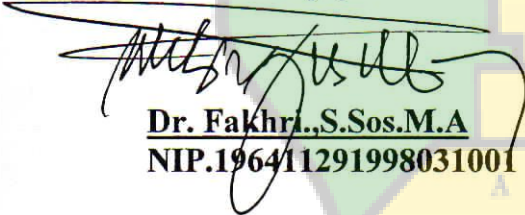
Ketua


Dr. Jailani.,M.Si
NIP. 196010081995031001

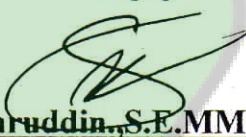
Sekretaris


Arif Ramdan Sulaeman.,S.Sos.M.A
NIP. 198007312023211006

Penguji I


Dr. Fakhri.,S.Sos.M.A
NIP.196411291998031001

Penguji II


Fakhruddin.,S.E.MM
NIP. 196406162014111002

Mengetahui,


Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : NABILA PUTRI DARMA

NIM : 21040383

Judul Skripsi : “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk
Penyampaian Konten-Konten Dakwa Di Kalangan
Mahasiswa Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul di atas beserta seluruh isi adalah benar-benar karya saya, dan saya tidak melakukan plagiatisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Banda Aceh, 3 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,



NABILA PUTRI DARMA
NIM 21040383

ABSTRAK

Strategi pemanfaatan media sosial merupakan hal penting dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi digital di kalangan mahasiswa. Namun, masih banyak mahasiswa Manajemen Dakwah yang belum menerapkan strategi dakwah yang terencana dan terstruktur dalam memanfaatkan media sosial, khususnya aplikasi WhatsApp. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh mahasiswa dalam menyampaikan konten dakwah melalui media sosial, serta mengidentifikasi kelebihan dan tantangan yang mereka hadapi dalam proses tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan fitur status WhatsApp untuk membagikan konten dakwah berupa kutipan islami, video ceramah, dan pesan motivasi keagamaan. Strategi yang digunakan cenderung bersifat spontan dan individual, belum tersusun dalam pola penyampaian yang sistematis. Kelebihan dari strategi ini adalah kemudahan akses dan jangkauan audiens yang luas, sementara tantangannya meliputi kurangnya konsistensi, rasa kurang percaya diri, dan minimnya interaksi dari audiens. Kesimpulannya, strategi pemanfaatan media sosial untuk dakwah sudah mulai diterapkan oleh mahasiswa, namun masih perlu dikembangkan secara lebih terarah dan kolaboratif agar penyampaian pesan dakwah menjadi lebih efektif, konsisten, dan berdampak luas.

Kata Kunci: Strategi, Media Sosial, WhatsApp, Konten Dakwah, Mahasiswa Manajemen Dakwah.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Shalawat bernadakan salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW, yang telah mendidik umat nya menjadi generasi terbaik dimuka bumi ini.

Dengan kehendak Allah SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyampaian Konten-Konten Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Dakwah.

Terimah Kasih kepada Bapak Dr. Jailani, M.Si dan Bapak Arif Ramdan Sulaeman. S.Sos.M.A sebagai pembimbing yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulis menyadari adanya potensi kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada bidang studi Manajemen Dakwah Program Sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari pihak yang banyak. Untuk itu pula pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang mendalaam kepada :

1. Kepada Allah SWT dengan mengucapkan syukur atas rahmat, karunia dan juga nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas laporan skripsi ini.
2. Kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena telah membawah kita dari alam kegelapan menuju alam terang menerang dan juga telah mengajarkan banyak hal tentang nikmat bersyukur dalam menjalankan hidup.
3. Kepada Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd., selaku Dekan

Fakultas Dakwah

dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.

4. Kepada Dr. Sakdiah, M. Ag., selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.
5. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jailani, M.Si dan Bapak Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos.M.A atas bimbingan, ilmu, dan waktu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kritikan dan saran Bapak sangat membantu dalam memperbaiki dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
6. Terkhususnya, kepada Mama tercinta, Martinah yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana serta selalu menjadi penyemangat bagi penulis. Terimakasih untuk doa mama yang sangat luar biasa, semoga mama sehat selalu dan panjang umur. Karena mama harus ada di setiap perjalanan hidup penulis.
7. Superhero dan Panutanku, Ayahanda Setia Darma, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, untuk setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang

dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini hingga mendapatkan gelar sarjana.

