

FACEBOOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI KASUS TERHADAP PENDAKWAH DI KOTA BANDA ACEH)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

SEPTINA WULANDARI
Nim. 411206557
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM – BANDA ACEH
1439 H / 2018 M

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**SEPTINA WULANDARI
NIM. 411206557**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Dr. Jasafat, M.A
NIP. 19631231 199402 1 002

Pembimbing II,



Syahril Furganij, M.I kom
NIP.

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia 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
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**SEPTINA WULANDARI
NIM. 411206557**

Pada Hari/Tanggal

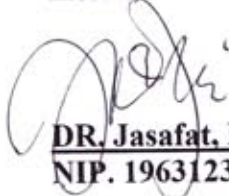
**Kamis, 10 Agustus 2018 M
28 Zulqa'idah 1439 H**

di

Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

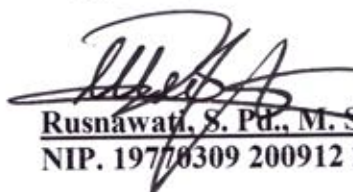
Ketua,


DR. Jasafat, MA
NIP. 19631231 14021 001


Sekretaris,


Svahril Furgany, M.I.Kom
NIP.

Anggota I,

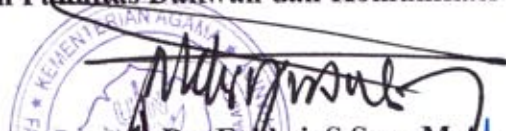

Rusnawati, S. Pd., M. Si
NIP. 19770309 200912 2 003


Anggota II,


Taufik, SE. Ak., M.Ed.
NIP. 197705102009011013

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry


Dr. Fakhri, S.Sos., M.A.
NIP.19641129 199803 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Septina Wulandari

NIM : 411206557

Jenjang : Strata Satu (S-1)

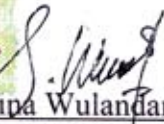
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 17 07 2018



Menyatakan,


Septina Wulandari
NIM. 411206557

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat serta karunia kepada hamba-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Facebook sebagai Media Dakwah (Studi Kasus terhadap Pendakwah di Kota Banda Aceh)”. Shalawat berserta salam kepada baginda Rasulullah Saw, yang telah membawa panji keselamatan bagi umat manusia yang telah mengeluarkan umat manusia dari kegelapan menuju cahaya Iman dan Islam serta kepada keluarga dan para sahabatnya yang telah berjuang demi tegakkan kalimutal haq dan agama Allah di permukaan bumi ini.

Skripsi ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (SI) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Banda Aceh.

1. Hormat Penulis yang tak terhingga kepada Ibunda tercinta **Nurul Sa’adah** yang tak pernah mengenal lelah dalam memberi kasih sayangnya kepada ananda, dan Ayah tercinta **Alm. Adnan** yang telah bersusah payah mengiringi perjuangan ananda dan tiada hentinya memberi semangat dan motivasi serta doa kepada ananda dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada Suami dan anak perempuan ananda tercinta **Agus Ramadhan, SE** dan **Shazfa**

Assiddiqia Ramadhan. Dan teruntuk kakak dan abang kebanggaan penulis: **Oriza Susanti, Irfan Syahputra, dan Eka Afriliani** yang selalu menyemangati penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. serta keluarga penulis yang banyak mendukung dan memberikan motivasi, semoga amal ibadah mereka diterima disisi Allah.

2. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak **DR. Jasafat, MA** dan Bapak **Syahril Furqany, M.I Kom** selaku pembimbing yang penuh dengan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga selesainya skripsi ini.
3. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak/ibu **Dr. Fakhri, S. Sos., MA.,** kepada Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Bapak **Dr. Hendra Syahpura, ST., MM,** Penasehat Akademik Bapak **Dra. Muhsinah, M.Ag.**
4. Kepada Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dalam memberikan kesempatan dan fasilitas selama mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (SI) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Banda Aceh, serta kepada pengurus pustaka Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu meminjamkan buku bagi saya.
5. Ucapan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan setia menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan teristimewa kepada dan Himpunan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang

telah bersedia memberi motivasi dan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah memberi balasan yang setimpal atas jasa-jasa, dukungan, bimbingan yang telah mereka sumbangkan selama ini. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak tertutup kemungkinan dari kesalahan dan kekhilafan baik dari segi ini maupun penulisannya. Oleh karena itu, kritikan dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirul kalam penulis mengharapakan semoga skripsi ini bermamfaat bagi penulis dan bagi semua pembaca umumnya dan dapat menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa (i), amiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 11 Juli 2018

Septina Wulandari

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Kegiatan Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penjelasan Istilah.....	7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu.....	11
B. Teknologi Informasi dan Komunikasi	13
1. Pengertian Teknologi Informasi.....	13
2. Fungsi Teknologi Informasi.....	17
3. Macam-macam Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	19
a. Radio	19
1) Pengertian Radio	19
2) Radio sebagai Media Dakwah.....	20
b. Televisi.....	22
1) Pengertian Televisi.....	22
2) Televisi sebagai Media Dakwah	23

c. Film	26
1) Pengertian Film	26
2) Film sebagai Media Dakwah.....	27
d. Internet	30
1) Pengertian Internet	30
2) Internet sebagai Media Dakwah.....	32
C. Kajian Konsep Facebook	34
1. Pengertian dan Sejarah Facebook	34
2. Fungsi Facebook Sebagai Jejaring Sosial	37
3. Facebook Sebagai Media Dakwah	39
a. Strategi Dakwah Melalui Facebook.....	45
b. Facebook Menurut Perspektif Islam	49
D. Subjek, Objek, Materi Dakwah dan Media Dakwah.....	51
1. Subjek Dakwah	51
a. Kriteria Da'i	51
b. Tugas dan Fungsi Da'i	52
2. Objek Dakwah.....	53
3. Materi Dakwah.....	55
4. Media Dakwah	58
a. Pengertian dan Macam-macam Media Dakwah	58
b. Pengaruh Media Dakwah	62
c. Penyesuaian Media dan Materi Dakwah.....	65
E. Teori yang digunakan.....	68
a. Teori New Media	68
b. Teori Interaksi Simbolik	71

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Fokus dan Jenis Penelitian	75
B. Lokasi Penelitian.....	76
C. Sumber Data.....	76
D. Informan Penelitian.....	77

E. Teknik Pengumpulan Data.....	77
F. Teknik Analisis Data.....	80

BAB IV : PEMBAHASAN

A. Nama-nama Da'i di Kota Banda Aceh.....	84
B. Strategi dakwah melalui Facebook yang dilakukan oleh Pendakwah di Kota Banda Aceh	86
C. Konten yang disebarakan oleh Pendakwah kota Banda Aceh Melalui Facebook	102
D. Hambatan yang terjadi saat Berdakwah melalui Facebook	108
E. Analisis Data Penelitian	111

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran.....	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1. Nama Da'i.....	84
------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 3.1. Analisis interaktif Miles dan Huberman.....83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Penelitian Ilmiah Mahasiswa
- Lampiran 3 : Daftar Wawancara Informan
- Lampiran 4 : Foto Penelitian dan Lampiran Laman Facebook
- Lampiran 5 : Daftar Riwayat hidup

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Facebook sebagai Media Dakwah (studi kasus terhadap pendakwah di Kota Banda Aceh)”. Penelitian ini mengkaji tentang strategi dakwah di media *facebook*, karena seiring dengan perkembangan zaman maka para da’i memanfaatkan media *facebook* sebagai media dalam menyampaikan syiar-syiar islam, dengan adanya media tersebut maka pesan-pesan akan tersampaikan dengan cepat kepada kalangan masyarakat umum. Adapun yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi Dakwah melalui Facebook yang dilakukan oleh Pendakwah di Kota Banda Aceh? Apa saja konten yang disebar oleh Pendakwah Kota Banda Aceh melalui Facebook; Hambatan apa saja yang terjadi saat berdakwah melalui Facebook? Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi Dakwah melalui Facebook yang dilakukan oleh Pendakwah di Kota Banda Aceh; Untuk mengetahui konten yang disebar oleh Pendakwah dalam mensyiarkan nilai-nilai Agama Islam melalui Facebook; Mengetahui hambatan apa saja yang terjadi saat berdakwah melalui Facebook. Hal ini penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dapat mengambil data yang dikehendaki akan didapati secara langsung dilapangan. Penyelidikan ini memperoleh data secara langsung dari responden melalui observasi, dokumentasi dan wawancara yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan (*penelitian analisis deskriptif*), yaitu penelitian yang mendeskriptifkan dan menginterpretasi apa yang ada. Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu akun *facebook* para da’i yang ada di Kota Banda Aceh. Mengenai hasil penelitian yang penulis dapatkan di lapangan mengenai strategi menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media *facebook*, yaitu: Mengumpulkan *group facebook*; Memilih topik; menggunakan kata-kata yang santun; Menggunakan bahasa yang sederhana; Materi tidak terlalu panjang; Menanggapi pertanyaan audien. Adapun konten dakwah yang dibahas oleh para da’i di *facebook* tidak terlepas dari kerangka dasar yaitu aqidah, syariah dan akhlak. Selanjutnya hambatan-hambatan yang sering dialami oleh para ustad pada saat menyampaikan dakwah di *facebook* yaitu sebagai berikut: a) Para mad’u tidak langsung percaya apa yang disampaikan oleh para da’i; b) Sering terjadi gangguan jaringan wifi atau LAN internet, gangguan dari pihak PLN sehingga matinya internet, sekali-sekali habis kuota internet juga; c) Seringnya para pengikut *facebook* akan membalas jawaban da’i dengan berita hoax; d) Seringnya terjadi perbedaan antar mazhab, karena ada kalangan tertentu yang tidak menerima pendapat mazhab lain, e) Kendala ketika menyusun konsep.

Keyword : *facebook* - media - dakwah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“Siapa yang menguasai informasi, dialah yang menguasai dunia”.¹ Ungkapan ini sangat populer dibidang komunikasi, dikalangan akademisi yang bergelut dengan ilmu komunikasi dan perusahaan-perusahaan yang menyediakan jasa informasi. Lagi-lagi, ungkapan ini sangat memiliki arti penting bagi aktifis organisasi yang bergerak dibidang agama dan sosial yang sarat dengan misi-misi.

Salah seorang pakar komunikasi Abdul Muis dalam bukunya Wawan Kusnadi di Majalah Analisis CSIS (1991), menyebutkan “kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam saluran (media) yang kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian”.²

Menurut Anthony Giddens dalam bukunya *The Consequences of modernity*, Modernisasi, merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa ditolak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan waktu dan ruang yang mesti dilalui oleh semua manusia. Kita hanya bisa menyesuaikan dan mengikuti perkembangan dan perubahan yang terjadi. Konsekuensi logis dari perubahan tersebut, maka pola pikir, sikap, mentalitas, dan perilaku umat hendaknya dirubah mengikuti perkembangan zaman yang ada, termasuk menjalankan ajaran agama. Fenomena anak muda mengaji al-Qur’an dengan menggunakan handphone, seorang muslimah menggunakan jilbab yang modis, umrah sebagai

¹ Daud Rasyid, MA. *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta : Gema Insani Press (GIP, 1998), hal 46

² Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996), hal.2

trend wisata religius, curhat masalah agama dengan menggunakan twitter dan facebook, pengajian di kantor-kantor dan hotel-hotel, training keagamaan dengan biaya mahal, gerakan shalat dhuha di perusahaan-perusahaan, gerakan wakaf uang dan lain sebagainya merupakan fenomena adanya perubahan-perubahan dalam keberagaman seorang muslim. Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para da'i. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa memecah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.³

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi menuntut adanya peran aktif dari masyarakat penggunanya. Terlepas dari dampak negatif yang ditimbulkan akibat adanya internet yang bisa diakses dari berbagai tempat, peluang positifnya pun tetap terbuka bagi siapa pun. Itulah sebabnya, *new media* dan *social media* memainkan peranan yang sangat penting dalam mewarnai kehidupan di berbagai penjuru dunia yang memanfaatkannya. Bagi insan dakwah (*da'i, tabligher*) ini merupakan lahan yang sangat empuk untuk menyebarkan ajaran Islam ke seluruh masyarakat melalui media ini. Salah satu media sosial dalam new media adalah Facebook. Aplikasi yang sejak tahun 2004 ini muncul

³ Abdul Basit, *Dakwah Cerdas di Era Modern*, Jurnal Komunikasi Islam, 2013 Vol, 03, Nomor 01, Juni 2013, hal.78

dan berkembang hingga kini, dari hari ke hari semakin marak penggunaannya. Bahkan di kalangan orang tua dan anak-anak yang notabene belum cukup umur, mereka berupaya untuk bisa menggunakan media ini. Tentu tidak sedikit yang menggunakan Facebook untuk tujuan keuntungan pribadi dengan penipuan, pelecehan, dsb. Bahkan KPAI menyebutkan "Sampai September 2012 sudah terjadi 21 kasus serupa yang dialami korban pelecehan seksual yang dimulai dari hasil perkenalan di jejaring sosial. Macam-macam, ada yang diculik, dirampok, korban perdagangan manusia ada juga yang jadi korban pelecehan seksual. Namun jika dimanfaatkan untuk penyebarluasan gagasan, ide, sharing, dll yang memiliki nilai-nilai kebaikan, maka ini merupakan hal positif yang sangat mungkin dilakukan melalui media ini.

Permasalahan yang muncul kemudian, masih ada anggapan bahwa Facebook adalah sesuatu yang tidak ada pada zaman Nabi, sehingga ada indikasi bahwa ini bid'ah yang perlu dihindari. Padahal, dalam realita, kemajuan teknologi dan informasi apakah setiap umat Islam telah memanfaatkan Facebook sebagai media dakwah, ini merupakan pekerjaan rumah yang patut disikapi. Terlebih jika tidak memahami makna dakwah dan tidak mengetahui langkah-langkahnya, maka ini patut ditindaklanjuti. Untuk itu, perlu pemahaman lebih lanjut tentang fungsi Facebook dalam pengembangan media dakwah, dan upaya memanfaatkan serta memaksimalkan media sosial tersebut dalam penyebarluasan ajaran Islam.⁴

⁴Achmad Syarifudin, *Facebook Sebagai Media Dakwah Islam*, Wardah: No. Xxvii/ Th. Xv/ Juni 2014, Hal.67-68

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa media yang digunakan para *da'i* harus dipilih sesuai dengan situasi, kondisi dan kebutuhan *mad'u* di suatu tempat dan waktu tertentu. Tujuan yang ingin dicapai adalah agar pesan dakwah yang disampaikan melalui media dapat sampai kepada sasarannya.⁵

Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tidak hanya tulisan, facebook juga menawarkan fitur-fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fitur *friend requests* (ajakan pertemanan), *notification* (pemberitahuan), *messages* (pesan tertulis langsung kepada pemilik akun), *recommended pages* (merekendasikan halaman), *notes* (catatan), *photo album* (album foto), status, *comment* (komentar) dan sebagainya. Semuanya merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, khususnya mengaplikasikan sebagai sarana syiar dakwah Islam dengan materi Aqidah dan Muamalah.⁶

Mengingat besarnya manfaat yang dapat diperoleh dari keberadaan sosial media tersebut, maka banyak para ustadz yang menggunakannya sebagai salah satu media dakwah kepada kaum muslimin. Strategi dakwah pada zaman Nabi Muhammad *shallallahu alaihi wa sallam* dengan strategi dakwah pada era sosial media sudah sangat berbeda. Dalam kurun sepuluh tahun terakhir, *Facebook* dan *Twitter* telah digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan media dakwah. Oleh sebab itu, saat ini cukup banyak ustadz yang aktif menggunakan berbagai macam media sosial untuk berdakwah. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi mereka dapat berinteraksi secara langsung

⁵ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*, ..., hal:100

⁶ Fadly Usman, *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*, Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh), Vol, 1 (01) 1-8, 2016. Hal.1

dengan umat muslim. Umat dapat secara langsung berkomunikasi dan melakukan tanya jawab tentang persoalan agama yang mereka ingin tanyakan dengan para ustadz dimanapun dan kapanpun mereka berada. Manfaat lain yang dapat diperoleh dari keberadaan media jejaring sosial bagi komunitas muslim adalah sebagai media untuk melawan tersebarnya kesalahpahaman mengenai ajaran Islam kepada non muslim.⁷

Berdakwah di media jejaring sosial facebook merupakan sesuatu hal yang unik, karena anggota yang tergabung dalam forum pertemanan akan terintegrasi (*integrated*) sehingga dapat melakukan komunikasi sosial dan keagamaan. Menurut seorang cendikiawan muslim Adian Husaini, mengatakan Facebook, Twitter, Instagram merupakan alat yang cukup efektif untuk meningkatkan iman, termasuk berdakwah untuk menyampaikan syiar Islam. Namun, hal yang terpenting adalah menggunakan media tersebut harus dengan baik dan diperlukan keindahan seni dalam merangkai kata.⁸

Fenomena yang terjadi di atas inilah yang melatarbelakangi peneliti mengkaji hal ini dengan memilih judul: **“Facebook sebagai Media Dakwah (studi kasus terhadap pendakwah di Kota Banda Aceh)”**

⁷ Ahmad Fathan Hidayatullah, *Twitter Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Teknoin Vol. 22 No. 1 Maret 2016 : 38-43, Yogyakarta. Email : fathan@uii.ac.id

⁸ Hidayatullah.com, Adian Husaini: Facebook, Twitter Efektif untuk Dakwah, Artikel (online), di akses <https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2012/08/09/61600/adian-husaini-facebook-twitter-efektif-untuk-dakwah.html>

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Dakwah melalui Facebook yang dilakukan oleh Pendakwah di Kota Banda Aceh?
2. Apa saja konten yang disebarakan oleh Pendakwah Kota Banda Aceh melalui Facebook
3. Hambatan apa saja yang terjadi saat berdakwah melalui Facebook?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi Dakwah melalui Facebook yang dilakukan oleh Pendakwah di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui konten yang disebarakan oleh Pendakwah dalam mensyiarkan nilai-nilai Agama Islam melalui Facebook.
3. Mengetahui hambatan apa saja yang terjadi saat berdakwah melalui Facebook.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan tersebut diatas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dibidang:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi dan ilmu dakwah. Dengan penelitian ini,

peneliti dapat memperkaya kajian di bidang ilmu komunikasi, khususnya media massa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Facebook dan memberikan kontribusi ilmu pengetahuan terhadap media dakwah dalam mensyiarkan Islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, khususnya pengguna jejaring sosial yang menggunakan Facebook sebagai media aktivitas dakwah, untuk mengembangkan media dalam menciptakan kader-kader yang bisa menjadikan Facebook sebagai media dakwah maupun bagi pengguna jejaring sosial lainnya.

E. Penjelasan Istilah

Agar tidak terjadi kekeliruan dalam memahami judul penelitian ini dan tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda, maka penulis perlu memberikan penjelasan terhadap kalimat dalam penelitian sebagai berikut :

1. Dakwah

Dakwah yaitu berasal dari bahasa Arab *da'a* yang berarti panggilan, seruan dan ajakan. Sementara pengertian dakwah yaitu mengajak orang lain meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah dijalani dan diamalkan pendakwah itu sendiri.

Menurut Syekh Ali Mahmud dakwah mendorong manusia atas kebaikan dan petunjuk dan menyuruh kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkarannya guna mendapatkan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat.

Drs. Hamzah Ya'cub mengategorikan dakwah secara umum dan dakwah menurut islam. "Pengertian ilmu dakwah secara umum adalah suatu pengetahuan yang mengajarkan dan teknik menarik perhatian orang, guna mengikuti suatu ideologi dan pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah Islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul.

Berpedoman kepada pengertian yang dikemukakan para ahli di atas, maka dapatlah ditarik kesimpulan. Dakwah merupakan suatu proses penyelenggaraan aktivitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT dan Rasulullah SAW.

2. Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Pada September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi,

atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

3. Media Dakwah

Kata Media berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium*. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Dengan kata lain, media adalah alat yang menghubungkan kita dengan dunia luar, tanpa media kita akan sulit mengetahui apa yang terjadi di sekeliling kita. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa media adalah sumber informasi utama bagi sebagian besar orang di dunia.

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah (*wasilah*) adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi da'wah. Gunanya adalah untuk memudahkan penyampaian pesan kepada mad'u, apalagi di zaman canggih dewasa ini da'wah tidak lagi hanya sebatas menggunakan media mimbar tetapi sudah merambah ke dunia maya seperti televisi, internet dan lain-lain. Hamzah ya'qub sebagaimana yang dikutip Ali Aziz membagi media da'wah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak:

1. Lisan adalah menggunakan bahasa verbal melalui lidah dan suara seperti pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
2. Tulisan seperti buku, majalah, koran, surat menyurat, spanduk, flash-card dan lain sebagainya.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.

4. Audio visual, yaitu alat da'wah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan atau keduanya, seperti televisi, film, slide, internet, dan sebagainya.
5. Akhlak atau sering disebut dengan *bil-hal* yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, seperti berbusana muslim atau muslimah yang sesuai dengan tuntutan syariat Islam, berbicara yang sopan, jujur, adil, dan lain sebagainya.

Dalam menggunakan media diatas tentu saja harus memperhatikan situasi dan tempat pelaksanaan d'wah, karena bisa jadi suatu metode cocok pada suatu tempat tetapi kurang cocok pada tempat yang lain. umpunya orang yang tinggal dipelosok kampung yang belum mengenal teknologi seperti internet, maka yang demikian itu lebih tepat jika menggunakan lisan dan akhlakul karimah.⁹

⁹ Rasyidah, dkk, *Ilmu Dakwah: Dalam Perspektif Gender*, (Banda Aceh : Bandar Publishing, 2009) hal.40

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Terdahulu

Dakwah melalui media merupakan suatu objek yang menarik untuk dibahas, sehingga tidak lazim jika banyak kajian keilmuan yang mengambil ranah Dakwah melalui media sebagai salah satu latar belakang penelitian. Penelitian tentang Facebook sebagai media dakwah telah banyak diteliti sebelumnya, hanya saja konteks dan studi kasusnya yang berbeda. Beberapa diantaranya berjudul:

1. Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar yang (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss)

Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar yang ditulis oleh Misbakhul Khoir (10210072) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, pada tahun 2014. Meneliti tentang materi dakwah pada halaman facebook K.H. Abdulloh Gymnastiar, jenis penelitiannya menggunakan jenis deskriptif kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian yaitu halaman facebook K.H. Abdulloh Gymnastiar. Peneliti menggunakan Teori Efektivitas yang ditulis oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss menyimpulkan bahwa yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan melalui status dakwah di halaman facebook dapat menimbulkan pengertian sama, menimbulkan kesenangan, dapat mempengaruhi sikap komunikan dan dapat menimbulkan hubungan yang baik antara komunikator maupun komunikan. Dan mengangkat

tiga tema pembahasan yaitu Akidah, Ibadah dan Akhlak kemudian dianalisis dengan mengambil beberapa komentar yang ditulis komunikan.¹

Meskipun penelitian ini sama-sama meneliti melalui jejaring sosial facebook. Namun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah terletak pada teori yang digunakan dan hanya meneliti dakwah di halaman facebook AA Gym, sedangkan penelitian ini meneliti 5 tokoh Ustad di halaman Facebook.

2. Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Komunikasi Cybercommunity Pada Fanpage Dian Pelangi)

Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2015 oleh Susi Susilawati (11210103) seorang mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan Kualitatif deskriptif dengan objek Fanpage Dian Pelangi yang memposting mengenai artikel dan foto busana muslimah (jilbab). Penelitian tersebut menggunakan teori Pespektif CMC atau Computer Mediated Communication ini menekankan bagaimana komputer memediasi komunikasi. Dalam Pespektif CMC lebih memfokuskan pada keunikan yang terjadi di cyberspace. Pada teori pespektif CMC lebih menjelaskan mengenai cara masyarakat siber (*cybercommunity*) Fanpage Dian Pelangi dalam berkomunikasi di dunia virtual. Komunikasi melalui media komputer ini memang mempunyai beberapa keuntungan yang tidak dimiliki komunikasi langsung atau tatap muka, diantaranya adalah tidak ada keterbatasan ruang dan waktu, tidak mencerminkan

¹Misbakhul Khoiri, Skripsi; *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014)

identitas diri sehingga setiap orang bebas berkomunikasi dengan siapapun, dan juga dapat melibatkan jumlah individu yang sangat besar.²

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti di media sosial facebook. Dan perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih spesifik pada komunikasi *cybercommunity fanpage* Dian Pelangi yang menanggapi postingan tentang busana muslimah (jilbab), sedangkan peneliti sendiri lebih fokus pada halaman facebook ustad yang ada di Banda Aceh.

B. Teknologi Informasi dan Komunikasi

1. Pengertian Teknologi Informasi

Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Rogers menyatakan bahwa *information society* adalah sebuah masyarakat yang sebahagian besar angkatan kerjanya adalah pekerja di bidang informasi, dan informasi telah menjadi elemen yang dianggap paling penting dalam kehidupan.³

Dalam bukunya *Communication Tehnologi*, Rogers Mengemukakan bahwa teknologi informasi merupakan perangkat keras bersifat organisatoris dan meneruskan nilai-nilai sosial dengan siapa individu atau khalayak mengumpulkan,

²Susi Susilawati, Skripsi; *Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Komunikasi Cybercommunity Pada Fanpage Dian Pelangi)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2015)

³Amar Ahmad, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya*, Pascasarjana Fisipol Universitas Indonesia Jakarta, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 13, No. 1, Juni 2012 : 137.

memproses dan saling mempertukarkan informasi dengan individu atau khalayak lain.⁴

Menurut Hammer informasi diakui sebagai sebuah komoditi yang dapat dijual, diberikan dikopi, diciptakan, disalahartikan, didistorsikan bahkan dicuri. Secara sederhana, banyak orang yang sudah memahami dan memiliki konsep tentang sifat dan pemilikan informasi yang dahulunya tidak disadari. Informasi merupakan salah satu di antara tiga sumber daya dasar (*basic resources*) selain potensi material dan energi. Oleh karena itu, seperti halnya materi dan energi, informasi dianggap tidak memiliki kegunaan praktis bila tidak dioperasionalkan, dan informasi hanya dapat dioperasionalkan melalui komunikasi.

Informasi tidak mungkin terwujud tanpa aktivitas komunikasi. Membicarakan informasi berarti sekaligus kita membicarakan komunikasi. Jaringan komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat dapat dianalogikan dengan jaringan urat nadi dalam tubuh manusia. Oleh karena itu, komunikasi dan informasi merupakan komponen vital dalam kerangka pengembangan kehidupan manusia secara sehat dan wajar. Proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka dinamakan dengan komunikasi.⁵ Penemuan alat-alat teknologi komunikasi yang selanjutnya menjadi media komunikasi atau saluran informasi menyebabkan dunia kini berada dalam suatu era, yaitu era informasi.

⁴Everect M.Rogers, *Communication Tehnology*, (New York, Prentice-Hail Company, 1989) hal.5

⁵Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 62.

Informasi merupakan unsur pokok yang secara implisit melekat dalam konsep pembangunan yang terencana. Kegiatan pembangunan manapun juga hanya dapat berlangsung dan mencapai sasaran bila dalam setiap tahapannya-perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan-didasarkan pada informasi yang memadai. Informasi memang diperoleh melalui kegiatan komunikasi tetapi yang sesungguhnya yang menentukan nilai komunikasi adalah informasi yang dibawanya.

Revolusi informasi, biasanya dipahami sebagai perubahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi. Dua bentuk teknologi komunikasi manusia yang terpenting adalah teknologi untuk menyalurkan informasi dan sistem komputer modern untuk memprosesnya. Dikatakan revolusi karena dapat memberikan perubahan yang amat cepat dalam kehidupan manusia. Terdapat dua faktor yang mendasari dan mengarahkan revolusi informasi yang dapat mempengaruhi struktur kekuasaan dunia, yaitu *Pertama*, perkembangan yang cepat serta penyebaran yang luas dari pengetahuan dan informasi dalam segala bidang. *Kedua*, peningkatan pentingnya pengetahuan dalam produksi kekayaan serta penurunan relatif dari nilai sumber-sumber material.⁶

Arus informasi yang bergerak sangat cepat dari suatu bangsa ke bangsa yang lain, melewati batas benua dan samudera itu adalah karena kemajuan teknologi informasi. Berkat kemajuan teknologi informasi kita sekarang sudah

⁶ Amar Ahmad, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya*, Pascasarjana Fisipol Universitas Indonesia Jakarta, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 13, No. 1, Juni 2012 : 137.

berada dalam era globalisasi. Semua bidang kehidupan kita sekarang telah dilanda oleh proses mengglobalnya informasi.⁷

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi tersebut juga telah menimbulkan perubahan-perubahan sosial yang sangat dahsyat, dari masyarakat tradisional berubah menjadi masyarakat modern. Dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri dan dari masyarakat tertutup menjadi masyarakat terbuka, sehingga menimbulkan problema sosial yang semakin kompleks di dalam kehidupan umat manusia. Apabila kita sarikan perubahan-perubahan yang cukup mendasar sebagai akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi antara lain adalah terjadinya globalisasi, individualisasi, materialisasi, sekularisasi, demoralisasi, deislamisasi, prosetilisasi (pemurtadan), konsumerisasi dan hedonisasi.⁸

Begitu juga teknologi informasi, ratusan satelit komunikasi diorbit geostationer bergerak anggun mengikuti rotasi bumi. Sementara itu ribuan kilometer kabel serat optik merambah di dasar samudera. Perkawinan antara teknologi transmisi mutakhir ini dengan komputer telah melahirkan sebuah era baru, era informasi. Era dimana manusia bisa saling kontak dari ujung bumi yang satu ke ujung lainnya dalam kecepatan nano-second. Era pengiriman data lintas batas wilayah, konferensi jarak jauh, pengiriman melalui jaringan internet e-mail dan facsimile, dan cetak jarak jauh bukan lagi suatu khayalan. Era dimana program televisi dari satu negara dapat ditonton secara serentak oleh ratusan juta

⁷TB Bachtiar Rifa'i, "*Ilmu Teknologi Pembangunan dan Lingkungan: Problema Keseimbangan Menuju Kualitas Hidup*," Prisma, Nomor 1, Tahun III, Februari 1974, Jakarta: LP3ES, hlm. 4 & 6.

⁸Marwah Daud Ibrahim, *Teknologi, Emansipasi dan Transedensi (Wacana Peradaban Dengan Visi Islami)*, (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 190

permisa di puluhan negara. Era konstataasi Marshall McLuhan tentang akan hadirnya “Desa global” (*global village*) dalam beberapa hal menjadi kenyataan.⁹

Penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan dapat mengubah ragam interaksi masyarakat secara signifikan. Pada hakekatnya dakwah Islam merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking, way of feeling dan way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang baik¹⁰

2. Fungsi Teknologi Informasi

Ada 6 Fungsi dari Teknologi Informasi yaitu sebagai berikut :

1. Menangkap (*Capture*), Mengkompilasikan catatan rinci dari aktivitas. Misalnya menerima inputan dari keyboard, scanner, mic, dsb.
2. Mengolah (*Processing*), Mengolah/memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi. Pengolahan/pemrosesan data dapat berupa mengkonversi (mengubah data ke bentuk lain), menganalisis (analisa kondisi), menghitung (kalkulasi), mensintesis (penggabungan) segala bentuk data dan informasi.
3. Menghasilkan (*Generating*), Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya laporan-laporan, table, grafik, dsb.

⁹Marwah Daud Ibrahim, *Tehnologi Emansipasi Dan Transendensi Wacana Peradaban Dengan Visi Islam*, (Mizan, Bandung 1994), hal.15

¹⁰ Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah, 2009), hal.6

4. Menyimpan (*Storage*), Merekam atau menyimpan data dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya. Misalnya : simpan ke harddisk, tape, disket, CD, dsb.
5. Mencari kembali (*Retrival*), Menelusuri, mendapat kembali informasi atau mengkopi (*Copy*) data dan informasi yang sudah tersimpan. Misalnya mencari kembali supplier yang sudah lunas, dsb.
6. MenTransmisi (*Transmission*), Mengirim data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan komputer. Misalnya mengirimkan data penjualan dari user A ke user lainnya, dsb.¹¹

Keuntungan Teknologi Informasi yg bisa kita dapat antar lain :

1. Kemajuan teknologi komunikasi yang cepat dapat mempermudah komunikasi antara suatu tempat dan tempat yang lain.
2. Dengan fasilitas pemasangan iklan di internet pada situs-situs tertentu akan mempermudah kegiatan promosi dan pemasaran suatu produk.
3. Informasi yang dibutuhkan akan semakin cepat dan mudah di akses untuk kepentingan pendidikan.
4. Inovasi dalam pembelajaran semakin berkembang dengan adanya inovasi e-learning yang semakin memudahkan proses pendidikan.
5. memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas yang harus dikerjakannya.¹²

¹¹ Fungsi teknologi informasi. www.handzmentallist.blogspot.com

¹² <https://efranciskos.wordpress.com/2012/01/27/keuntungan-teknologi-informasi/>

3. Macam-macam Teknologi Informasi dan Komunikasi

a. RADIO

1) Pengertian Radio

Radio sebagai media massa elektronik muncul setelah adanya beberapa penemuan teknologi telepon, fotografi (yang bergerak dan tidak bergerak), dan rekaman suara.¹³

Radio secara etimologi adalah pengiriman suara atau bunyi melalui udara.¹⁴ Menurut Ton Kertapati, pada dasarnya radio ialah medium untuk bercerita yang dalam permulaannya segala apa yang disiarkan mempunyai bentuk cerita, namun di dalam bercerita itu diikuti faktor lain yang membedakannya dengan surat kabar yaitu efek suara, musik dan dialog.¹⁵

Sebagai media, radio merupakan alat atau sarana yang di dalamnya terkandung arti penerangan, ajakan, pendidikan, dan hiburan yang memapu menggugah manusia untuk berbuat baik dan meninggalkan kemungkaran. Dalam arti dari segi manfaatnya khlaak akan mendapatkan hiburan yang dapat dijadikan suatu kegiatan yang bersifat positif. Dengan radio khalayak dapat memperoleh informasi tentang kemajuan zaman, terlebih lagi radio bisa berfungsi dalam mengadakan perubahan persepsi dan perilaku seseorang atau masyarakat. Hal ini terjadi karena radio mempunyai sifat-sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya yaitu menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat.

¹³ Dennis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 1984), cet. Ke-2, hal.15

¹⁴ Depdikbud RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), cet. Ke-9, hal.808.

¹⁵ Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik* (Jakarta:Soeroengan, 1996), vol. 3, hal.3

Dengan sifat auditif, radio terbatas kepada rangkaian suara atau bunyi yang hanya menerpa indera telinga saja, karena radio tidak menuntut khalayak untuk memiliki kemampuan membaca, juga melihat melainkan cukup dengan sekedar mengandalkan kemampuan mendengar.¹⁶

2) Radio Sebagai Media Dakwah

Salah satu penyampaian dakwah adalah melalui media-media elektronik yaitu radio siaran. Dakwah melalui radio siaran adalah sebuah urutan metode dari salah satu kategori dakwah yaitu *bi lisan*. Penyampaian materi-materi dakwah melalui radio siaran di era globalisasi merupakan tuntutan dari kedua institusi yaitu radio siaran dan islam, dalam melengkapi acaranya demi penyesuaian tujuan adil, radio siaran menyiarkan program-program keagamaan meski dalam waktu yang terbatas dan bukan dalam waktu tayang utama (prime time).¹⁷

Meskipun radio memiliki berbagai kekurangan, seperti sifatnya yang unrepeatable (tak dapat diulang), terikat dengan waktu siaran, dan peka akan gangguan teknis,¹⁸ namun pada umumnya media radio siaran tetap dianggap sebagai media komunikasi yang efektif karena beberapa kelebihan berikut:

- Memiliki daya langsung. pesan dakwah dapat disampaikan secara langsung kepada khalayak yang sedang berada dimana saja, *dikantor, kamar tidur, mobil, pos ronda* dan lain-lain. Dan menyiarkan peristiwa secara langsung dari tempat kejadian (*on the spot reporting*). Dialog

¹⁶ Muryanto Ginting Munthe, *Media Komunikasi Radio* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal.12

¹⁷ M.Muis. *Islam dan arus globalisasi dalam komunikasi islam* (Rosdakarya:Bandung, 2001) hal.161-162

¹⁸ Hafied Cagara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta:bulan bintang, 1996) cet ke-7 hal.26

dengan telepon antara narasumber dan pendengar dapat terjadi dan di dengar semua orang.

- Memiliki daya tembus. Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Bagaimanapun jauhnya tempat yang di tuju oleh tabligh melalui radio siaran dapat ditembus, selama dalam jangkauan pemancar, di gunung, di lembah, padang pasir, rawa, hutan, pedalaman lautan, pedesaan apalagi perkotaan.
- Memiliki daya tarik. Radio tetap bisa hidup dan diminati karena daya tarik, perpaduan suara manusia (*spoken word*), suara musik dan bunyi tiruan (*sound effect*). Itulah yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi pendengar radio.
- Musik. Tulang punggung tabligh lewat radio adalah musik. Kebanyakan orang menyetal radio terutama untuk mendengarkan musik, sebagai hiburan untuk melepas kepenatan mereka. Karena itu, petugas radio siaran berusaha agar segala macam program diupayakan bernuansa hiburan.
- Radio merupakan bagian budaya masyarakat.
- Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
- Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara tepat dan akurat.
- Pesawat radio mudah dibawa ke manasaja dan kapan saja.¹⁹

¹⁹ Herdiawan, Skripsi, *Radio Er-Dammah 107,7 Fm sebagai media dakwah islam*, (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, 2008)

b. Televisi

1) Pengertian Televisi

Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel atau ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suaranya dapat didengar.

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang digunakan untuk memancarkan dan menerima siaran gambar bergerak, baik itu yang monokrom (“hitam putih”) maupun warna, biasanya dilengkapi oleh suara. “Televisi” juga dapat diartikan sebagai kotak televisi, rangkaian televisi atau pancaran televisi. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata tele (τή , “jauh”) dari bahasa Yunani dan visio (“penglihatan”) dari bahasa Latin. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia ‘televisi’ secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve atau tipi. Kotak televisi yang pertama dijual pada akhir tahun 1930-an sudah menjadi salah satu alat penerima komunikasi utama dalam rumah, perdagangan dan institusi, khususnya sebagai sumber hiburan dan berita. Sejak 1970-an, kemunculan Video tape, cakram laser, DVD dan kini

cakram Blu-ray juga menjadikan kotak televisi sebagai alat untuk menayangkan hasil rekaman.²⁰

Walaupun terdapat pula kegunaan televisi yang lain seperti televisi sirkuit tertutup, namun kegunaan yang paling utama adalah penyiaran televisi yang menyamai sistem penyiaran radio ketika dibangun pada tahun 1920-an, menggunakan pemancar frekuensi radio berkuasa tinggi untuk menyiarkan gelombang televisi ke penerima TV.

Penyiaran TV biasanya disebarkan melalui pancaran radio dalam saluran-saluran yang ditetapkan dalam jalur frekuensi 54-890 megahertzHYPERLINK Gelombang TV juga kini dipancarkan dengan suara stereo atau bunyi keliling di banyak negara. Siaran TV pada awalnya direkam dan dipancarkan dalam bentuk gelombang analog, tetapi kebelakangan ini perusahaan siaran publik maupun swasta kini beralih ke teknologi televisi digital.²¹

2) Televisi sebagai Media Dakwah

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif.