8. Teruntuk adik saya Ikhsan Al Fahri Putra Darma yang tercinta terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat dan warna dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan memberi motivasi, semangat, kasih sayang, dan berkat doa keluarga besar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih untuk teman seperjuangan baik diperkuliahan maupun teman diluar kuliah teruntuk Della Tri Novita, Dessy Maulida Sari, Syinta Bella Asmara, Mutiara Putri, Fatana, Melvira, Widya serta teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dukungan satu sama lain dan menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan saya.
11. Terimah kasih kepada teman seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2021, Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
12. *Last but not least* diri saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Terimakasih untuk tidak menyerah, mampu

berusaha keras dan mampu berjuang sejauh ini. Dapat mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan yang sangat menguras energi. *And yes, You got trough this very well.*

13. Akhirnya hanya kepada Allah Swt penulis berdoa semoga pihak-pihak yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, menjadi amal ibadah dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Tentunya skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Besar harapan penulis akan karya yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca, Amiin yarabbal alamin.

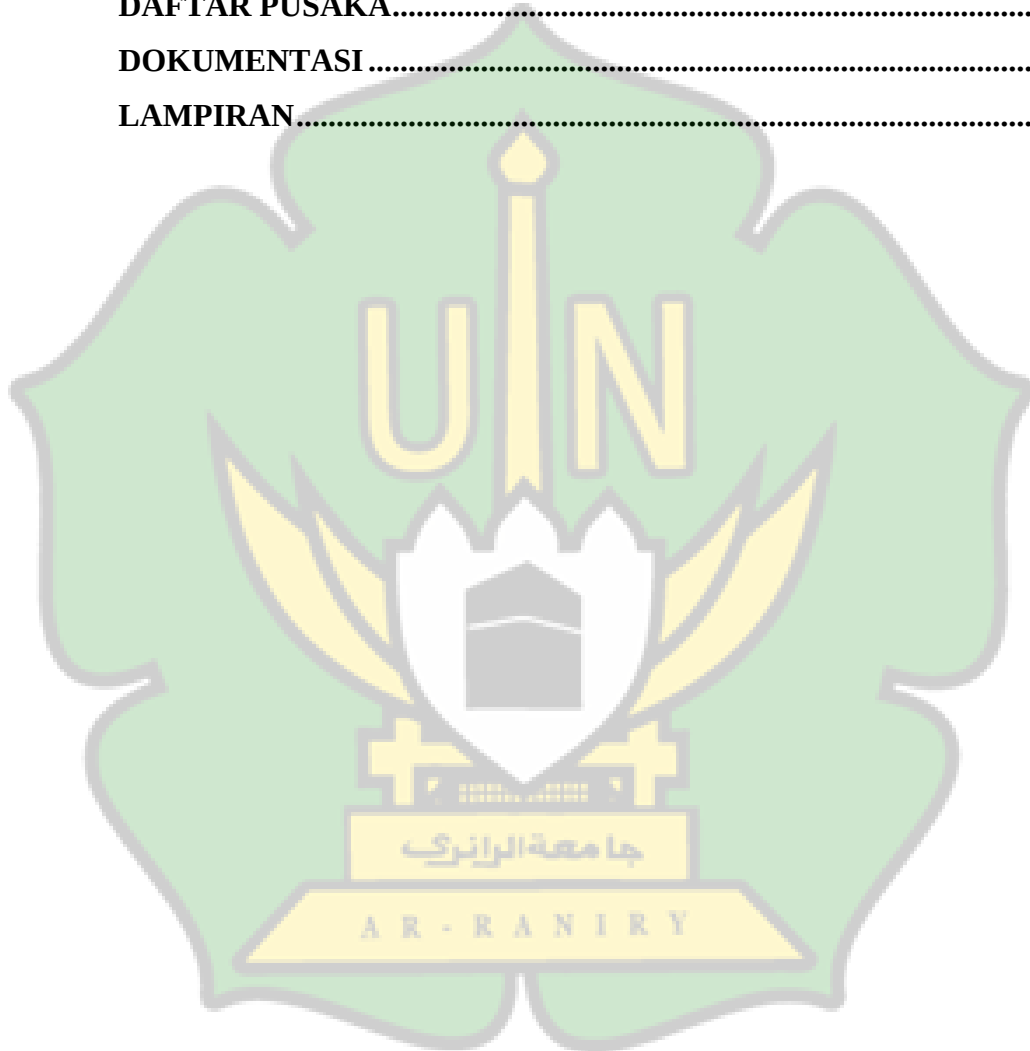


DAFTAR ISI

Cover	I
Lembaran pengesahan skripsi.....	II
Surat pernyataan keaslian skripsi.....	III
Kata pengantar	IV
Asbtrak	V
<u>Daftar isi</u>	<u>VI</u>
<u>Daftar lampiran</u>	<u>IX</u>
<u>Daftar gambar.....</u>	<u>X</u>
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	<u>1</u>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Fokus Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Penjelasan Istilah.....	7
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u>	<u>12</u>
A. Kajian terdahulu	12
B. Pengertian Strategi.....	15
a. Tujuan Strategi.....	15
b. Peran Strategi.....	17
C. Pengertian Dakwah	18
a. Tujuan Dakwah.....	20
b. Macam-Macam Metode Dakwah	21
D. Pengertian Media Sosial.....	22
a. Peran Media Sosial	23
b. Tujuan Media Sosial	24

E. Pengertian Whatsapp.....	25
a. Fitur-Fitur Whatsapp.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Dan Objek Penelitian.....	26
C. Informan	27
D. Teknik dan pengumpulan data	30
1. Observasi	30
2. Wawancara	30
3. Dokumentasi.....	30
E. Teknik Analisis Data.....	32
1. Reduksi data.....	32
2. Penyajian data	32
3. Penarikan Kesimpulan	32
BAB IV Hasil Penelitian dan pembahasan.....	33
A. Hasil	
1. Profil Umum Lokasi Penelitian.....	33
2. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian.....	36
3. Visi Dan Misi Prodi Manajemen Dakwah.	37
4. Tujuan Prodi Manajemen Dakwah.....	38
5. Struktur Organisasi Prodi Manajemen Dakwah.....	39
a) Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyampaian Konten-Konten Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Dakwah	39
b) Kelebihan dan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa Manajemen Dakwah dalam pemanfaatan media sosial untuk penyampaian konten dakwah.....	45