Media dakwah dengan televisi sangat banyak memperoleh kehebatan dengan media-media dakwah lainnya. Sebagian kehebatannya antara lain dapat

²⁰ Juniati, *Jenis-Jenis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, di akses pada tanggal 15 Desember 2017, <http://juniati.blogspot.co.id/>

²¹ Juniati, *Jenis-Jenis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, di akses pada tanggal 15 Desember 2017, <http://juniati.blogspot.co.id/>

dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.

Televisi merupakan media informasi yang bersifat netral, seperti pistol. Jika pistol di tangan orang jahat, maka pistol akan digunakan untuk menembak orang yang tidak bersalah. Namun jika pistol itu ditangan polisi yang beriman dan bijak, maka pistol itu akan digunakan untuk melindungi orang-orang benar.²²

Keberadaan dakwah melalui media diakui memiliki efektifitas yang tinggi dibandingkan dengan dakwah dalam bentuk ceramah atau tabligh akbar. Melalui media audiens yang dapat dijangkau jauh lebih banyak dan lebih luas. Jika dalam tabligh akbar yang bisa mengakses adalah mereka yang hadir dan jumlahnya hanya sedikit, maka melalui media materi dakwah akan diakses pula oleh masyarakat luas manapun.

Keberhasilan dakwah melalui media televisi tidak hanya tergantung kepada kelebihan-kelebihan yang dimiliki media ini, akan tetapi sangat tergantung pula pada orang-orang yang mempergunakan media ini, yang dalam hal ini sejalan dengan istilah *the man behind the gun*, sehingga bagaimanapun canggihnya sebuah karya teknologi termasuk televisi, akan tetapi apabila orang yang ingin memanfaatkan peralatan ini ternyata tidak mampu mengoperasikannya, maka peralatan ini tidak ada gunanya. Demikian juga bagi da'i yang ingin memanfaatkan media televisi untuk berdakwah, ia dituntut untuk memahami bentuk bagaimana penggunaan media ini, termasuk didalamnya penentuan metode dan teknik dakwahnya. Karena tanpa adanya metode dan teknik dakwah

²² Junaidi, *Manajemen E-Dakwah: Berdakwah Melalui Siber*, (Banda Aceh: Mahasiswa UIN Banda Aceh, 2008)

yang tepat dalam mempergunakan media televisi, justru hanya akan membuang tenaga dan hanya serta akan juga menambah jauhnya kegiatan dakwah dengan masyarakat. Dengan munculnya beberapa stasiun televisi swasta selain memberikan angin besar bagi dunia dakwah (karena bertambahnya media dakwah) hal ini juga merupakan tantangan tersendiri bagi aktivitas dakwah dalam mempergunakan media ini untuk kegiatannya. Makanya hal ini menuntut kreativitas. Para praktisi televisi swasta yang masih mempunyai komitmen dalam dakwah islamiyah, untuk memuat program- program dakwah yang lebih bervariasi baik metode maupun teknik. Karena tanpa adanya metode dan teknik dakwah yang bervariasi ,justru akan mengakibatkan program dakwah tersebut akan ditinggalkan oleh pemirsa yang akhirnya juga berimbas pada pemasukan iklan pada acara- acara dakwah.²³

Direktur Penerangan Agama Islam, Drs. Ahmad Jauhari, M.Si, menegaskan bahwa peningkatan volume dakwah melalui media ini diharapkan dapat menyentuh lapisan masyarakat secara luas. Lebih lanjut beliau menyampaikan bahwa selama ini masih banyak masyarakat yang tidak tersentuh dakwah. Hal ini bisa disebabkan beberapa hal, di antaranya masih konvensionalnya metode dakwah yang hanya melalui mimbar atau tabligh akbar. Bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi atau daerah terpencil, menghadiri sebuah ceramah tentunya sangat mengganggu aktivitas. Dengan adanya siaran televisi dan radio diharapkan mereka memiliki mobilitas tinggi dan tidak sempat

²³ M. Alfandi, Skripsi, *Perkembangan Dakwah Islam melalui Media Televisi*, (Fakultas Dakwah ,IAIN Walisongo, Semarang.2002) hal.33

datang ke majlis taklim atau karena jarak, dapat mengakses melalui siaran keduanya tanpa mengganggu aktivitas masing-masing.²⁴

c. Film

1) Pengertian Film

Gambar bergerak (*film*) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film di televisi dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Raymond William, film adalah produk budaya yang berusaha memetakan khazanah intelektual dan artistik dari si pembuatnya. Sebagai salah satu produk budaya, film merupakan sebuah teks. Teks tersebut dapat diinterpretasikan secara bebas oleh pemirsa. Melalui hal inilah sebuah nilai yang termuat dalam film dapat men-trigger (memicu) pikiran pemirsa. Lebih jauh lagi, film bukanlah produk budaya yang bersifat pasif, melainkan aktif. Film memiliki daya pengaruh, baik terhadap proses rekonstruksi budaya maupun pada proses detruksi budaya suatu masyarakat.²⁵

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan TV. Memang sejak TV menyajikan film-film seperti yang diputar di gedung-gedung bioskop terdapat kecenderungan orang lebih senang nonton di rumah, karena lebih praktis

²⁴ Syafrian Akbar, Skripsi, *Televisi sebagai Media Dakwah (Analisis Produksi Siaran Program 'Ust.Haryono' di JakTV)*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010)

²⁵ Irini Dewi Wanti, *Sejarah Industri Perfilman di Sumatra Utara*, (Banda Aceh: BKSNT Banda Aceh, 2011), hal. 2

juga jika perlu membayar.²⁶ Film adalah medium komunikasi masa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk juga untuk penerangan dan pendidikan, bahkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi (to influence) masa dalam membentuk dan membimbing public opinion.²⁷

Film bukan hanya sekedar pandangan umum masyarakat awam sebagai gambar bergerak yang disertai dialog untuk menerangkan jalan sebuah cerita. Film adalah sebuah rekaman visual yang bergerak yang tanpa dialog sekalipun dapat menjelaskan cerita, itulah sebuah film.²⁸

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat. Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibalikinya, pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argumen bahwa film adalah potret dari masyarakat dimana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya keatas layar.²⁹

2) Film sebagai Media Dakwah

Banyak media massa yang dijadikan sebagai lahan untuk berdakwah dan salah satu media dakwah yang dinilai efektif adalah film. Karena film diproduksi

²⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers 2009) hal 139

²⁷ T.A. Lathief Rounsyadiy (*Dasar-Dasar Rhetorica Komunikasi Dan Informasi*), (Medan: Firma "RIMBOW", 1989), hal 183 26

²⁸ Zikrullah, Skripsi, *Film Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Komunitas Film Trieng)*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2016), hal 14

²⁹ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2003). Hal.127

untuk memberi hiburan kepada pemirsa namun dalam film dapat terkandung fungsi informasi edukasi dan persuasif. Yang dimaksud informasi disini adalah agar pesan yang di sampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya. Sedangkan yang dimaksud edukatif yaitu sebuah film haruslah bersifat mendidik atau berpendidikan dan yang terakhir adalah persuasif yaitu proses mempengaruhi sikap, pandangan, atau perilaku seseorang dalam bentuk kegiatan membujuk, mengajak sehingga ia malakukan dengan kesadaran sendiri.

Film adalah media informasi melalui gambar dan suara sebagaimana diputar di gedung-gedung bioskop dan dapat dioperasikan di luar gedung bioskop, sejauh tempatnya gelap, sedangkan sinetron adalah media informasi yang menggunakan sinema elektronik.³⁰

Film dan sinetron sebagai media dakwah mempunyai kelebihan antara lain dapat menjangkau berbagai kalangan. Di samping itu juga dapat diputar ulang di tempat yang membutuhkan sesuai dengan situasi dan kondisinya.³¹ Maka dari itu film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihannya sebagai audio visual. Keunikan film sebagai media dakwah ini antara lain:

- 1) Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki keunggulan daya efektif terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar-samar dan sulit diterangkan dengan kata-kata dapat disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efisien dengan media ini.

³⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009)hal.121

³¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah...*, hal 121

2) Media film yang menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.

Film yang dapat memengaruhi emosi penonton ini memang amat mengesankan. Pada tahun 1970-an ribuan orang datang ke masing-masing gedung bioskop untuk menyaksikan film *The Massage*. Penonton film dakwah tersebut amat terkesan bahkan seolah-olah menyaksikan secara langsung perjuangan Rasulullah SAW, dalam berdakwah di kota Makkah yang penuh intimidasi dan tantangan lainnya. Mereka sudah lama mendengar nama Bilal, muadzin pertama kali dalam literatur Islam. Akan tetapi lebih berkesan ketika melihat sosoknya dalam film tersebut. Film teartikal memerlukan dana yang amat besar. Oleh karena itu media ini dapat dikembangkan dalam bentuk film video dengan biaya yang ringan. Pengajaran shalat, wudhu, tayamum, shalat jenazah, dan sebagainya akan lebih mudah dimengerti jika diajarkan dengan media film.³²

Dakwah melalui film lebih komunikatif sebab materi dakwah dapat diproyeksikan dalam suatu scenario film yang memikat dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Film menjadi penting mengingat: Pertama, agama Islam seringkali digambarkan secara negatif dalam film-film Barat. Kedua, ada sekian persen ummat Islam yang hanya bisa disentuh dengan film karena mereka alergi dengan pengajian. Ketiga, terkadang sebuah film mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam daripada dakwah lewat ceramah. Keempat, ada beberapa film yang dianggap film Islami tapi ternyata justru menjelekkkan Islam.

³² Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah* (. Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 426.

Di lain pihak, film adalah medium dakwah yang ampuh sekali. Bukan saja untuk hiburan tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah, pendidikan banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan. Bahkan filmnya sendiri banyak yang berfungsi sebagai medium dakwah secara penuh bukan lagi sebagai alat pembantu.³³

d. Internet

1) Pengertian Internet

Istilah internet sangat populer seiring perkembangan teknologi informasi dewasa ini. Internet muncul seiring dengan penemuan jaringan telepon dan perkembangan teknologi komputer. Secara fisik, internet tidak lain adalah sekumpulan komputer yang tersebar diseluruh dunia, yang dihubungkan satu sama lain melalui jaringan telekomunikasi satelit global dan kabel telepon lokal. Istilah lain yang sering disandingkan dengan internet adalah *cyberspace*, istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang penulis fiksi ilmiah, William Gibson, di dalam bukunya *Neuromancer*, dia mendefinisikan *cyberspace* sebagai sebuah, "... halusinasi yang dialami oleh jutaan orang setiap hari, berupa representasi grafis yang sangat kompleks dari data di dalam sistem pikiran manusia yang diabraksikan dari bank data setiap komputer..."³⁴

William Gibson pada awalnya membayangkan adanya dunia maya atau virtual di dalam jaringan komputer yang mensimulasikan dunia nyata kita sehari-hari. Hal ini tentunya akan sulit untuk dibayangkan bila belum pernah dialami. Namun, sebuah uraian singkat oleh Jeff Zalekhi mencoba memberi interpretasi atas bayangan William Gibson, "... ketika kita bercakap-cakap melalui telepon dengan kawan bicara kita, ada dimanakah kita, atau apakah yang mengantarai kita dan kawan bicara kita tersebut? Bagi para teknisi, pertanyaan ini tentu saja aneh.

³³ Zikrullah, Skripsi, *Film Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Komunitas Film Trieng)*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2016), hal. 37-40

³⁴ William Gibson, *Neuromancer*, (Berkeley Publication Group, USA, 1984), hal.14

Jawabannya adalah kita berada di tempat kita masing-masing dan yang ada diantara kita adalah kawat telepon atau udara yang menghubungkan kedua pembicara telepon. Jawaban itu rasional, tetapi bagi orang awam jawaban itu terlalu rumit. Sebuah kiasan tentunya lebih memudahkan pembicaraan. Diantara dua orang yang bercakap-cakap secara lisan, ruang itu tidak lain adalah ruang fisik yang tiga dimensi. Jika bercakap-cakap lewat telepon, tentunya ada sejenis ruang juga mengantarai kita ...”³⁵. Ruang itulah yang disebut oleh Willian Gibson sebagai *Cyberspace*.

Zalekhi menganalogikan komputer sebagai sebuah pelabuhan yang sangat besar. Jadi, ruang yang bernama cyberspace ini manusia tidak hanya bisa berkomunikasi satu sama lain, tetapi juga bisa mencari informasi, data, atau program di “gudang” alias memori yang berada di “pelabuhan” alias komputer dipantai lautan komunikasi global bernama internet. Sementara di dunia nyata sehari-hari kita bisa mencari informasi ke perpustakaan, internet pun bisa di pandang sebagai sebuah komplek gedung perpustakaan raksasa yang sangat aneh”.³⁶ Di komplek perpustakaan raksasa terdapat sebuah buku tunggal bernama WWW (*World Wide Web*), atau sekarang dikenal dengan web saja, terdiri dari berjuta-juta halaman, berserakan di seluruh dunia.

Halaman-halaman *web* tersebut saling terkait satu sama lain melalui apa yang disebut *hyperlink*, yaitu tulisan atau gambar yang ada di setiap halaman, yang merujuk ke halaman-halaman *web* lainnya. Sementara sebuah buku terdiri

³⁵ Jeff Zalekhi, *Spiritualitas Cyberspace, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagaman Manusia*, (Mizan, 1999) hal.10

³⁶ Jeff Zalekhi, *Spiritualitas Cyberspace, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagaman Manusia*, (Mizan, 1999) hal.11

dari bab, web terdiri dari situs yang terdiri dari kumpulan halaman *web* dalam satu bab komputer simpul jaringan internet yang merujuk satu sama lainnya melalui *hyperlink* dan juga merujuk situs-situs lain di komputer lain di negara lainnya. Dengan demikian internet dapat diibaratkan sebagai sebuah gedung perpustakaan maya.

Piranti lain yang tidak mungkin dipisahkan dari internet adalah modem. Karena piranti ini merupakan elemen terpenting yang harus ada. Modem adalah piranti keras yang menghubungkan komputer ke saluran telepon, yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan komputer lain, mengambil informasi dan lain sebagainya.³⁷

Jenis ruang yang disandingkan dengan *cyberspace* bukanlah ruang dalam pengertian yang umum, melainkan sebuah metafora, sebuah “ruang” simbolis tempat kita “tinggal”, tetapi tidak dalam pengertian fisik. Telepon adalah contoh nyata yang paling sederhana. Ketika menelepon seseorang, kita dan orang tersebut akan bertemu dalam sebuah ruang yang simbolis. Kita berkomunikasi, berbagi informasi, emosi, dan sebagainya tetapi tidak hadir secara fisik. *Cyberspace* kadang-kadang juga sering dipertukarkan dengan istilah *net*.³⁸

2) Internet sebagai Media Dakwah

Kelebihan-kelebihan internet sebagai media penyampai pesan yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

³⁷ Mark Slouka, *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*. Terj- Mizan, 1993, hal 13.

³⁸ Mark Slouka, *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*. Terj- Mizan, 1993, hal 35.

- Internet memiliki kecepatan mengirim dan memperoleh informasi sekaligus sebagai penyedia data yang *shopiscated*.
- Internet sebagai penyedia media informasi surat kabar (*electronic newspaper*), program film, TV, buku baru, serta lagu-lagu mulai dari yang bernuansa klasik sampai lagu-lagu kontemporer.
- Internet sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk *electronic mail* (e-mail). Melalui email melalui komputer yang berbasis internet, pesan yang dikirim itu dapat diterima pada detik yang sama tanpa mengenal jarak, ruang, dan waktu.
- Internet bagi orang muda, dapat dikatakan sudah menjadi bagian budaya mereka.
- Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
- Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
- Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas.

Adapun metode dakwah yang dapat dilakukan melalui internet adalah melalui fasilitas *website*, *mailing list* dengan mengajak diskusi keagamaan atau mengirim pesan-pesan moral kepada seluruh anggotanya, menggunakan fasilitas *chatting* yang memungkinkan untuk berinteraksi secara langsung, menggunakan fasilitas *blog*, dan menggunakan fasilitas jejaring sosial, semisal *Facebook*, *Twitter* dan lainnya.³⁹

C. Kajian Konsep Facebook

1. Pengertian dan Sejarah Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial, dimana jejaring sosial sendiri adalah sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut.⁴⁰

Facebook diluncurkan pertama kali pada 4 Februari 2006 oleh seorang mahasiswa Harvard University, Mark Zuckerberg. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes.⁴¹

Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke sejumlah kampus di wilayah Boston (Boston College,

³⁹ Ahmad Zaini, *Dakwah Melalui Internet*, AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 1, Januari – Juni 2013

⁴⁰ Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009) hlm. 6

⁴¹ Roy Chandra Putra, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*, (Yogyakarta: Cosmic Books, 2009), hal. 108

Boston University, Northeastern University, Tufts University) dan kampus-kampus lainnya seperti Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan Ivy League. Menyusul kemudian sejumlah kampus lain di seluruh dunia.⁴²

Sebagai aplikasi baru yang terus berkembang, jumlah member serta account di Facebook pun melonjak. Hal ini menarik perhatian Friendster situs jejaring sosial yang lebih dulu mengemuka untuk membeli facebook. Friendster mengajukan tawaran 10 juta US Dollar pada pertengahan tahun 2004, tetapi Mark menolaknya. Hal itu tidak disesali oleh Mark, karena ia kemudian mendapat sokongan dana sebesar 12,7 juta US Dollar dari Accel Partner. Tawaran demi tawaran untuk membeli Facebook, tidak hanya datang dari Friendster, tetapi juga datang dari Viacom yang menawarkan harga 750 juta US Dolar, dan Yahoo yang menawarkan 1 milyar US Dollar. Lagi-lagi tawaran itu ditampik oleh Mark Zuckerberg.⁴³

Pada semester berikutnya, tepatnya pada 4 Februari 2004, Zuckerberg membuat sebuah situs baru bernama “The Facebook” Untuk situs barunya ini, Zuckerberg berkomentar, sebagaimana dikutip oleh Roy Chandra Putra dalam bukunya, “Bagi saya upaya pihak kampus yang ingin membuat media pertukaran informasi antar civitas akademik yang butuh waktu bertahun-tahun adalah hal konyol. Dengan situs ini, saya bisa mengerjakannya hanya dalam seminggu saja”.⁴⁴

⁴² Roy Chandra Putra, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*,... hal. 108

⁴³ Cindy Jasmine, *Cepat dan Mudah Menguasai Facebook*, (Jakarta: Indonesia Tera, 2009) hlm. 1-2

⁴⁴ Roy Chandra Putra, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*, ..hal. 109

Saat pertama kali diluncurkan “The Facebook” hanya terbatas dikalangan kampus Harvard saja. Namun, dalam waktu satu bulan para penggunanya sudah mencakup lebih dari setengah jumlah mahasiswa Harvard saat itu. Selanjutnya, sejumlah rekan Zuckenberg turut bergabung memperkuat tim thefacebook.com. mereka adalah Eduardo Saverin (analisis usaha), Dustin Moskovitz (programmer), Andrew McCollum (desainer grafis), dan Chris Hughes.⁴⁵

Bulan Maret 2004, thefacebook.com mulai merambah ke beberapa kampus lain di kota Boston, AS dan juga ke sejumlah kampus ternama seperti Stanford, Columbia, Yale, dan Ivy League. Tak butuh waktu lama, situs ini telah tersebar penggunaannya di hampir semua kampus di AS dan Kanada. Juni 2004, Zuckenberg, McCollum, dan Moskovitz memindahkan markas ke Palo Alto, California. Di sini mereka dibantu oleh Adam D’Angelo dan Sean Parker.⁴⁶

Pada September 2006 Facebook mengadakan ekspansi lagi. Sekarang semua orang dengan alamat email yang valid bisa mendaftar. Bahkan setelah pemberitaan buruk tentang fitur “News Feed”, yang disebut mengganggu dan dianggap melanggar privasi, pengguna Facebook terus bertambah. Nyatanya, antara Mei 2006 dan Mei 2007 pengunjung Facebook tumbuh sampai 89%.⁴⁷

Pada 24 Oktober 2007, Microsoft mengumumkan bahwa mereka telah membeli 1,6% saham Facebook senilai \$240 juta, sehingga memberikan Facebook nilai sebesar \$15 miliar. Pembelian oleh Microsoft ini meliputi hak mereka untuk menempatkan iklan internasional di Facebook. Bulan Oktober 2008, Facebook mengumumkan bahwa mereka akan membuka kantor pusat

⁴⁵ Roy Chandra Putra, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*, ..hal. 109

⁴⁶ Roy Chandra Putra, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*, ..hal. 109

⁴⁷ Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*,...hlm. 6

internasional di Dublin, Irlandia. Bulan September 2009, Facebook mengatakan bahwa mereka mengalami arus kas positif untuk pertama kalinya. Bulan November 2010, menurut SecondMarket Inc., sebuah bursa saham perusahaan swasta, nilai Facebook mencapai \$41 miliar (mengalahkan eBay secara tipis) dan menjadi perusahaan web terbesar ketiga di AS setelah Google dan Amazon. Facebook telah diincar sebagai kandidat berpotensi untuk penawaran umum perdana pada 2013. Lalu lintas ke Facebook meningkat stabil setelah 2009. Jumlah pengunjung Facebook mengalahkan Google pada 13 Maret 2010.⁴⁸

2. Fungsi Facebook sebagai Jejaring Sosial

Tujuan utama situs jejaring sosial ini sendiri dibuat yakni untuk memperluas hubungan sosial. Dalam penggunaannya situs jejaring sosial terutama facebook juga dapat mempertemukan kita dengan teman lama, keluarga bahkan orang-orang yang sebelumnya tidak kita kenal.

Jika dilihat dari sejarahnya, pada dasarnya fungsi facebook ini sendiri adalah sebagai alat untuk mempermudah komunikasi, interaksi serta pertukaran data dalam lingkungan universitas Harvard. Namun dalam perjalanannya situs jejaring sosial ini mengalami perkembangan sendiri, mulai dari fungsinya sebagai ajang mencari teman baik teman baik lama maupun menambah teman baru, situs ini juga bisa dijadikan sebagai media untuk mempromosikan bisnis.⁴⁹

⁴⁸Cindy Jasmine, *Cepat dan Mudah Menguasai Facebook*,.... hlm. 1-2

⁴⁹ Ahmad Rizaldi, Skripsi, “*Pengaruh Situs Pertemanan Facebook Terhadap Prestasi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah IAIN Ar-raniry*”, Fakultas Dakwah IAIN Ar-raniry Darussalam, Banda Aceh, 2012, hal.13

Secara garis besar facebook memiliki banyak peranan yang bermanfaat bagi masyarakat, diantaranya ialah facebook untuk pendidikan (sekolah), facebook untuk dakwah, facebook untuk bisnis, facebook untuk kampanye, facebook untuk kemanusiaan (*charity*) dan facebook untuk industri pariwisata.

Namun jika di pandang dari segi dakwah, facebook memiliki peranan sebagai berikut:

1. Sebagai media penyebaran informasi

Sifatnya yang worlwide menjadi keunggulan media jejaring sosial facebook dalam penyebaran informasi. Dengan posting di akun facebook seluruh anggota organisasi dakwah yang memiliki akun serupa akan dapat mengakses informasi tersebut.

2. Sebagai media diskusi

Group facebook menjadi wadah untuk melakukan diskusi keagamaan antar anggota, group di facebook bisa di setting untuk bersifat terbuka maupun tertutup. Dengan media diskusi virtual seperti ini maka akan tercipta efisiensi waktu. Para anggota tidak perlu melakukan diskusi tatap muka namun mereka dapat membahas hal tersebut hanya dengan akses ke group dan diskusi pun bisa terlaksana.

3. Sebagai media silaturahmi

Facebook dapat membangun hubungan silaturahmi antar sesama umat manusia, dari mulai menemukan teman-teman lama dari SD, SMP, SMA dan seterusnya yang dilakukan dengan saling menyapa satu sama lain sehingga menyambung kembali tali silaturahmi yang sempat putus. Di samping itu dapat

menemukan teman-teman baru yang belum dikenal. Dari situ akan terjalin komunikasi dunia maya walaupun jarang bertemu atau mungkin tidak pernah bertemu sama sekali. Dan hal itu juga yang dapat dijadikan chanel silaturahmi.⁵⁰

3. Facebook Sebagai Media Dakwah

Sebagai sebuah media, Facebook tentunya memiliki kelebihan tersendiri dilihat dari konteks komunikasi dan penyebaran informasi. Hal ini, merupakan sebuah peluang besar bagi kaum muslim untuk menjadikan Facebook sebagai media untuk berdakwah. Sehingga, kajian-kajian Islam dan ajaran-ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW bisa terus bergema dari berbagai kalangan bisa terpenuhi.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا
كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

Artinya: *Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang Telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan Mengawasi kamu. (QS. An-Nisaa:1)⁵¹*

⁵⁰ Laila Nadiatul Falah, *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Dakwah Group Jama'ah Muslimin (Hizbullah)*, eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (01): 388-400 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id© Copyright 2014, hal : 392, di akses melalui situs:Jurnal Cendekia tanggal 15 desember 2016

⁵¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Penerbit: Bandung, 2014. Q.S An-Nisa: 1. Hal.77

Tergambar jelas dari makna ayat diatas bahwasanya Allah menganjurkan umat Islam untuk menyambung serta memelihara hubungan silaturahmi. Begitulah Islam memandang silaturahmi sangat utama sebagai wadah untuk mempersatukan umat. Jika diantara umat sudah mulai meninggalkan silaturahmi, maka dikhawatirkan akan banyak perpecahan yang akan melanda umat islam.

Nyatanya tidak hanya ayat Al-Qur'an yang berbicara begitu, salah satu hadits Rasulullah SAW, juga turut menegaskan *urgent*-nya peran silaturahmi ini dalam konsep agama islam. Sabda Rasulullah Saw. “waman kana yu'minu billahi walyaumil akhiri falyasil rakhimah”. Barangsiapa saja yang mengimani Allah dan hari akhir maka hendaklah menyambung tali silaturahmi. (HR Al-Bukhari Dan Muslim).

Lebih daripada itu, islam juga mengharuskan umatnya untuk berdakwah atau menyampaikan kebaikan. Tentu fokusnya amar ma'ruf nahi mungkar atau menyampaikan yang baik dan mencegah kemungkaran meskipun hanya dalam hal-hal kecil, sebagaimana sabda Nabi:

آيَةٌ

Artinya: *Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat* (HR.Bukhari)

Dalam Al-Qur'an Allah juga berfirman:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٠٦﴾

Artinya: *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya Aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"* (QS. Fushsillat:33)⁵²

Tidak hanya satu ayat di atas yang menekankan supaya umat Islam berdakwah, namun banyak ayat-ayat lain juga menganjurkan bahkan mewajibkan umat Islam melakukan amar ma'ruf nahi munkar seperti Qur'an Surat Ali Imran:104, An-Nahl:125, Yusuf:108.

Intinya dari tugas-tugas agama yang dibebankan diatas tentunya kita sebagai umat sedikit tidak harus menunaikannya. Melihat kemajuan zaman seperti sekarang tentunya tidak mungkin sulit melakukannya dengan cara-cara dahulu. Jikapun mungkin pasti akan payah menjangkau target yang mengglobal dengan strategi lama, kita juga akan ketinggalan zaman tentunya.

Dengan adanya inovasi teknologi dalam dua dekade terakhir ini, kegiatan-kegiatan hubungan antar budaya telah melingkar-lingkar pada garis yang sama, dalam artian teknologi komunikasi dan informasi telah membentuk sebuah dunia yang global, dimana satu budaya dengan budaya yang lain saling bertautan. Tanpa disadari, diruang *cyberspace* perang antar ideologi sedang berlangsung seru. Dewasa ini, dunia komunikasi dan informasi dikepung oleh non muslim, mayoritas dari mereka adalah kaum Yahudi dan Nasrani. Sebut saja, kantor berita terbesar, *Reuter*, didirikan oleh seorang Yahudi, Julius Paul Reuter pada tahun 1951 yang pada awalnya hanya mempublikasikan laporan perkembangan ekonomi, namun setelah ditemukan sistem telegraph media ini berkembang luas

⁵² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Penerbit: Bandung, 2014. Q.S Fushsillat:33. Hal.477

ke masalah-masalah politik, sosial, dan budaya. Begitu pula dengan *Assosiated Press* (AP) dan *United Press International* (UPI), keduanya milik non muslim, akan tetapi wilayah jangkauan sebarannya meliputi seluruh belahan bumi, termasuk negara-negara muslim.⁵³

Dakwah didefinisikan sebagai ajakan kepada ummat manusia untuk menjadikan Islam sebagai jalan hidup. Secara bahasa, dakwah artinya seruan, ajakan dan panggilan.⁵⁴ Dan internet maupun facebook, pada prinsipnya hanyalah salah satu media untuk berdakwah. Melalui internet, antara orang yang berdakwah dan yang menerima dakwah bisa menjalin komunikasi, seperti apa yang pernah dilakukan oleh Syaikh Hisyam Muhammad Kabbani :

“...apakah melalui internet, antara guru dan murid perlu berhadap-hadapan. Ya, ini sangat penting. Melalui internet, kami mengirimkan semua informasi ke web kami. Dan kami menerima banyak sekali orang yang membacanya dan menghubungi kami secara langsung, dan kemudian kami menunjukkan tempat-tempat kami yang ada diseluruh dunia, ketempat yang terdekat dengan mereka. Dan kemudian mereka pergi ketempat itu dan mereka dapat bergabung. Mereka menghubungkan diri mereka sendiri dan disana dan kemudian, ketika Sang Guru punya waktu luang, tau guru saya berkesempatan, atau ketika saya bebas, saya pergi ke pusat-pusat tersebut, atau mereka dapat datang kesini...”⁵⁵.

Apa yang dilakukan Kabbani merupakan bentuk pemanfaatan internet sebagai media dakwah dalam menjalin komunikasi yang lebih harmonis antara guru dan murid dalam proses pembelajaran sufisme Naqsabandiyah. Lebih jauh, pemanfaatan internet sebagai media, tentu saja, bisa lebih dioptimalkan secara

⁵³ Daud Rasyid, MA. *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insani Press (GIP), 1998), hal.17

⁵⁴ KHM. Isa Anshary, *Mujahid Dakwah*, CV Diponegoro, 1967. Hal 17

⁵⁵ Jeff Zaleski, *Spiritual Cyberspace, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagaman Manusia*, (Bandung: Mizan, 1999), hal 88.

lebih baik, terutama untuk penyebaran dakwah Islam dalam mengimbangi informasi-informasi lain yang cenderung berlawanan dengan Islam⁵⁶.

Suksesnya dakwah yang dilakukan oleh Yusuf Mansur, Aa Gym, Ary Ginanjar, Dhompot Dhuafa merupakan contoh kecil aktivitas dakwah yang banyak memanfaatkan media informasi dan komunikasi, seperti televisi, *handphone*, internet, surat kabar dan lain sebagainya.⁵⁷

Akan tetapi, apa pun metode dan media dakwah yang digunakan tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Bahkan tidak ada satu pun yang paling unggul dari metode yang lain. Tetapi masing-masing memiliki kelebihan dan di sisi lain terdapat kekurangan. Yang paling baik tentu yang paling sesuai dengan kondisi real mad'u.

1. Kelebihan Dakwah dengan Facebook

Melalui Facebook para da'i dan tabligher dapat lebih luas menyebarkan dakwahnya sepanjang jangkauan internet dapat diakses. Di samping itu, konten dakwahnya dapat lebih luas tergantung pada kemampuan dan kreatifitas dari da'i/tabligher tersebut. Selain pesan-pesan dakwah dalam bentuk uraian tertulis, Facebook juga dapat didesain melalui gambar-gambar yang atraktif dan provokatif.

2. Kendala dakwah dengan Facebook

Di samping kelebihan yang telah dipaparkan di atas tadi, berdakwah melalui Facebook juga memiliki kekurangan, yaitu seperti masuknya berbagai

⁵⁶Fahmi, Skripsi, "*Konsultasi Agama Islam Melalui Internet, Studi Komperatif EraMuslim.com dan Syariahonline.com*", (Fakultas Dakwah IAIN Ar-raniry Darussalam, Banda Aceh, 2008), hal : 16-17

⁵⁷ Abdul Basit, *Dakwah Cerdas di Era Modern, Jurnal Komunikasi Islam*, 2013, Vol, 03, Nomor 01, Juni 2013 hal.82

situs-situs yang dinilai sesat yang mengatasnamakan agama. Hal ini pastinya menimbulkan suatu kebingungan bagi masyarakat awam yang membuka situs tersebut. Memang perlu ada pembatasan link-link yang mengatasnamakan lembaga atau institusi dakwah agar dakwah lewat Internet dapat berjalan dengan baik. Karakteristik dunia maya yang tak mengenal batas ruang dan waktu. Dunia maya Internet merupakan dunia lain yang memiliki berbagai keistimewaan. Termasuk dari segi keluasan jangkauan dari teknologi ini. Peluang ini tentunya akan sangat menguntungkan bagi penyebaran dakwah. Kalau orang bisa berbisnis secara mendunia melalui Internet, maka dakwah pun juga dapat disebarluaskan secara mendunia lewat Internet. Ruang kemaksiatan yang besar di Internet membutuhkan tandingan. Teknologi ini akan terus berkembang dengan ada atau tidaknya dakwah di dalamnya. Jika dakwah melupakan dan tidak melirik perkembangan teknologi ini, bukan mustahil dakwah dinilai sebagai sesuatu yang kolot dan ketinggalan zaman. Di samping itu, media yang dapat diakses bebas oleh pengguna akan jauh dari sentuhan-sentuhan dakwah, sehingga menyebabkan kebebasan menyebarkan ide tanpa penyeimbang, bagi yang tidak memiliki akun facebook dan tidak aktif maka media ini tidak bisa diakses dan dinikmati.⁵⁸

Contoh menarik fatwa Syekh Adil al-Kalbani, salah seorang Imam Mesjid Mekah, yang melawan arus pendapat umum di kalangan ulama Saudi. Al-Kalbani, yang semula membela pendapat yang mengharamkan musik dan nyanyian tiba-tiba berubah pikiran dan menganggap bermain musik dan menyanyi tidaklah bertentangan dengan ajaran Islam. Fatwa ini mendapat kritik keras dari kalangan

⁵⁸ Achmad Syarifudin, *Facebook Sebagai Media Dakwah Islam*, Jurnal, Wardah: No. Xxvii/ Th. Xv/ Juni 2014, Hal.75

ulama senior Saudi Arabia yang menganggap bermusik dan bernyanyi, baik dilakukan di antara orang banyak maupun sendirian, diharamkan oleh syariat Islam. Wacana tentang musik dan nyanyian ini cukup mendapat perhatian dan dibicarakan dalam media massa. Banyak ulama yang menentang akan tetapi tidak sedikit yang mendukung al-Kalbani.⁵⁹ Jika fatwa tersebut hanya berpedoman pada sumber agama saja tanpa memperhatikan kajian sosiologi masyarakat, maka fatwa tersebut akan bertabrakan dengan realitas yang berkembang di masyarakat bahwa musik merupakan kebutuhan masyarakat dan bahkan menjadi industri kreatif yang bisa mensejahterakan masyarakat.⁶⁰

Dengan memperluas pendekatan dalam mengembangkan ilmu agama Islam, maka kegiatan dakwah pun bisa diperluas dengan berbagai pendekatan. Karena kegiatan dakwah diturunkan dari keilmuan dakwah yang notabene menjadi bagian dari keilmuan agama Islam. Kegiatan dakwah bisa didekati dengan Ilmu Manajemen, Politik, Sosiologi, Antropologi, Ilmu Kesehatan dan sebagainya. Dengan cara demikian, kegiatan dakwah amat variatif. Kegiatan dakwah dapat mengakomodir berbagai kebutuhan yang berkembang di masyarakat.⁶¹

a. Strategi Dakwah Melalui Facebook

Strategi pada mulanya sering digunakan dalam peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun dewasa ini strategi

⁵⁹Effendi, Djohan, 2010. *Islam di Antara Teks dan konteks*, makalah disampaikan dalam Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) ke-10, Banjarmasin, 1-3 Nopember.

⁶⁰ Abdul Basit , *Dakwah Cerdas di Era Modern*,..., hal.85

⁶¹ Abdul Basit , *Dakwah Cerdas di Era Modern*,..., hal.85

berkembang untuk semua kegiatan organisasi, termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.

Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut *strategis*.⁶²

Dalam menyimak hal-hal diatas, maka strategi dakwah memerlukan beberapa faktor yang harus benar-benar diperhatikan dan dipertimbangkan diantaranya adalah :

- Umat islam harus mengembangkan pola pikir dan wawasan keilmuan.
- Pola pikir dan wawasan yang luas tersebut akan mempengaruhi umat Islam dalam hal kepribadian, sehingga tidak mudah larut terbawa watak yang tradisional emosional dan sikap-sikap negatif lainnya, termasuk tidak mengharagai pendapat orang lain.
- Memiliki khazanah ilmu termasuk iptek, sehingga dalam melaksanakan dakwah mampu membawakan materi yang sesuai dengan tuntutan masyarakat.

Menurut Said bin Ali al-Qahthani strategi dakwah diterangkan sebagai berikut:

- Memilih waktu kosong terhadap kebutuhan audiens dan usahakan agar mereka tidak jenuh

⁶² M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal 88

- Jangan memerintahkan sesuatu jika tidak dilakukan akan menimbulkan fitnah.
- Menjinakkan hati dengan memberi maaf ketika dihina, berbuat baik ketika disakiti, bersikap lembut ketika dikasari dan bersabar ketika didhalimi.
- Pada saat ember nasehat, jangan menunjuk langsung kepada orangnya tetapi berbicara dengan sasaran umum
- Memberikan sarana yang dapat mengantarkan seseorang pada tujuannya.
- Seorang da'i harus siap menjawab berbagai pertanyaan.
- Memberikan perumpamaan-perumpamaan.⁶³

Strategi yang dilakukan dalam kegiatan membangun jaringan dakwah adalah dengan memanfaatkan perkembangan *global connection*. Sistem ini merupakan salah satu alternative untuk dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Aspek keuntungan yang diperoleh dengan pemanfaatan jaringan internet (dalam hal ini adalah Facebook) ini antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat (aspek sosial), dapat berdiskusi mengenai perkembangan islam (aspek agama) serta pengembangan Ilmu Pengetahuan Teknologi (aspek ilmu pengetahuan).

Facebook mempunyai beberapa kelebihan diantaranya, bisa digunakan sebagai chatting, mengirim pesan ke semua teman, update info, update kegiatan, mengirim artikel, mencari teman untuk dijadikan anggota group. Dengan chatting

⁶³ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal 88

kita bisa melakukan strategi dakwah fardhiyah, sehingga pendekatan kita lebih inten dan ikatan persaudaraan akan semakin kuat.

Dakwah Melalui Facebook dinilai sangat efektif dan potensial dalam berbagai alasan, di antaranya⁶⁴ :

1. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau;
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah;
3. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Berbagai situs mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak bisa dihindari.⁶⁵

Alasan-alasan tersebut sudah cukup menjadi bukti, bahwa facebook sangat urgen dalam proses penyampaian dakwah. Terutama dizaman berteknologi canggih seperti ini.