B. Analisis Data Dan Pembahasan.....	51

a. Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyampaian Konten- Konten Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Dakwah	51
b. Kelebihan dan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa Manajemen Dakwah dalam pemanfaatan media sosial untuk penyampaian konten dakwah	53
BAB V PENUTUP	71
DAFTAR PUSAKA.....	74
DOKUMENTASI	78
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wawancara kepada RH selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.2 Wawancara kepada VR selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.3 Wawancara kepada NF selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.4 Wawancara kepada NRM selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.6 Wawancara kepada RA selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.6 Wawancara kepada WPS selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.7 Wawancara kepada DMS selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.8 Wawancara kepada R selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.9 Wawancara kepada HF selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah

Gambar 1.10 Wawancara kepada FR selaku Mahasiswa Manajemen Dakwah



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1.1 SK Pembimbing

Gambar 1.2 Surat Penelitian

Gambar 1.3 Surat Balasan Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.¹

Menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.²

Whatsapp merupakan bagian dari sosial media. Sosial media merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya dapat saling berbagi macam konten sesuai dengan fitur

¹ Sari, Astari Clara, "Komunikasi dan media sosial." *Jurnal The Messenger* 3.2 (2018):h.5.

² Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 6

pendukungnya. Whatsapp ini merupakan teknologi populer yang sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai alat pembelajaran.³

Fitria (2020) menyebutkan bahwa WhatsApp awalnya didirikan oleh dua mantan karyawan Yahoo!, Brian Acton dan Jan Koum. Aplikasi kemudian diluncurkan pertama pada November 2009, setelah pengujian. Awalnya, WhatsApp hanya eksklusif hadir di App Store. Hingga selang beberapa tahun kehadiran WhatsApp semakin dicintai pengguna. Bahkan pada 2013, WhatsApp mengklaim memiliki 400 juta pengguna aktif. Pada 19 Februari 2014, Facebook, Inc. mengakuisisi WhatsApp sebesar USD19 miliar. Ini merupakan salah satu akuisisi terbesar hingga saat ini.⁴

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang berada di perguruan tinggi merupakan kelompok yang rentan terhadap pengaruh. Namun, mereka juga memiliki kapasitas intelektual dan potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam masyarakat, termasuk dalam hal-hal yang menyebarkan nilai-nilai Islam. Dengan latar belakang pendidikan yang mendukung, mahasiswa manajemen dakwah memiliki peran penting dalam mengembangkan strategi efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk kepentingan dakwah.

³ ADE, W. P. (2023). Afiksasi I Dalam Pesan Singkat WHATSAPP grup Mahasiswa PBSI IKIP PGRI Pontianak (Kajian Morfologi) (Doctoral dissertation, IKIP PGRI PONTIANAK).