Menyampaikan kebenaran ajaran-ajaran Islam Kepada umat manusia merupakan tanggung jawab kita yang telah menerima dan memeluk ajaran Islam, umat Islam mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran Islam dengan wajah yang menarik lagi mempesona, sesuai dengan misinya *Rahmatan Lil 'Alamin*.⁶⁶

⁶⁴ Dunia Trafia, Strategi Dakwah Melalui Media Facebook, Artikel (Online) di akses melalui <http://trafia-love.blogspot.co.id/2013/06/strategi-dakwah-melalui-media-facebook.html>, 16 desember 2016

⁶⁵ Dua Sisi, *Online Dakwah Strategi*, Artikel (Online), di akses pada tanggal 16 Desember 2016, melalui <https://blogfajri.wordpress.com/2012/09/06/online-dakwah-strategy/>

⁶⁶ Munzier Suparna, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal.65

Oleh karena itu, Strategi yang tepat dan sesuai dengan keadaan objek dakwah akan sangat berpengaruh penting pada kelancaran dalam berdakwah.

b. Facebook Menurut Pespektif Islam

Sebagai salah satu tujuan utama dari facebook yaitu menjalin serta memperluas jaringan pertemanan. Jika kita kembali melihat jauh kedalam Islam, pada konsepnya dalam ajaran agama ini juga dianjurkan untuk menyambung tali silaturahmi. Jadi terlalu sedikit alasan jika melihat facebook hanya dari sisi negatifnya saja.

Dengan adanya kemajuan teknologi seperti saat ini, kita dapat memanfaatkan fasilitasnya. Seperti halnya banyak alat atau media yang ada tentunya tidak sedikit pula manfaat serta mudharat yang ditimbulkan oleh suatu media itu sendiri, apalagi menilik kemajuan zaman yang semakin menjadi-jadi. Dengan berbagai fasilitas yang tersedia dalam situs pertemanan ini kita dapat memanfaatkannya untuk hal-hal kebaikan. Dapat menjalin silaturahmi dan mempersatukan dalam sebuah grup, dan juga dapat berbagi informasi bahkan memposting hal-hal atau pengetahuan yang berbasis agama. Meskipun ada beberapa kalangan yang melarang bahkan ada yang mengharamkan menggunakan facebook, tentunya itu berdasarkan alasan-alasan tertentu.⁶⁷

Akan tetapi, badan yang berwenang mengeluarkan fatwa, yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) menilai bahwa tidak ada alasan mendasar untuk mengeluarkan fatwa haram jika jejaring sosial ini mengandung banyak manfaat

⁶⁷ Ahmad Rizaldi, Skripsi, "*Pengaruh Situs Pertemanan Facebook Terhadap Prestasi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah IAIN Ar-raniry*", Fakultas Dakwah IAIN Ar-raniry Darussalam, Banda Aceh, 2012, hal. 22

bagi umat. “kalau lebih banyak manfaat untuk orang lain seperti berdakwah dan menyambung tali silaturahmi, kenapa harus diharamkan?” ujar Ketua MUI, Cholil Ridwan.

“yang diharamkan itu bukan Facebook-nya, melainkan penggunaan hal-hal negatif di dalam Facebook”, timpal ketua MUI yang lain, Amidhan. Menurutnya, Facebook sebagai teknologi bersifat netral. Penggunaannya pun tidak melulu berdampak negatif. “kalau digunakan murni untuk kebaikan, saya tidak masalah, tetapi kalau menimbulkan hal-hal yang tidak baik, dan negatif, ya harus ditindak.” Tuturnya.⁶⁸

Facebook dianggap haram apabila penggunaannya berlebihan dan digunakan untuk keperluan yang tidak bermanfaat. Namun jika kiranya dapat kita manfaatkan untuk jalan yang berguna apalagi untuk menyebarkan agama Islam tentu sarana ini sangatlah positif. Mengingat facebook hanyalah sebuah alat, tergantung bagaimana kita memanfaatkannya.⁶⁹

⁶⁸ Tony Hendroyono, *Facebook Haram*, Yogyakarta: B-First, 2009, hal. 38

⁶⁹ Ahmad Rizaldi, *Pengaruh Situs Pertemanan Facebook*,.... hal. 22

D. Subjek, Objek, Materi Dakwah Dan Media Dakwah

1) Subjek Dakwah

a. Kriteria da'i

Da'i pada dasarnya adalah penyeru ke jalan Allah SWT, pengibar panji-panji Islam, dan pejuang (mujahid) yang mengupayakan terwujudnya sistem Islam dalam realitas kehidupan umat manusia. Sebagai penyeru ke jalan Allah SWT, da'i tidak bisa tidak, harus memiliki pemahaman yang luas mengenai Islam sehingga ia dapat menjelaskan ajaran Islam kepada masyarakat dengan baik dan benar. Ia juga harus memiliki semangat dan ghirah ke-Islaman yang tinggi yang menyebabkan ia setiap saat dapat menyeru manusia kepada kebaikan dan mencegah mereka dari kejahatan, meskipun untuk itu ia harus menghadapi tantangan yang berat.⁷⁰

Secara ideal pendakwah (da'i) adalah orang mukmin yang menjadikan Islam sebagai agamanya, Alquran sebagai pedomannya, Nabi Muhammad SAW sebagai pemimpin dan teladan baginya, ia benar-benar mengamalkannya dalam tingkah laku dan perjalanan hidupnya, kemudian ia menyampaikan Islam yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak kepada seluruh manusia.⁷¹

Seorang da'i perlu melengkapi diri dengan tiga senjata, yaitu iman, akhlak mulia, ilmu pengetahuan, dan wawasan. Iman dan akhlak disebut dengan bekal spiritual, sedangkan ilmu pengetahuan dan wawasan disebut bekal intelektual.⁷²

⁷⁰ A. Ilyas Ismail, *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub* (Jakarta;Penamadani, 2006), hal.311

⁷¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2009) cet. Ke-2, hal.217

⁷² A. Ilyas Ismail, Prio Hotman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta, Prenada Media Group, 2011), hal.78

Ada juga kriteria lain yang harus dimiliki oleh seorang da'i. Berikut beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh seorang da'i:⁷³

- a) Iman dan taqwa kepada Allah, yaitu memiliki keyakinan yang kuat tentang keesaan Allah dan menjalankan segala perintah Allah serta menjauhi larangan Allah.
- b) Ihsan kepada Allah, yaitu menyembah Allah seolah-olah melihat-Nya atau meyakini bahwa Allah melihat kepadanya. Sedangkan secara sosiologis, ihsan artinya berbuat baik kepada sesama, berbakti, tolong-menolong, dan sebagainya.
- c) Amanah, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas kepercayaan atau tugas yang diembannya, baik tanggung jawab kepada Allah maupun kepada manusia lainnya.
- d) Istiqomah, yaitu konsisten atau teguh dalam menegakkan kebenaran.
- e) Berakhlak mulia atau memiliki budi pekerti yang baik dalam seluruh perkataan dan perbuatannya.
- f) Berpandangan yang luas, artinya berwawasan luas dan menghindari sikap picik.
- g) Berpengetahuan yang luas, baik dalam bidang keagamaan maupun pengetahuan umum lainnya.

b. Tugas dan fungsi da'i

Pada dasarnya tugas yang pokok seorang da'i adalah meneruskan tugas Rasul Muhammad SAW, yang berarti harus menyampaikan ajaran-ajaran Allah

⁷³Aliyudin, Enjang AS., *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), hal.76-68

yang termuat dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Sedangkan fungsi seorang da'i adalah:⁷⁴

- a) Meluruskan aqidah, yaitu dengan menunjukkan keesaan Allah sebagai Tuhan yang hak untuk disembah.
- b) Memberi pencerahan dan memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar.
- c) Amar ma'ruf nahi munkar, yaitu menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran atau keburukan.
- d) Menolak kebudayaan yang merusak, yaitu mampu mengubah tradisi dan budaya yang tidak sesuai dengan syari'at Islam menjadi tradisi dan budaya yang sesuai dengan syari'at Islam.

2) Objek Dakwah

Objek dakwah (*mad'u, communicant, audience*). Objek dakwah yaitu masyarakat sebagai penerima dakwah. Masyarakat baik individu maupun kelompok. Sebagai objek dakwah, memiliki strata dan tingkatan yang berbeda-beda. Dalam hal ini seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya. Da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klasifikasi dan karakter objek dakwah, hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh *mad'u*.⁷⁵

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi,

⁷⁴ Aliyudin, Enjang AS., *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran, 2009), hal.74-75

⁷⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Amzah, 2009) hal.15

ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:⁷⁶

- Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dari kota besar;
- Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan, dan santri, terutama pada masyarakat jawa;
- Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua;
- Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang, senimanburuh, pegawai negeri;
- Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita;
- Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya.

Disamping semua golongan mad'u di atas, ada lagi penggolongan yang berdasarkan resepsionis mereka. Berdasarkan responsi mad'u terhadap dakwah, mereka digolongkan:⁷⁷

- a. Golongan simpati aktif, yaitu *mad'u* yang menaruh simpati dan secara aktif memberi dukungan moril dan materil terhadap kesuksesan dakwah. Mereka juga berusaha mengatasi hal-hal yang dianggapnya merintang jalannya dakwah dan bahkan mereka bersedia berkorban segalanya untuk kepentingan Allah SWT;

⁷⁶ H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), hal 13-14

⁷⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal 92

- b. Golongan pasif, yaitu *mad'u* yang masa bodoh terhadap dakwah, tidak merintangi dakwah;
- c. Golongan antipati; yaitu *mad'u* yang tidak rela atau tidak suka akan terlaksananya dakwah. Mereka berusaha berbagai cara untuk merintangi atau meninggalkan dakwah.

3) Materi Dakwah (*Maddah*)

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis menentukan materi dakwah dalam kategori yaitu aqidah, ibadah, dan akhlaq.

(a) Aqidah

Secara Etimologi akidah berasal dari kata Al 'aqdu yang berarti pengikatan atau mengikat sesuatu. Akidah adalah apa saja yang diyakini oleh seseorang jika dikatakan "Dia aqidahnya benar" berarti aqidah terbebas dari segala keraguan.

Adapun secara terminologi, yang dimaksud ilmu akidah adalah "ilmu tentang hukum-hukum syariat dalam bidang keyakinan yang di ambil dari dalil-dalil mutlak dan menolak semua syubhat (kerancuan) dan semua dalil-dalil khilafiyah yang cacat".

Lebih khusus lagi pengertian aqidah adalah:

"yaitu beriman kepada allah, kepada para malaikat-Nya, kitab-kitabNya, para Rasul-Nya, dan kepada hari akhir serta kepada qadha dan qadhar yang baik maupun yang buruk", hal ini juga disebut dengan rukun iman.⁷⁸

⁷⁸ Misbakhul Khoiri, Skripsi; *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014). Hal.48

Dalam materi aqidah penulis mengambil suatu tema tentang: ketauhidan atau kemahaesaan Allah SWT.

(b) Ibadah

Ibadah dalam bahasa arab memiliki arti kehinaan dan ketundukan, adapun pengertian ibadah menurut istilah syar'ialah nama yang merangkumkan segala sesuatu yang diridhai Allah dan dicintainya, baik berupa perkataan maupun perbuatan, yang lahir maupun yang batin.

Ibrahim Al Buraikan memberikan definisi indah adalah sebagai berikut: “ nama yang mencakup segala sesuatu yang diridhai Allah dan di Cintan-Nya, baik berupa perkataan maupun perbuatan ng tampak maupun yang tidak tampak, dengan penuh rasa cinta, kepasrahan dan ketundukan yang sempurna, serta membebaskan diri dari segala hal yang bertentangan dan menyalahinya”.

Macam-mcam ibadah:

Ibadah memiliki banyak macam, karena mencakup semua macam ketaatan yang tampak pada lisan, anggota badan, dan lahir dari hati, secara garis besar ibadah dibagi menjadi tiga macam:

- Ibadah lisan, yang tercakup di dalamnya seperti dzikrullah, bertakhmid, takbir, membaca Al-Quran, Istighfar, berdo'a, isti'adzah, dakwah dengan lisan dan lain sebagainya.
- Ibadah fisik, yang tercakup di dalamnya seperti sholat, shiyam, berjihad, haji, shadaqah, menuntut ilmu dan lain-lain.

- Ibadah hati, yang termasuk di dalamnya seperti ingat kepada Allah, Tawakkal, yakin, bersabar, rasa harap, rasa cinta, ridha terhadap kehendak Allah, dan lain sebagainya

Bahkan segala kebiasaan yang pada asalnya tidak tergolong dalam bagian ibadah, namun diniatkan semata-mata karena Allah, karena mengharap ridho dan pahala-Nya dan untuk bertujuan memperkuat ibadah lainnya, maka kebiasaan yang seperti itu juga tergolong dalam bagian ibadah, seperti: makan, minum, mencari rezeki, menikah, tidur dan segala aktivitas halal yang dilandasi ketaqwaan kepada Allah.⁷⁹

(c) Akhlaq

Kata akhlak merupakan bentuk jama' (plural) dari kata tunggal khuluq. Kata khuluq dari kamus shihah berarti tabi'at atau perangai.

Imam Al Qurtubi dalam tafsirannya menjelaskan, "khuluq dalam bahasa arab artinya adalah adab atau etika yang mengendalikan seselrang dalam bertindak dan bersikap"

Ibnu Musyawah berkata: Akhlak adalah suatu sifat yang tertanam di dalam jiwa, darinya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah dan tidak memerlukan pertimbangan-pertimbangan pikiran terlebih dahulu.

Bila kata akhlak dikaitkan dengan kata islam, maka maknanya adalah adab dan sopan santun yang bersumber dari Alqur'an dan Sunnah.

Anjuran untuk berakhlak mulia dan berbakti kepada orang tua:

Sungguh merugi jika kita mengetahui dekatnya surga dengan berbakti kepada kedua orang tua, tetapi kita malah melalaikannya.

⁷⁹ Misbakhul Khoiri, Skripsi; *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014) hal. 50

Rasulullah SAW bersabda:

“Orang tua adalah pintu surga yang paling tengah. Jika engkau ingin maka sia-siakanlah pintu itu atau jagalah ia” (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah)

Dalam hadits lain beliau juga bersabda”

“celaka, celaka, celaka!” ada yang bertanya, “Siapa wahai Rasulullah? Beliau menjawab, “Orang yang mendapati salah satu atau kedua orang tuanya telah berusia lanjut, tetapi tidak membuatnya masuk ke dalam surga”. (HR. Muslim)⁸⁰

4) Media Dakwah

a. Pengertian dan Macam-macam Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara.⁸¹

Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.⁸²

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide dan sebagainya.

Menurut T.A.Lathief Rousydiy media adalah alat melalui mana pernyataan umum itu dapat disalurkan atau dilaksanakan. Sedangkan Ig.Wirsanto berpendapat bahwa media komunikasi adalah sarana yang dipergunakan dalam proses pengiriman berita. Selain itu, Hasanuddin berpendapat bahwa media yaitu

⁸⁰<http://muslimah.or.id/akhlak-dan-nasehat/berbakti-kepada-ke-dua-orang-tua.html//>

⁸¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1986) hal. 17

⁸² Wilbur Schramm, *Big Media Little Media*, (California: Sage Publication, 1977).

segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya secara efektif dan efisien.⁸³

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.⁸⁴

Dalam pengertian yang lebih khusus lagi, media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.

Jika kita sepakat mengatakan dakwah adalah bentuk khusus dari komunikasi maka perlu ditegaskan di sini bahwa media-media komunikasi juga merupakan media-media yang dapat dipergunakan untuk berdakwah. Dengan kata laini dapat juga disebut media dakwah. Meminjam istilah dari komunikasi, ada beberapa macam media komunikasi selanjutnya baca: media dakwah yang diperkenalkan disini yaitu : media dakwah eksternal dan media dakwah internal.

1. Media Dakwah Eksternal

Media dakwah eksternal ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada jauh dari *da'i*.

Menurut sifatnya, media dakwah eksternal ada empat macam, yaitu:

- a. Media cetak, yaitu segala sesuatu yang dicetak seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dan lain-lain.

⁸³ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal: 101

⁸⁴ Dr. Wardi Bachtiar, *Metodelogi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1977), hal.35

- b. Media visual, yaitu media yang dapat dilihat seperti pameran, lukisan, foto, folder, slide, dan lain-lain.
- c. Media audio, yakni media yang dapat didengar seperti radio, tape, recorder, gramofon, telephon, dan lain-lain.
- d. Media audio-visual, yakni media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus seperti televisi, video, vcd, film, dan lain-lain.⁸⁵

Semua media dakwah tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pesan kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan dakwah.

2. Media Dakwah Internal

Media dakwah internal ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada dekat dengan *da'i*. Jenis media yang dipergunakan dalam jarak terbatas ini seperti surat, telephone, pertemuan, wawancara, dan kunjungan.

Kemudahan media dakwah internal ini bila dibandingkan dengan media dakwah eksternal adalah media dakwah internal dapat dipergunakan langsung ketika *da'i* ingin menyampaikan pesan kepada *mad'u*, asalkan saja *mad'u* berada ditempat. Sedangkan media dakwah eksternal perlu prosedur tertentu untuk dapat mempergunakannya, karena media-media tersebut terikat dengan pengelolaan oleh pihak lain, misalnya pesan yang disampaikan melalui surat kabar, buku, majalah, dan lain-lain sangat terikat dengan kesempatan yang diberikan oleh

⁸⁵ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*,... hal: 102

pengelolanya, baik terikat dengan waktu, isi maupun tujuan penyampain. Semua itu perlu benar-benar mendapat persetujuan dari pihak bersangkutan.⁸⁶

Diantara berbagai pihak dakwah tersebut, ada beberapa media yang sering atau umum dipergunakan, yaitu surat kabar, radio, film, televisi, dan pameran. Dewasa ini, surat kabar telah masuk sampai ke pelosok dan daerah-daerah pinggiran. Ini menandakan tumbuhnya niat membaca masyarakat dan semakin banyak orang-orang yang mampu membaca. Apalagi didukung oleh kondisi negara yang sangat tidak stabil, menarik perhatian masyarakat untuk selalu mengikuti perkembangan berita. Begitu pula radio dan TV benar-benar menjadi media komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat. Keutamaan dari radio dan TV diantaranya dapat didengar langsung oleh *mad'u* tanpa harus dengan sengaja duduk secara serius di depan TV maupun radio. *Mad'u* mendengar secara santai sambil tiduran atau mengerjakan aktivitas lain.⁸⁷

Melihat kenyataan tersebut, perlu peran serius dari para *da'i* untuk mempergunakan fasilitas-fasilitas tersebut sebagai media dakwah. *Da'i* dapat memilih media-media yang sering digunakan tersebut, lalu mengisinya dengan materi-materi dakwah. Di sinilah *da'i* harus lebih siap meningkatkan kualitas sumber daya manusianya untuk mengisi media-media modern yang tersedia sekarang ini.

Dengan banyaknya media yang ada maka *da'i* harus dapat memilih media yang aling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media.

⁸⁶ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*,...hal: 103

⁸⁷ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*,...hal: 103

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

- Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
- Media yang dipilih seseuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dan dakwahnya.
- Media yang dipih sesuai dengan materi dakwahnya.
- Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i.
- Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- Efektivitas dan efesiensi harus diperhatikan.⁸⁸

b. Pengaruh Media Dakwah

Pengaruh atau efek adalah hasil yang dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran-sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh atau efek ialah kesan yang timbul pada audien setelah ia melihat, mendengar, merasa dan sebagainya, baik kesan itu positif maupun negatif. Dalam konteks ini, yang ingin dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang. Sejauh mana media dapat mempengaruhi seseorang.

Berbicara masalah pengaruh dakwah dalam kehidupan modern merupakan suatu hal yang sangat sulit. Karena dalam mengukur pengaruh harus ada standard

⁸⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah, 2009) hal. 114

yang ingin dicapai. Pengaruh dakwah merupakan daya yang ada atau timbul dari seseorang dan muncul dalam kenyataan, tentang sahatan seseorang dalam menyerap dan mengamalkan suatu ajaran Islam yang telah didakwahkan kepadanya.⁸⁹

Pada hakikatnya tujuan dakwah Islam adalah terwujud tata masyarakat yang diridhai Allah SWT. Sebuah tata masyarakat yang berjalur iman, Islam, ikhlas berazaskan kepada dua ajaran pokok. Kitabullah dan Sunnatur Rasul yang berisi tiga serangkai diperlukan bagi manusia meliputi:

- Aqidah, pegangan hidup
- Syari'ah, jalan hidup
- Akhlak, tata cara hidup⁹⁰

Pada kenyataannya, tidak mudah mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang. Oleh karena itu, perlu penelitian yang serius terhadap seseorang setelah orang tersebut membaca, melihat atau mendengar media dakwah. Menurut T.A.Lathief Rousydiy efek atau hasil yang dicapai oleh pernyataan manusia antar manusia yang telah dilancarkan melalui berbagai media (terucapkan, tertulis atau tercetak, terlukis dan lain-lain) perlu diteliti dengan metode tertentu yang bersifat analisa sosial psikologi.⁹¹

Jadi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang perlu diadakan penelitian dan analisa lebih dalam terhadap orang tersebut baik secara sosiologis maupun secara psikologis.

⁸⁹ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*,..

⁹⁰ M.Ja'far Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2000), hal.147

⁹¹ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual*,.. hal: 104

Ada beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh T.A.Lathief Rousydiy sebagai berikut:⁹²

1. Telah merasa seperti yang dirasakan oleh pembicara
2. Telah berfikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
3. Telah dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
4. Telah sepaham atau sependapat dan mendukung isi pesan yang disampaikan
5. Telah yakin akan kebenaran ide yang dikemukakan oleh pembicara
6. Telah bertindak mengamalkan atau melaksanakan isi pesan yang dimaksud
7. Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.

Secara psikologis pengaruh-pengaruh dari berbagai media dakwah dapat membentuk sikap jiwa tertentu. Suatu ketika, apabila isi pesan itu telah dijiwai oleh seseorang, maka ia telah merasa, berfikir dan berkeinginan sesuai dengan ajakan orang yang menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh media dakwah ini berbeda-beda pada tiap individu. Ada yang terpengaruh dan ada yang lambat. Ini tergantung pada kapasitas mental dan intelektual orang yang bersangkutan.⁹³

Karena besarnya pengaruh media dakwah terhadap jiwa seseorang, maka umat Islam, khususnya para *da'i* harus lebih jeli memilih media dakwah dan mengisinya dengan pesan-pesan yang lebih islami, baik secara langsung maupun

⁹² M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual,..* hal: 104

⁹³ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual,..* hal: 104

tidak langsung. Misalnya, ditengah-tengah bersaingnya pemasangan iklan di televisi, kita dapat memilih beberapa produk tertentu. Lalu membuat iklan yang lebih Islami, baik dari segi pakaian maupun dari segi cara penyampaiannya seperti yang sering ditayangkan adalah iklan *salam mie, karomah, promag*, dan lain-lain. begitu pula iklan melalui radio dan surat kabar. Selain iklan, dapat juga diajak penonton televisi, pendengar radio, atau pembaca surat kabar untuk menambah wawasan keIslaman. Sebagaimana yang sudah sering diadakan selama ini di beberapa saluran televisi, yakni *kuliah subuh, mutiara subuh, hikmah fajar, mutiara ramadhan, mimbar agama islam, Islam itu indah, pengajian Al-Quran, tayangan shalat tarawih di Masjid al-Haram*, dan lain-lain. Hal-hal seperti ini perlu ditingkatkan lagi, sehingga media-media modern tersebut benar-benar dapat dimanfaatkan sehingga dakwah dapat dijangkau oleh semua manusia dimana saja berada.⁹⁴

c. Penyesuaian Media dan Materi Dakwah

Semakin berkembang media komunikasi dewasa ini, umat Islam semakin mudah dalam berdakwah kapan dan dimana saja, asalkan mereka mampu memanfaatkan media-media yang ada.

Berkaitan dengan hal ini, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh kita, yaitu:⁹⁵

Pertama, umat Islam khususnya mereka yang telah mengambil profesi sebagai *da'i* harus mampu menguasai dan menggunakan media-media komunikasi

⁹⁴ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal: 105

⁹⁵M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual,..* hal: 105-106

yang ada selama ini. Tidak dapat menggunakan media komunikasi berarti akan gagal dalam berdakwah.

Kedua, para *da'i* harus mampu menyesuaikan jenis media yang dipergunakan dengan materi dakwah yang ingin disampaikan. T.A.Lathief Rousydiy menjelaskan bahwa untuk menyampaikan konsep-konsep yang sulit dan memerlukan penjelasan yang lebih mendetail, maka media yang lebih sesuai adalah media cetak. Sedangkan untuk menyampaikan konsep-konsep yang sederhana dan mudah dimengerti, dapat digunakan radio.

Untuk materi dakwah yang harus disampaikan secara mendetail, media cetak yang dapat digunakan seperti buku atau surat kabar secara berseri, sehingga pembaca dapat mengulangi membaca kapan saja ada keinginannya untuk mengkaji. Sedangkan untuk materi dakwah yang mudah dipahami, dapat disampaikan melalui radio atau televisi. Atau dapat disajikan dengan cara membuka kesempatan berdialog atau tanya jawab langsung dalam waktu terbatas dengan pendengar atau penonton.

Ketiga, para *da'i* harus mampu memilih jenis media yang digunakan, lalu menyesuaikannya dengan materi dakwah dilihat dari segi waktunya. Misalnya ada media-media yang memiliki sifat tahan lama seperti buku, dan gambar. Selain itu, ada media-media yang kurang memiliki sifat tahan lama seperti radio dan televisi. Biasanya waktu dan cara penyampaian materi dakwah melalui radio dan televisi sekilas saja, lalu diganti dengan berita-berita lain yang tidak saling berkaitan. Oleh karena itu, *da'i* harus bisa menyesuaikan bahwa hal-hal yang bertujuan

untuk melapor, memberitahukan atau membujuk dapat disampaikan melalui radio, televisi dan surat kabar.

Itulah di antara hal-hal yang harus diperhatikan oleh setiap orang yang ingin berdakwah. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa seorang *da'i* tidak hanya dituntut untuk dapat menguasai media-media komunikasi, tetapi juga harus mampu menyesuaikan media-media tersebut baik dari segi kedalaman isi materi maupun dari segi jangka waktu penyampaiannya.⁹⁶

⁹⁶ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal: 107

E. Teori Yang Digunakan

1) Teori New Media

Juju dan Sulianta dalam buku *Branding Promotion With Social Network* mengemukakan, media sosial mempunyai kekuatan yang khas yaitu “mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti *blog*, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, *website*, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial”. Media sosial memiliki kekuatan yang khas artinya “apa yang dikomunikasikan memberikan efek *power* tersendiri karena basis pembangunannya berupa teknologi dan juga berbagai media interaksi yang dikomunikasikan dengan teks, gambar, foto, audio, juga video. Tujuan menggunakan media ini untuk terus terkoneksi, berkomunikasi, bahkan saling berbagi (*sharing*).⁹⁷

New Media adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima sedangkan Social media adalah fase perubahan dimana seseorang menemukan, membaca dan membagi-bagikan berita, informasi, dan konten kepada orang lain.⁹⁸

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat

⁹⁷ Anne Ratnasari dan Yusuf Hamdan, *Penggunaan Blog Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.18 No.2, Desember 2015, hal.91

⁹⁸ Laila Nadiatul Falah, *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Dakwah Group Jama'ah Muslimin (Hizbullah)*, eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (01): 388-400 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id© Copyright 2014, hal : 398, di akses melalui situs:Jurnal Cendekia tanggal 13 Mei 2017

jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Menurut Everett M. Rogers merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan.

Sementara menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.⁹⁹

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan,

⁹⁹Shaktider, *New Media (Definisi, Pandangan, Manfaat, Komponen, Aplikasi, dan Menganalisa serta Menjelaskan Fitur dari New Media*. Artikel (Online). Diakses melalui situs: <https://shaktidarikhwan.wordpress.com/2014/09/29/new-media-definisi-pandangan-manfaat-komponen-aplikasi-dan-menganalisa-serta-menjelaskan-fitur-dari-new-media/10> mei 17 pukul 22.47

pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis ,dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media, karena, media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Teori Media Baru masih dalam tahap awal pengembangan dan ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk menyempurnakan dan memperluas

beberapa argumen dasar yang ditetapkan. Namun, apa yang jelas sekarang adalah bahwa konsepsi, media telah dianalisis dan diuji melalui kebanyakan seluruh beragam sekolah, teori dan metodologi. Dengan mengatur beberapa hal dalam konteks 'modernis' dan 'postmodern', telah membantu untuk mengklarifikasi banyak perdebatan besar yang terjadi di dalam dan sekitar lapangan secara keseluruhan. “Teori digital” mungkin belum disiplin dengan benar, tetapi kehadirannya akan dirasakan dan cara yang kita sebut New Media ke masa depan.¹⁰⁰

2) Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik terdiri dari kata “interaksi” dan “simbolik”. Dalam Kamus komunikasi Onong Effendy, definisi interaksi adalah proses saling mempengaruhi dalam bentuk perilaku atau kegiatan diantara orang-orang dalam masyarakat, sementara simbolik merupakan sifat yang melambangkan sesuatu.¹⁰¹ Teori ini menyatakan bahwa manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka yang diciptakan dari proses interaksi antara manusia.

Teori Interaksi Simbolik yang masih merupakan pendatang baru dalam studi ilmu komunikasi, dibangun oleh George Herbert Mead sekitar awal abad ke-19 yang lalu. Sampai akhirnya teori interaksi simbolik terus berkembang hingga

¹⁰⁰ Mulyadi Saputra, *Teori untuk New Media*. Artikel (Online). di akses melalui situs: <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.co.id/2013/05/teori-untuk-new-media.html>. 10 mei 17 pukul 22.30

¹⁰¹ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*. (Bandung: Mandar Maju, 1989), hal. 184-352.

saat ini, dimana secara tidak langsung interaksi simbolik merupakan cabang sosiologi dari perspektif interaksional.¹⁰²

Teori interaksi simbolik (*symbolic interactionism*) memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Menurut Morissan, Interaksi simbolik mendasarkan gagasannya atas enam hal yaitu:

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan arena itu akan terus berubah.
3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*), dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.
6. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.¹⁰³

Interaksi simbolik lahir dari ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*mind*) mengenai diri (*self*) dan hubungannya di tengah lingkungan sosial, yang menjadikannya media serta alat untuk menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*society*) dimana manusia tersebut menetap. Kemudian ketiga ide tersebut menjadi tiga konsep penting dalam teori interaksi simbolik ini.

¹⁰² Ardianto dkk, *Filsafat Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal. 40.

¹⁰³ Morissan, *Teori-teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 225.

Definisi singkat ketiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: pikiran (*mind*) yang merupakan kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Diri (*self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksi simbolik teori yang mengemukakan tentang konsep diri sendiri dan dunia luarnya. Masyarakat (*society*) adalah hubungan yang diciptakan dan dibangun oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam proses pengambilan peran ditengah lingkungannya.

Pada dasarnya suatu tindakan sosial melibatkan hubungan tiga pihak, yaitu isyarat awal dari gerak (*gesture*) tubuh seseorang, adanya tanggapan terhadap isyarat, serta adanya hasil, sehingga ketiga hal tersebut saling mendukung melakukan interaksi simbolik. Interaksi simbolik pada intinya menjelaskan suatu konsep untuk memahami bagaimana manusia antar sesamanya menciptakan simbo-simbol serta bentuk-bentuk perilaku mereka ketika berinteraksi. Hasil adalah makna dari tindakan yang diperoleh komunikator, sedangkan makna tidak semata-mata hanya berada pada salah satu *gesture*, tanggapan, dan hasil.¹⁰⁴

Sementara D. Miller, sebagaimana dikutip Ritzer dan Goodman, menjelaskan tiga fungsi simbol, yaitu:¹⁰⁵ Pertama, simbol memungkinkan orang berhubungan dengan dunia materi dan dunia sosial karena dengan simbol mereka

¹⁰⁴ Morissan, *Teori-teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 226.

¹⁰⁵ Rully Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Cyber*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), hal. 92

bisa memberi nama, membuat kategori, dan mengingat obyek yang ditemui, *kedua*, Simbol meningkatkan kemampuan orang mempersepsikan lingkungan, *ketiga*, Simbol meningkatkan kemampuan berfikir, *keempat*, Simbol meningkatkan kemampuan orang untuk memecahkan masalah, *kelima*, penggunaan simbol memungkinkan aktor melampaui waktu, ruang, dan bahkan pribadi mereka sendiri. dengan kata lain simbol merupakan representasi dari pesan yang dikomunikasikan kepada publik.

Dalam interaksi sosial, manusia mempelajari arti dan simbol-simbol yang menjadikannya mampu melakukan aktifitas berfikir karena manusia diciptakan dengan kelebihan berupa akal. Arti dan simbol yang diperoleh manusia dari sebuah proses interaksi membuat manusia melakukan tindakan dan interaksi yang berbeda-beda sesuai dengan simbol-simbol yang diyakini dalam masyarakatnya.

Proses Komunikasi dalam interaksi simbolis yaitu informasi seseorang kepada orang lain merupakan hasil pemaknaan simbol melalui perspektif sendiri kepada orang lain. Orang tersebut sebagai penerima informasi akan memiliki perspektif khas dalam memaknai informasi yang disampaikan aktor pertama. Dengan kata lain di antara mereka akan terlibat dalam proses saling memengaruhi sebuah tindakan sosial. Dengan demikian berdasarkan perspektif interaksi simbolik, seorang ustad berinteraksi dengan orang lain melalui makna dan simbol yang mendasari tindakan di antara mereka, dan dengan menggunakan facebook diharapkan dapat mengelola kompetensinya dengan baik.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Anne Ratnasari dan Yusuf Hamdan, *Penggunaan Blog Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.18 No.2, Desember 2015, hal.93

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis.¹ Adapun beberapa metode dalam penelitian yang akan dilakukan adalah:

A. Fokus dan Jenis Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Dengan memperhatikan uraian diatas serta bertolak titik dari rumusan masalah, maka fokus penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

Penelitian yang akan dilakukan merupakan kualitatif-deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif-kualitatif ini adalah ingin menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah untuk memahami dan menyimpulkan.

Penelitian ini berusaha menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.² Jadi penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang setelah data terkumpul penulis memaparkan, menggambarkan dan menganalisis data yang telah terkumpul sesuai dengan apa adanya. Dalam penelitian jenis ini akan dilihat gambaran yang terjadi tentang suatu fenomenal sosial.

¹Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Cet. 2, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal.41

²Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2005), hal.63.

Penelitian Kualitatif sering bertujuan menghasilkan hipotesis dari penelitian lapangan. Tujuannya adalah agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, misalnya sebelum mereka menyusun kuesioner, mengambil sampel, dan mengkuantifikasikan data yang diperoleh.³

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Banda Aceh cukup memungkinkan penulis untuk mengadakan penelitian dikarenakan responden di sini sangat sesuai untuk mendukung penelitian ini, mengingat responden berasal dari daerah tempat tinggal yang sama.

C. Sumber Data

Berkaitan dengan hal itu, Sumber data penelitian ini sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang akan diteliti. Data primer penulis peroleh dari narasumber atau informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik Sampling Purposive. Sampling Purposive adalah sampel dengan pertimbangan tertentu yang dapat dijadikan sumber bagi peneliti. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh peneliti adalah data dari Facebook yakni para da'i antara lain Ustad Umar Rafsanjani ,

³Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. keempat (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004) hal.146

Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary, ustad Abizal, Ustad Hasanuddin Yusuf Adan.

b. Data Sekunder

Sumber-sumber lain untuk melengkapi data penelitian dapat berwujud buku-buku referensi, laporan/jurnal yang relevan yang sesuai dengan objek kajian yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber dan data-data pendukung lainnya yang diperoleh secara tidak langsung.

D. Informan Penelitian

Menurut Nursalam informan penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Lazimnya informan atau narasumber penelitian ini ada dalam penelitian yang subjek penelitiannya berupa “kasus” (satu kesatuan unit), antara lain yang berupa lembaga atau organisasi atau institusi (pranata) social. Di antara sekian banyak informan tersebut. Ada yang disebut narasumber kunci (*key informan*) seseorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.⁴

Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini adalah da'i yang ada di kota Banda Aceh.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan beberapa langkah, yaitu observasi, wawancara.

⁴ Nursalam, Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan, (Jakarta: PT. Salemba Medika, 2003), hal. 97.

a. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dari pemahaman ini dapat disimpulkan bahwa metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan panca indra.⁵

Observasi bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung (tanpa mediator) suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.⁶

Adapun proses pengumpulan data melalui observasi dapat dibagi menjadi dua model, yaitu:

- 1) Observasi Berperan Serta (*Partisipant Observation*), Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi berperan serta kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian.
- 2) Observasi (*Non-Partisipan*) Observasi nonpartisipan yaitu peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen.⁷

⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press), 2001, Hal.142

⁶Rachmat Kriyantono, *Teknik praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2014),hal.110.

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta,2011), hal.145.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*).⁸

Wawancara bukan sekedar alat dan kajian. Wawancara merupakan seni kemampuan sosial, peran yang kita mainkan memberi kenikmatan dan kepuasan. Hubungan yang berlangsung dan terus menerus memberikan keasyikan, sehingga kita berusaha terus untuk menguasainya. Karena peran memberikan kesenangan dan keasyikan, maka yang dominan dan terkuasai akan membangkitkan semangat untuk berlangsungnya wawancara.⁹

Ankur Garg, seorang psikolog menyatakan bahwa wawancara dapat menjadi alat bantu saat dilakukan oleh pihak yang mempekerjakan seorang calon/kandidat untuk suatu posisi, jurnalis, atau orang biasa yang sedang mencari tahu tentang kepribadian seseorang ataupun mencari informasi.¹⁰

Melakukan wawancara berarti berhadapan langsung dengan responden untuk menggali informasi berkaitan dengan permasalahan dalam suatu penelitian. Pada dasarnya wawancara bertujuan untuk membangun konfidensi periset pada informannya.