⁴ Saputra, S. (2020). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Kegiatan Pembelajaran Melalui Media Whatsapp Group. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(1), 11

Dakwah islam meliputi ajakan, keteladanan, dan tindakan konkret untuk melakukan tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang lain ke jalan Allah secara tegas .

Dakwah adalah kegiatan peningkatan iman menurut syariat islam. Teknologi dapat diartikan sebagai sesuatu yang berupa pengetahuan, produk, proses, alat, metode, dan sistem yang digunakan untuk menghasilkan produk atau penyediaan layanan jasa. Teknologi komunikasi adalah ilmu yang digunakan untuk merekayasa bagaimana pesan komunikasi itu dapat disampaikan/dikirimkan kepada tujuan yang dimaksud dengan sarana fisik dan non fisik.⁵

Dakwah menggunakan media dan teknologi akan tercapai secara maksimal apabila memperhatikan situasi sosial, mitra dakwah atau mad'u juga konten dakwah yang juga disampaikan . selain hal itu teknologi untuk dakwah juga terkait dengan metode dakwah dan logistic dakwah.⁶

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik . Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku” .⁷

⁵ Bella Kumalasari (2019), Pengertian Dakwah, (Surabaya).18

⁶ Bella Kumalasari (2019), Pengertian Dakwah, (Surabaya).19

⁷ Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara, 2(1), 4

Konten berfungsi untuk mengedukasi, menghibur, menginformasikan, atau membujuk audiens. Dalam era digital saat ini, konten bisa disebarluaskan melalui berbagai platform seperti situs web, media sosial, dan aplikasi, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Konten yang efektif biasanya memiliki nilai, relevansi, dan kualitas yang tinggi. Dalam konteks dakwah, konten awalnya disampaikan melalui khutbah, pengajian, dan interaksi langsung. Para ulama dan pemimpin komunitas berperan penting dalam menyebarkan ajaran islam, seiring perkembangan teknologi, dakwah juga mulai memanfaatkan radio, televisi, dan, yang paling signifikan, internet. Dengan demikian, pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.⁸

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara individu berinteraksi dan menyampaikan informasi. Media sosial, sebagai salah satu inovasi dalam bidang komunikasi, telah menjadi platform yang dominan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di kalangan mahasiswa. Di Indonesia, dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, potensi pemanfaatan platform ini untuk berbagai tujuan, termasuk dakwah, semakin terbuka lebar.

Dalam konteks dakwah, media sosial menawarkan peluang untuk menyebarluaskan pesan-pesan keagamaan secara efektif dan efisien. Dengan karakteristik interaktif dan kemampuan untuk menjangkau

⁸ Parhan, Muhamad, et al. "Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 22.1 (2022): 65-66

audiens yang luas, media sosial dapat menjadi sarana yang ampuh dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang nilai-nilai agama. Namun, meskipun banyak mahasiswa manajemen dakwah yang menyadari pentingnya pemanfaatan media sosial, belum banyak yang mengoptimalkan strategi konten dakwah yang tepat untuk mencapai audiens yang diinginkan⁹

Mahasiswa, khususnya yang menempuh studi di bidang Manajemen Dakwah, memiliki posisi strategis dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten dakwah. Mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang teori dakwah sekaligus familiar dengan dinamika media sosial yang terus berkembang. Sebagai pengguna aktif media sosial, mahasiswa dapat mengidentifikasi platform mana yang paling efektif untuk menyampaikan konten dakwah, serta menyusun strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan-tantangan yang muncul di dunia digital, seperti tingginya persaingan konten, keterbatasan perhatian audiens, hingga isu penyalahgunaan platform.

Namun, meskipun media sosial menawarkan peluang besar dalam dakwah, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi oleh mahasiswa Manajemen Dakwah dalam memanfaatkannya media sosial..Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif dan relevan.

⁹ Harahap, Z. (2019). "Strategi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang dalam Memanfaatkan Media Sosial." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(1), 45-46

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas,maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dan merasa tertarik untuk melaukakan penelitian dengan judul : **“Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyampaian Konten-Konten Dakwah Di kalangan Manajemen Dakwah Di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh mahasiswa Manajemen Dakwah dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten dakwah ?
2. Apa saja kelebihan dan tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial untuk dakwah?