⁸ Burhan Bungin, *Metode penelitian kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers), 2011 , Hal: 155

⁹ Jame A. Black dan Dean J. Champion, *Metode & Masalah Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Refika Aditama), 2009, Hal.305

¹⁰<https://id.wikipedia.org/wiki/Wawancara>. Di akses tanggal 23 mei 2017. Pkl. 17.03

F. Teknik Analisis Data

Setelah data kualitatif dikumpulkan melalui penelitian ini, maka data-data tersebut dianalisis berdasarkan konsep dan teori-teori maupun petunjuk pelaksanaan, yang berarti bahwa data-data dianalisis untuk mengevaluasi kondisi realistik kegiatan pelaksanaan lapangan. Secara keseluruhan, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas oleh peneliti sehingga datanya sudah jenuh, sesuai dengan prosedur atau langkah-langkah yaitu :¹¹ "reduksi data, display data dan verifikasi data". Hal ini sesuai dengan model analisis data selama berada di lapangan versi Miles dan Huberman. Penjelasan masing-masing teknik analisis data tersebut dapat penulis uraikan sebagai berikut:¹²

1. Reduksi Data

Pada tahap ini langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membuat abstraksi. abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Di sini peneliti menelaah seluruh data yang terkumpul, sehingga peneliti menemukan hal-hal pokok dalam objek penelitian, selanjutnya mengumpulkan data yang telah ada baik hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

Pada tahap reduksi data, kegiatan yang dilakukan adalah menelaah seluruh data yang telah dihimpun dari lapangan sehingga dapat ditemukan hal-hal yang pokok dari obyek penelitian. Kegiatan lain yang dilakukan adalah juga

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta,2012). Hal. 246

¹² Miles, Matthew B and Huberman, A.Michael, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press,2006). Hal. 122

mengemukan data atau informasi dari hasil observasi, hasil wawancara dan hasil pengumpulan dokumentasi dan mencari inti atau pokok-pokok yang penting dari setiap temuan di lapangan. Setelah data penelitian terkumpul, agar tidak terjadi penumpukan dan memudahkan dalam mengelompokkan serta menyimpulkan perlu dilakukan reduksi data. Dalam hal ini menerangkan bahwa: "reduksi data sebagai suatu proses pemilihan, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah/kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan".¹³

Dapat dipahami bahwa reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, mengungkapkan hal-hal penting. Menggolongkan, mengarahkan, membuah yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar lebih sistematis sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan yang bermakna. Adapun data yang telah direduksi akan dapat memberikan gambaran tentang facebook sebagai media dakwah di Kota Banda Aceh.

2. Display Data

Setelah data di reduksi maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Tahap ini dilakukan dengan cara merangkum data-data yang telah dituangkan dalam suatu susunan yang sistematis untuk mengetahui kedisipinan guru.pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah merangkum data temuan peneilian dalam susatu susunan yang sistematis, untuk mengetahui fokus penelitian sesuai dengan kajian teorits, dan tantangan apa saja yang dihadapi saat meningkatkan kepuasan kerja guru, sehingga melalui display data memudahkan bagi peneliti

¹³ Miles, Matthew B and Huberman, A.Michael, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press,2006). Hal. 124

menginterpretasikan data yang terkumpul. Display data dilakukan setelah proses reduksi. "Penyajian data display dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan "yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif".¹⁴ Dengan mendisplay data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* dan *chart*.

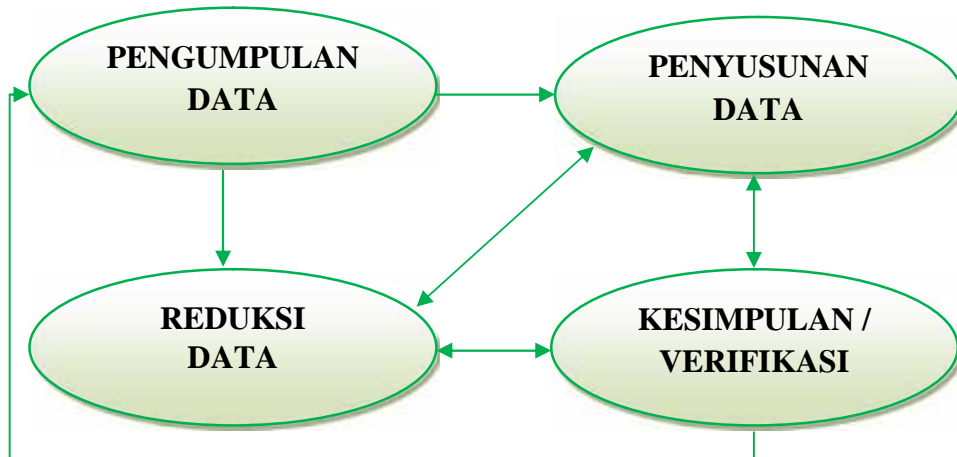
Dari pernyataan di atas, jelaslah bahwa seorang peneliti harus benar-benar memahami data apa saja yang sudah didisplaykan. Minimal peneliti mampu mereduksi data ke dalam huruf besar, huruf kecil, dan angka, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data.

3. Verifikasi Data

Pada tahap ini dilakukan pengkajian kesimpulan yang telah diambil dengan data perbandingan dari teori yang betul-betul cocok dan cermat. Dengan demikian hasil pengujian yang seperti ini dapat dianalisis dengan mengambil suatu kesimpulan yang dapat dipercaya. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini antara lain: (a) menguji kesimpulan yang telah diambil dengan membandingkan dengan teori-teori yang relevan, (b) dan melakukan proses *member check* mulai dari penelitian awal, observasi lapangan, wawancara, studi dokumentasi dari data

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012). Hal. 341

dan informasi yang telah dikumpulkan dan pada akhirnya membuat kesimpulan untuk kemudian dilaporkan sebagai hasil penelitian.



Gambar 3.1. : Analisis interaktif Miles dan Huberman.¹⁵

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta,2012). Hal. 341

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Nama-nama da'i di Kota Banda Aceh

Dinas syariat Islam merekrut beberapa pendakwah dari berbagai kalangan, seperti dosen, tengku, pemimpin dayah, kantoran untuk dijadikan Da'i perkotaan, nama-nama Da'i perkotaan yaitu:

Tabel 4.1. Nama Da'i Perkotaan

No	Nama dai
1	Ust. Rustandi Komaruddin, S. Pd I
2	Dr. Ir. Husni Musanif, M. Agric Sc
3	Dr. Abizal Muhammad Yati, Lc MA
4	Dr. Nurchalis Muchtar, Lc MA
5	Ust. Ahmad Rizal. Lc MA
6	Ust. Mulia Rahman, MA
7	Ust. Mursalin Lc MA
8	Ust. Mubashshirullah Lc
9	Tgk. H. Gamal Akhyar Lc. MA
10	Ust. Fadli, S. Pd I
11	Ust. M. Hasan Djamali, MA
12	Ust. Bukhari M. Ali, S. Ag
13	Ust. Drs. Sahlan M. Dian
14	Ust. Zainuddin, S. Pd I

15	Ust. Fahmi Sofyan SS MA
16	Ust. Hafni S. TH
17	Ust. Darisman, S. Ag
18	Ust. Zamakhsyari
19	Ust. Daiyadi Reza Setiawan, S. Pd I MA
20	Ust. Drs. Firdaus Abdullah
21	Ustzh. Cut Nurlelawati, A. Md
22	Ustzh. Fauziah
23	Ustzh. Darmiana
24	Tgk. Hafidhi A. Latief
25	Ustzh. Hindon Ridwan
26	Ustzh. Ir. Ranian Dewi
27	Ust. Khalidillah
28	Ust. Muslim Palabni
29	Ustzh. Hj. Ritha Satelinawati
30	Ust. Adnan Ali
31	Ust. Ali Arsyad ISU, S. Pd I MA
32	Tgk. Ridha Yunawardi
33	Ust. Agusri Syamsuddin, MA
34	Regina Fadilla, S. Psy
35	Ust. Shaifuddin
36	Ustzh. Kamisah Kamaruddin, S. Ag M. Ag
37	Ust. Wahyu Mimbar

38	Ust. Arifuddin, S. Pd I
39	Ust. Kasim Yahya
40	Ustzh. Dra. Nursalmi
41	Ust. Fadlan amini
42	Ustzh. Nuriah
43	Ust. M. Meflin Al-Husaini
44	Ust. Husni Suardi, A. Md
45	Ust. Saifani, MA
46	Ust. Zulkifli Zakaria
47	Ust. H. Razali Juned
48	Ust. Mustafa Kamal, S. Ag
49	Ust. Amrul Amin, Ch Cht
50	Ust. Fathurrahmi

Sumber: Dinas Syariat Islam Banda Aceh

Adapun da'i yang penulis wawancarai berjumlah 4 orang yaitu: ustad Nurkhalis Mukhtar, Lc. MA, Ustad Hasanuddin Yusuf Adan, Ustad Umar Rafsanjani Lc, MA, Ustad Abizal M. Yati, Lc MA

B. Strategi dakwah melalui *facebook* yang dilakukan oleh pendakwah di kota Banda Aceh

Strategi dakwah merupakan metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan sekali dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan

waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya dengan kemajuan peradaban manusia menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideologi bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi.

Untuk dapat mencapai tujuan yang tepat dan mendapatkan keberhasilan, maka seorang da'i harus pandai dalam memilih *facebook* sebagai media dakwah. Masyarakat masa kini adalah masyarakat plural yang berkembang dengan berbagai kebutuhan yang praktis, sehingga kecanggihan teknologi mau tidak mau akan menghadapi dan menjadi idaman dalam kehidupan masyarakat. Kecanggihan teknologi telah membuka sekat dan menghilangkan batas ruang dan waktu, sehingga memilih dan menggunakan *facebook* sebagai media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman. Hal ini juga sesuai dengan ungkapan dari salah satu pendakwah yaitu sebagai berikut:

Semenjak munculnya *facebook*, perkembangan ini juga di iringi dengan perkembangan dan juga dikembangkan dibidang dakwah, sebuah media baru muncul maka para da'i muncul ide untuk membangun dakwah melalui *facebook*.¹

Dengan demikian, media dakwah merupakan wasilah bagi keberhasilan dakwah yang dilakukan. Sejak lahirnya *facebook*, maka para da'i memanfaatkan *facebook* sebagai media untuk mengembangkan informasi tentang pesan-pesan dakwah sebagaimana diungkapkan oleh salah satu da'i di kota Banda Aceh yaitu:

Muncul ide berdakwah di *facebook* saya pribadi sudah sedikit lama, tapi memang ketimbang kita menshare hal-hal berkaitan dengan kajian keilmuan itu sendiri, maka kita mulai melalui *facebook*, sebagai mana

¹ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

firman Allah dalam Al-qur'an surah Fushilat ayat 33 yang artinya *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya Aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"*. Disini salah satu sebab kenapa kita mambangun dakwah harus dilakukan salah satunya yaitu lewat media *facebook*, kalau berbicara sejak kapan yang jelas sudah lama kita melalukan dakwah melalui *face book*.²

Hal tersebut juga diungkapkan oleh ustad lain bahwa:

Semenjak kita lihat banyak masalah-masalah yang muncul di dunia maya, sehingga kita ikut bergabung di *facebook* untuk berdakwah. Saat kita lihat sarana dakwah bisa efektif melalui *facebook*, maka langsung kita gunakan *facebook* itu sebagai media dakwah untuk berdakwah.³

Sejak *facebook* lahir, gerakan dakwah terus menggunakan media *facebook* untuk berdakwah mereka menganggap sangat tepat dan efektif sehingga lebih mudah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.⁴

Dari ungkapan di atas terlihat bahwa pendakwah di zaman ini tidak lagi mapan dengan hanya kebolehan berpidato atau berceramah. Tetapi pendakwah zaman ini adalah penyelidik dan penggerak kepada penyelesaian masalah semasa secara praktis. Artinya dalam posisi ini mempunyai kesadaran dan telah menempatkan pada posisi startegis dengan menghadirkan dan mengikutsertakan teknologi informasi sebagai mitranya dalam dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Sehingga para pendawakwah mulai membangun dakwahnya melalui *facebook* pada mulanya para da'i menulis pesan-pesan dakwah di face book agar dakwahnya tersalurkan kepada seluruh pengguna *facebook*. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang penulis lakukan yaitu :

Sebenarnya tidak membangun dakwah di *facebook*, Cuma ini hanya keinginan saja, kita lihat ada *facebook*, maka kita memanfaatkan media

² Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

³ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁴ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

facebook sebagai media *facebook*, serta menulis pesan-pesan dakwah tentang pembahasan yang menarik. Seperti organisasi dakwah untuk membuat group-group untuk mengembangkan dakwah di *facebook*.⁵

Hal tersebut juga senada dengan ungkapan para pendakwah lainnya yaitu:

Membangun dakwah di *facebook* itu saya lakukan melalui teman-teman dengan menshare pandangan-pandangan yang saya utarakan, sehingga banyak teman-teman yang like dan koment mungkin mereka merasa bermanfaat atas apa yang telah kita tulis, sehingga teman-teman *facebook* cenderung untuk mengikutinya.⁶

Selanjutnya para da'i juga mengungkapkan hal yang sama dalam memanfaatkan face book sebagai media dakwah yaitu :

Kita lihat adanya bebarapa problem yang timbul di *facebook*, dan dengan adanya kawan-kawan melalui *facebook*, maka mencoba juga memulai dakwah melalui *facebook* karena tidak mungkin berdakwah *face to face* dengan orang-orang yang belum kita kenal.⁷

1. Mengumpulkan group *facebook*

Para da'i yang ada di kota Banda Aceh memiliki strategi tersendiri dalam membangun dakwah melalui media *facebook*, seperti ungkapan sebagai berikut:

Dalam membangun dakwah di *facebook* ada beberapa cara diantaranya, mengumpulkan group *facebook*, kontak *facebook*, kemudian menyampaikan dakwah dalam bentuk tulisan, kemudian ketika *facebook* bisa komunikasi langsung dengan gratis maka peluang dan fasilitas ini juga digunakan untuk berdakwah dengan percakapan, awalnya tidak free percakapan *facebook* hanya kirim tulisan saja. Intinya dimulai berdakwah melalui tulisan, kemudian melalui lisan, kemudian berkembang lagi diskusi-diskusi yang bersifat periodik juga menggunakan *facebook* ini, sehingga pesan-pesan dakwah kepada mad'u cepat sampai dan tetap sasaran, karena kalo menggunakan media *facebook* ini ada pertanyaan bisa ditanyakan dan kalo ada kesalahan bisa langsung dikoreksi.⁸

⁵ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁶ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁷ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁸ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

Keberadaan internet sebagai media dakwah sudah bukan lagi pada tataran wacana lagi. Sudah saatnya para da'i atau pendakwah untuk menyadari dan segera melakukan langkah-langkah strategis untuk menjaga dan mentarbiyah generasi-generasi muda kita agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media internet. Adapun mekanisme dalam menyampaikan dakwah di face book memiliki gaya tersendiri seperti penulis wawancara sebagai berikut:

Mekanisme dalam menyampaikan dakwah itu berbeda-beda, bagi saya mekanisme yang saya gunakan yaitu memilih topik-topik yang hangat, menggunakan bahasa yang santun, dan menggunakan bahasa yang sederhana agar mudah di mengerti dan tidak terlalu panjang pembahasannya agar para pembaca tidak mudah bosan.⁹

Hal tersebut juga hampir sama dengan ungkapan pendakwah lainnya yaitu sebagai berikut:

Mekanisme dalam penyampaian dakwah di *facebook* tentunya kita memilih kata-kata yang tepat dan hal-hal yang tepat yang sesuai dengan Al-quran dan hadist Rasulullah, kalau kita mengutip pandangan para ulama atau pandangan tokoh tertentu hendaknya share kita atau apa yang kita hadirkan di khalayak *facebook* itu hal-hal jauh dari isu-isu yang bisa menimbulkan hal yang tidak baik seperti isu sara atau isu yang memecahkan persatuan umat, jadi kita memilih kata-kata yang tepat saat yang tepat dan bahasa yang baik.¹⁰

Mekanisme dalam menyampaikan dakwah melalui *facebook* tidak memiliki ketentuan tertentu melainkan hanya mengikuti format yang ada di *facebook*. Adapun hal yang paling penting yang harus diperhatikan yaitu berbicara dengan santun, sehingga para pembacanya bisa meresapi tentang pesan-pesan dakwahnya. Hal ini sesuai dengan penulis wawancara sebagai berikut:

Mekanismenya hanya mengikuti format *facebook* sendiri sebagai media social, artinya menyangkut dengan waktu bebas saja tidak ada

⁹ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

¹⁰ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

format waktu tertentu, karena siapa yang menerima pesan dakwah itu dia bisa buka pesan dakwah tersebut kapan saja.¹¹

Disamping itu, penyampaian dakwah melalui *facebook* memiliki mekanisme yang kondisional yaitu tergantung kondisi atau permintaan dari pengikut *facebook*. Berikut ungkapan dari penulis wawancara yaitu:

Mekanisme yang kita gunakan yaitu dengan menulis, dengan video, membuat status, serta mengomentari status orang, dengan niatnya untuk menyampaikan dakwah, mekanismenya tergantung permintaannya saja (kondisional).¹²

2. Menanggapi Pertanyaan Audien

Selanjutnya mekanisme dalam menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang muncul dari pengikut *facebook*. Dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah tentunya akan lahir beberapa pertanyaan yang harus di tanggap oleh para pendakwah sebagai. Maka hal tersebut dalam menjawab pertanyaan memiliki strategi yang berbeda, seperti ungkapan dari penulis wawancara sebagai berikut:

Saya menanggapi komentarnya bersifat kondisional, kadang-kadang telat menanggapi, kadang pula langsung di tanggap, intinya untuk menanggapi komentarnya kita sering mengkondisikan waktu-waktu yang kosong dari kegiatan lain.¹³

Selanjutnya juga didukung oleh ungkapan dari ustad lain yaitu sebagai berikut:

Biasanya memang sebagaimana disampaikan oleh guru-guru kita di TV atau disuatu wawancara saya melihat bahwa kalo ada pertanyaan di *facebook* kalo itu penjelasannya perlu bersifat panjang lebar ataupun ada hal-halnya yang perlu kita jelaskan secara mendetail maka kita melihat kepada waktu kita lebih bagus membalas komentars kalo memang terlalu panjang dan kita muraja'ah dulu atau melihat kepada referensi-referensi kalau memang itu menyangkut dengan persoalan penting kemudian memilih waktu yang tepat mungkin ashar ataupun

¹¹ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

¹² Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

¹³ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

magrib waktu-waktu istirahat sehingga orang membacapun lebih bisa memahami jawaban dari kita.¹⁴

Dalam hal menanggapi pertanyaan di *facebook*, memang sebagian da'i mengatur waktu yang tepat untuk menjawabnya karena pertimbangannya agar jawaban yang diberikan itu benar-benar tepat dan sesuai dengan konteks yang sedang dibahas. Namun ada juga da'i yang menanggapi pertanyaan tidak membutuhkan waktu yang khusus, dan bersifat kondisional, seperti ungkapan sebagai berikut:

Tidak ada waktu khusus, tapi insyaallah semua pertanyaan atau problem akan kita tanggapi semuanya, biasanya kita tanggapi pada waktu-waktu yang kosong atau waktu yang tidak ada kiagatan apa-apa maka kita jawab semampu kita.¹⁵

Ungkapan tersebut juga sesuai dengan penjelasan dari ustad lain yang penulis wawancarai sebagai berikut:

Biasanya kita yang bisa menjawab begitu masuk ada waktu lapang langsung kita jawab. Kemudian kalau tidak bisa karena terkendala dengan kegiatan kita akan menjawabnya dimasa-masa senggang biasanya sore hari atau malam hari itu sudah bebas walaupun kita mau lihat rujukan-rujukan ada waktu untuk memasukan rujukan pada jawaban kita itu.¹⁶

3. Menggunakan Bahasa yang Sederhana

Proses komunikasi yang ada dalam *facebook* ini menjadi suatu kajian yang sangat menarik. Jejaring sosial ini telah mengubah teori-teori yang ada dalam komunikasi tatap muka menjadi teori baru dalam komunikasi bermedia komputer. salah saatu teori dalam komunikasi tatap muka menyebutkan bahwa dalam komunikasi memerlukan kesamaan perseptif terhadap makna dari kode-kode yang

¹⁴ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

¹⁵ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

¹⁶ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

dihasilkan antara individu. Kondisi tersebut menyebabkan individu, baik sebagai sender atau receiver memerlukan pemahaman yang sama terhadap kode-kode dalam komunikasi. Sementara dalam jejaring, individu memiliki otoritas dalam memproduksi teks.

Umumnya seseorang akan berkomunikasi dengan orang yang mempunyai kedekatan fisik antara komunikator dan komunikan. Tak ubahnya sebuah majlis yang berisikan tentang sekumpulan orang yang memiliki tujuan dan latar belakang yang sama. *Facebook* yang merupakan salah satu jejaring sosial ini telah mengubah pola interaksi lama dengan pola interaksi baru dimana komunikasi dapat dilakukan meski terbatas ruang dan waktu.