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini adalah fokus pada strategi pemanfaatan media sosial, khususnya aplikasi WhatsApp, dalam penyampaian konten-konten dakwah oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Penelitian ini menyoroti bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan-pesan keislaman, bentuk-bentuk konten yang dibagikan, serta motivasi dan pola perilaku mereka dalam berdakwah di ruang digital.

Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi kelebihan dan tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam proses tersebut, serta sejauh mana strategi yang diterapkan bersifat terencana, terstruktur, atau masih dilakukan secara individual dan spontan.

D. Tujuan Penelitian

Dari penjabaran latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian akan sedikit menjabarkan tujuan dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi. Adapun tujuan penelitian dalam menulis skripsi yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi pemanfaatan media sosial dalam penyebaran konten dakwah di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Untuk mengidentifikasi kelebihan dan tantangan yang dihadapi dalam menggunakan media sosial untuk tujuan dakwah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam kajian dakwah dan komunikasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial.

2. Memberikan wawasan tentang strategi yang efektif dalam menyebarkan konten dakwah melalui media sosial.
3. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai dakwah.

F. Penjelasan Istilah

1. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani strategia (stratos = militer dan ag = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu.¹⁰

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, John A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari

¹⁰ Hazin, B. I. (2024). Pengertian Strategi. *Sada Kurnia Pustaka*.

sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan¹¹.

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana atau tindakan sistematis dan terstruktur untuk memanfaatkan media sosial khusus nya status Whatsapp untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian konten dakwah dengan cara memposting konten-konten dakwah pada kalangan mahasiswa manajemen dakwah angkatan 21.

2. Pemanfaatan Media Sosial

Pemanfaatan media sosial adalah penggunaan platform digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lainnya untuk berbagai tujuan, seperti komunikasi, pemasaran, hiburan, edukasi, dan kolaborasi. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jaringan sosial secara lebih luas. Dalam konteks bisnis dan pemasaran, pemanfaatan media sosial sering dimanfaatkan untuk membangun branding, meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan, serta menyebarkan konten promosi secara efektif.

Pemanfaatan media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa manajemen dakwah dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial khusus nya media sosial yaitu Whatsapp

¹¹ Dikutip dari: Tim Redaksi KBBI 2018

dalam penyebaran konten dakwah dengan memposting konten-konten dakwah tersebut dikalangan mahasiswa manajemen dakwah.

3. Penyampaian Konten-Konten Dakwah

Penyampaian adalah proses atau tindakan mendistribusikan, atau menyebarluaskan sesuatu dari satu titik ke berbagai tempat atau orang. Hal yang disebarkan bisa berupa informasi, gagasan, barang, penyakit, atau lainnya. Dalam konteks komunikasi, penyampaian informasi mengacu pada distribusi pesan atau data kepada audiens yang lebih luas melalui berbagai media. Sedangkan dalam konteks ilmiah, penyampaian bisa mengacu pada distribusi suatu fenomena, Penyampaian konten-konten dakwah adalah proses menyebarluaskan materi yang berkaitan dengan ajaran Islam, baik dalam bentuk nasihat, ilmu agama, atau ajakan kebaikan, melalui berbagai media. Konten dakwah dapat disampaikan melalui ceramah, artikel, video, gambar, atau bentuk digital lainnya dengan tujuan mengajak umat untuk lebih memahami, mengamalkan, dan menyebarkan nilai-nilai Islam. Media yang sering digunakan untuk penyampaian konten dakwah saat ini meliputi televisi, radio, situs web, dan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp. Pemanfaatan teknologi dan media modern mempercepat dan memperluas

jangkauan dakwah ke khalayak yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun global¹².

Penyampaian konten dakwah mengacu pada proses distribusi dan penyebarluasan pesan dakwah melalui berbagai platform komunikasi, dalam hal ini menggunakan media sosial seperti Wharsapp. Konten dakwah tersebut dapat berupa materi yang mengandung ajaran agama islam, baik berupa teks, video, gambar, atau bentuk lainnya yang bertujuan memberikan pemahaman, pendidikan, dan pembinaan kepada mahasiswa manajemen dakwah angkatan 21 mengenai nilai-nilai islam.

Penyampaian konten dakwah lebih fokus pada penggunaan media sosial Whatsapp, yang merupakan platform populer dikalangan mahasiswa.

4. Mahasiswa Manajemen Dakwah

Mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Prodi Manajemen Dakwah Angkatan 2021.

¹² Albahroyni, A., Sazali, H., & Khatibah, K. (2023). Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di Tiktok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtv. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(2), 355-356