Mereka yang pada dasarnya tidak saling mengenal di dunia nyata, mempunyai latar belakang kebudayaan, pendidikan dan status sosial yang berbeda tidak menjadi batasan pada saat berinteraksi. inilah potret ruang publik kontemporer yang telah mengakomodasi ekspresi serta partisipasi dakwah individu warga negara secara leluasa. Maka dalam hal ini para pendakwah selalu menghadirkan cara-cara tersendiri untuk membangun komunikasi antar ummat seperti ungkapan yang penulis temukan dilapangan sebagai berikut:

Komunikasinya langsung antara da'i dengan audien (*facebooker*), kita tidak tau apakah mereka membaca atau tidak, yang jelas kita tau klo ada like atau komentarnya berarti ada tanggapan, dan komunikasi kita diterima oleh mereka.¹⁷

Dalam menyampaikan dawakwahnya, para da'i mencoba membangun komunikasi dengan melihat kapasitas audiennya dan membangun komunikasi yang sesuai dengan permintaan pengikut *facebooknya* serta melihat pula sejauh

¹⁷ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

mana mereka merespon atau tidak tentang tulisan atau video yang disebarkannya.

Seperti ungkapan sebagai berikut :

Kita lihat kepada audiennya atau kita sesuaikan kapasitasnya seperti backgroundnya, cara dia mencernakan hasil dari bahasa kita, supaya komunikasi lancar, menanggapinya tergantung pada permintaan yang mudah dia pahami apakah secara langsung dan secara bercanda agar mereka mudah memahaminya.¹⁸

Salanjutnya, untuk meningkatkan respon dari pengikut *facebook* maka para da'i membangun hubungan dengan teman-teman *facebook* agar pesan-pesan dakwah dapat tersalurkan, seperti ungkapan pendakwah sebagai berikut:

Selain dengan lisan dan tulisan tadi, kita bisa juga menggunakan melalui pertemanan kepada siapa kita mau sampaikan dakwah bisa melalui teman dia maka teman dialah yang menyampaikan dakwahnya.¹⁹

Disamping itu, interaksi antara da'i dan audien di media *facebook* merupakan komunikasi secara langsung. Hal ini sesuai dengan ungkapan dari salah-satu pendakwah di kota Banda Aceh yaitu :

Bentuk komunikasi umumnya saya memilih komunikasi secara langsung.²⁰

4. Memilih Topik

Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi, tetapi juga oleh diri komunikator. Fungsi komunikator atau da'i dalam pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat, dan perilakunya. Komunikan yang akan mengkaji siapa komunikator yang akan menyampaikan

¹⁸ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

¹⁹ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

²⁰ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

pesan tersebut. Jika ternyata informasi yang diutarakan tidak sesuai dengan diri komunikator, betapapun tingginya teknik komunikasi yang digunakan, maka hasilnya tidak akan sesuai yang diharapkan

Di sisi lain untuk mendukung keberhasilan dan legitimasi pelaku dakwah selaku komunikator, pelaku dakwah harus memiliki kemampuan dalam menarik perhatian mad'u dalam menyampaikan dakwah di media *facebook*, penyampaian dakwah yang dilakukan oleh da'i memiliki keragaman seperti dalam bentuk tulisan dan dalam bentuk video. Hal ini terlihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

Untuk menarik perhatian mad'u kita bisa menyampaikan dakwah dalam berbentuk tulisan, kadang-kadang kalo perlu suara maka kita jawab juga dengan suara. Yang jelas komunikasi itu akan terus kita bangun agar si mad'u bisa terpenuhi maksudnya dan merasa puas dengan komunikasi kita selama ini.²¹

Disamping itu, ungkapan tersebut juga senada dengan hasil wawancara berikut :

Kita sering menggunakan bahasa yang menarik disertai kisah-kisah dan perumpamaan, sehingga orang yang membacanya menarik begitu masuk pesan dia mau membacanya dan ada faedah-faedahnya sehingga tidak dibuang begitu saja.²²

Kadang bisa lewat tulisan kadang bisa melalui rekaman video, bahkan ada misalkan ada rekaman-remakaman kemudian kita share ke *facebook*.²³

Disamping menarik perhatian audiennya, pada da'i juga memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan konsep yang akan dijadikan sebagai materi

²¹ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

²² Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

²³ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

pembahasannya, seperti konsep yang sedang hangat, mudah dipahami, simpel dan tidak bertele-tele. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara di bawah ini:

Memilih tema yang sesuai dan yang lagi hangat, serta menggunakan bahasa yang santun dan bahasa sederhana yang mudah diserap oleh semua kalangan.²⁴

Ungkapan diatas didukung oleh pendapat ustad dibawah ini:

Tidak ada satu konsep yang khusus, kalo ada masalah langsung di jawab, paling menggunakan konsep yang simpel, mudah dipahami, tidak bertele-tele, dan konsep yang tidak perlu lagi ada tanda tanya, bila perlu singkat saja dalam menjawab dan yang peling perlu mudah di pahami oleh orang yang bertanya.²⁵

Mengkonsep dengan cara memahami persoalan yang kita angkat, memilih bahasa yang tepat, cara yang tepat, memilih waktu yang tepat, kemudian kalo ada persoalan maka kita hadirkan solusi atau memberi sebuah bahan renungan dan hal-hal yang menguntungkan kepada orang lain.²⁶

Dari hasil wawancara diatas, terlihat bahwa dalam mengkonsep materi pembahasa memiliki tehnik yang hampir sama antara sesama ustad.

Adapun obyek atau mad'u adalah orng menjadi sasaran dakwah. Masyarakat sebagai obyek dakwah adalah salah satu unsur penting di dalam sistem dakwah yang tidak kalah penting peranannya. oleh sebab itu, masalah masyarakat adalah masalah yang harus dipelajari sebelum melangkah ke aktivitas dakwah yang selanjutnya.

Mad'u atau obyek dakwah terdiri dari berbagai masam golongan manusia, oleh karenanya menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri kedalam profesi, ekonomi dan seterusnya. Obyek dakwah yang pernah dilakukan oleh Ustad di Banda Aceh, terdiri dari: masyarakat, mahasiswa,

²⁴ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

²⁵ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

²⁶ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

akademisi, dosen, pegawai instansi serta seluruh pengguna *facebook*. Hal ini terlihat dari ungkapan sebagai berikut:

Yang menjadi target yaitu semua mereka yang ada di dalam group *facebook*, dalam akun saya memiliki pengikut sekitar lebih kurang 5000 diantaranya ada dari kalangan masyarakat biasa, mahasiswa, pihak akademisi, pengusaha dan ustad-ustad.²⁷

Selanjutnya juga diungkapkan oleh ustad lain sebagai berikut:

Target dakwah yang pertama orang-orang yang belum kita kenali tapi dia memerlukan hal itu, orang-orang menurut kita lihat pemahamannya agak kurang ataupun rancu berlainan dengan pemahaman kita, jadi ketika baca atau kita lihat status yang terlintas pada dinding kita karena ada hal-hal yang rancu maka kita langsung berperan, dan kita cari metode agar target kita tercapai dan dia bisa pahami dari apa yang kita sampaikan.²⁸

Ungkapan diatas juga hampir bersamaan dengan ungkapan dibawah ini yaitu:

Kalau melalui *facebook* itu sebetulnya terfokus pada orang-orang yang menggunakan *facebook* saja jadi bukan masyarakat umum, dan orang-orang yang menggunakan *facebook* itu umumnya orang terpelajar sementara orang kampung yang menggunakan *facebook* kurang berminat untuk berkomunikasi dengan jalur dakwah, ada satu dua orang yang berkomunikasi maka kita layani dengan baik.²⁹

Target dakwah pada umumnya memang seluruh pengguna *facebook* dan serta tidak melihat berasal dari kalangan mana saja. Hai ini sesuai dengan argument sebagai berikut:

Target dakwah memang umumnya kepada seluruh pengguna *facebook*, tapi memang pengguna *facebook* ini bertingkat-tingkat makanya kita memilih metode yang sesuai dengan Al-quran, seperti dengan hikmah, mauidhah hasanah, dan kata yang santun, jadi metode yang umum kita pake yaitu mauidhah hasanah dan bil hikmah yaitu dengan cara keilmuan.³⁰

²⁷ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

²⁸ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

²⁹ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

³⁰ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

Adapun dalam mengatur edisi penerbitan pesan-pesan dakwah tidak memiliki waktu yang khusus. Tetapi para da'i hampir tiap hari mengeluarkan pesan-pesan dakwah di media *facebook*, disamping itu para da'i juga memerhatikan moment-moment tertentu agar pesan-pesan dakwahnya tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para audiennya. Seperti ungkapan sebagai berikut:

Edisinya tidak ada pengaturan secara khusus, Cuma disesuaikan dengan moment-moment tertentu, seperti masalah natal, kalau bulan puasa hamper tiap hari saya sampaikan dawkah, maulid nabi, pesan-pesan jum'at, dan LGBT.³¹

Masalah edisi penerbitannya memang tidak ada urutan khusus, sekali-kali kita lihat kondisi, ataupun isu-isu semasa, kalo memang ada isu yang aktual maka kita langsung tanggapi, intinya edisinya tergantung isu aktualnya.³²

Selama ini secara kelembagaan kita ada group dewan dakwah, jadi group ini di tangani oleh seorang pengatur, semua bahan dakwah kita masukkan kedalam group itu, maka otomatis akan masuk kepada semua anggota group dimana saja mereka berada diseluruh dunia ini, kebutuhan anggota group itu lebih banyak orang-orang terpelajar, mahasiswa, dosen, PNS, atau karyawan pada instansi-instansi lain.³³ Memang seyokyanya hal yang kita share itu tidak berdekatan dalam artian ada jeda, misalnya dalam satu hari kita bisa memposting satu artikel paling banyak dua artikel, kalau terlalu banyak hilang fokusnya bagi pembaca.³⁴

Selanjutnya fenomena dakwah melalui jejaring sosial *facebook* khususnya di Aceh mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengna hadirnya para aktivis dakwah untuk memanfaatkan *facebook* sebagai sara media

³¹ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

³² Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

³³ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

³⁴ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

dakwah islam. dimana semua pengguna facebook bisa melihat, belajar di *facebook* untuk menambah wawasan keilmuan dan informasi seputar dunia islam.

Ada beberapa alasan para da'i memilih facebook sebagai media dakwah yang dijadikan salah satu strategi dakwah, yaitu:

1. Karna *facebook* mudah, simple, kita menggunakan juga tidak memerlukan waktu yang banyak, dan mengaksesnya dengan mudah serta tidak membutuhkan biaya yang banyak.³⁵
2. Karena sekarang dunia medern, *facebook* diantara media untuk berhasil menyampaikan dakwah kita, seperti dalam kaedah ushul fiqh al *wasail muqasid* media itu atau wasilah-wasilah itu wajib, hukum maqasidnya wajib maka menyampaikan dakwah itu adalah wajib.³⁶
3. Karena *facebook* itu salah satu media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah sehingga orang banyak yang berubah kalo kita mau berdakwah ke Aceh Timur umpamanya kita harus pergi dan memerlukan waktu, tenaga, dan biaya baru bisa kita pergi ke Aceh Timur tetapi kalau dengan facebook dalam menit kita bisa menyampaikan pesan-pesan dakwah. Jadi *facebook* ini termasuk salah satu media yang cukup memudahkan seorang dai untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.³⁷
4. Saya memilih *facebook* karena *facebook* ini banyak digemari ataupun banyak diikuti dari berbagai kalangan, jadi memilih *facebook* juga salah satu hal yang penting dan salah satu media sosial yang banyak diminati.³⁸

Dalam membahas strategi dakwah maka tidak terlepas dengan target yang harus dicapai dalam penyampaian dakwahnya. Adapun target yang menjadi sebagai harapan para pendakwah di kota Banda Aceh, agar seluruh masyarakat memahami tentang persoalan agama, serta menjadi perubahan kearah yang lebih baik. Hal ini dapat kita lihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

³⁵ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

³⁶ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

³⁷ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

³⁸ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

1. Target dakwah untuk perubahan, pencerahan, petunjuk, hidayah. Melalui pesan singkat ini dapat mendapatkan hidayah dari Allah serta mendapatkan perubahan kearah yang lebih baik.³⁹
2. Targetnya yang pertama mereka harus pahami tentang apa saja dakwah yang kita sampaikan, kalau dia sudah pahami berarti kita sudah tercapai target, tapi jika mereka belum memahami tentang isi dakwah kita berarti target kita belum tercapai.⁴⁰
3. Kita berharap masyarakat *facebook* itu akan bertambah iman, taqwa kepada Allah, dan meningkatkan ibadah tidak sia-sia dalam kehidupan ini, seraya meninggalkan larangan-larangan Allah baik yang besar maupun yang kecil.⁴¹
4. Target penyampaian dakwah di *facebook* sebenarnya bukan mengacu kepada like ataupun share kepada orang lain, tetapi kita menargetkan *facebook* atau media lainnya itu terisi dengan kata-kata yang baik, karena setiap kata-kata yang dikeluarkan itu memiliki energi yang positif, kemudia dengan energi positif itu bisa dibaca oleh orang lain kemudian tergerak hatinya untuk memahami kemudian untuk mengamalkannya, ketika itu kata-kata yang dikeluarkan mendidik kearah yang positif yang bisa bermanfaat kepada peserta didik dan kepada teman-teman di *facebook*.⁴²

5. Kata-kata yang Santun

Selanjutnya, disamping meraih target yang harus dicapai oleh seorang da'i juga membutuhkan tehnik tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti menggunakan bahasa yang lembut dan santuk serta persuasif. Maka dalam hal ini sangat sesuai dengan hasil wawancara yang penulis dapatkan dilapangan yaitu:

Kita menyampaikannya tidak ada bujuk rayu, Cuma kata-kata yang lembut, mudah dipahami, dan tema-tema yang lagi hangat.⁴³

³⁹ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁴⁰ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁴¹ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁴² Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁴³ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

Dengan demikian, dalam menyampaikan dakwah tidak selamanya menggunakan dengan cara yang lembut. Akan tetapi sekali-sekali perlu menggunakan kata-kata yang tegas. Seperti ungkapan dibawah ini yaitu:

Dalam menyampaikan dakwah kita kondisikan, bagi sebagian orang yang agak keras maka kita berikan caranya dengan tegas, bagi orang yang lemah lembut maka kita tanggapi dengan lemah lembut juga, intinya kita sesuaikan dengan kondisi.⁴⁴

Hal tersebut juga senada dengan ungkapan di bawah ini yaitu:

Umumnya siapapun dan dari manapun kalangan kita tentu suka dengan kata-kata yang baik, ucapan yang santun, ketika ada orang yang keliru tentu kita memilih kata-kata yang tepat, ketika kita ingin menyampaikan sebuah pandangan tentang keagamaan walaupun kita tau itu atas kebenaran tapi pilih kata-kata yang baik, dan kalimat yang bijak itu lebih mempengaruhi paling tidak mereka tidak merasa disudutkan dengan kata-kata kita.⁴⁵

Kata-kata yang baik, lembut dan santun memang sudah menjadi keharusan dalam hal berdakwah. Namun unsur persuasif kadang kala tidak terlalu penting dalam penyampaian dakwahnya. Hal ini didasari oleh ungkapan dibawah ini yaitu:

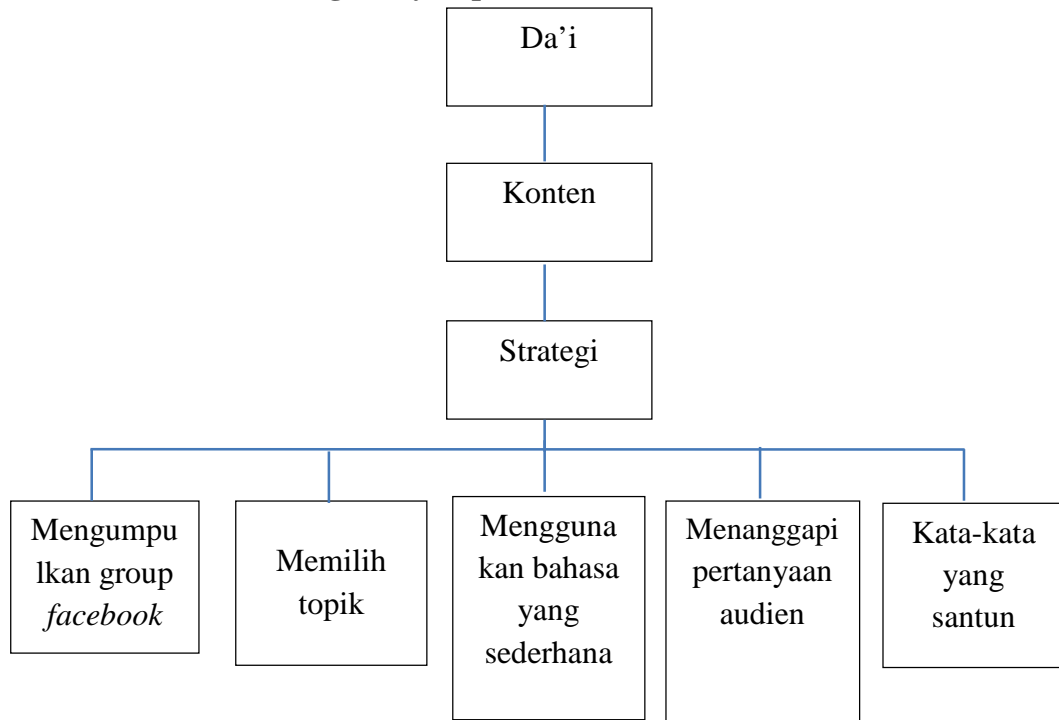
Sebetulnya kalau dakwah itu datangnya dari kita tidak ada unsur bujuk rayu tapi unsur penyampaian dakwah amar makruf nahi mungkar, kalau ada persoalan yang muncul seperti persoalan keluarga atau persoalan perkelahian di kampung itu perlu bimbingan dan pengawasan, setelah kita bimbing untuk berdamai berbaik tidak ada kacau balau lagi sesuai dengan apa yang telah dipraktikan oleh Rasulullah Saw.⁴⁶

⁴⁴ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁴⁵ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁴⁶ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

Skema Strategi Penyampaian Pesan Dakwah di *Facebook*



C. Konten yang Disebarkan oleh Pendakwah Kota Banda Aceh Melalui Facebook

Pada dasarnya tugas pokok seorang da'i adalah meneruskan tugas Nabi Muhammad yakni menyampaikan ajaran-ajaran Allah seperti termuat dalam Al-Quran dan sunah Rasulullah. Lebih tegas lagi bahwa tugas da'i adalah merealisasikan ajaran-ajaran Alquran dan sunah di tengah masyarakat sehingga Al-quran dan sunah dijadikan sebagai pedoman dan penuntun hidupnya. Menghindarkan masyarakat dari berpedoman pada ajaran-ajaran di luar Al-quran dan sunah, menghindarkan masyarakat dari berpedoman pada ajaran animisme dan dinamisme serta ajaran-ajaran lain yang tidak dibenarkan Al-quran dan Sunnah.

1. Aqidah

Para da'i selalu menghadirkan konten-konten yang berkenaan dengan pengetahuan aqidah, seperti ungkapan dibawah ini:

Saya selalu menghadirkan tulisan di *facebook* yang terkandung dalam pesan dakwah yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.⁴⁷

Konten dakwah yang dimunculkan pada laman *facebook* juga mengandung hukum fiqh, tafsir al-quran dan hadist. Seperti ungkapan dibawah ini:

Materi dakwah yang saya kupas dalam laman *facebook* dakwah saya kebanyakan hukum-hukum fiqh, materi tafsir hadist dan Al-quran secara kontekstual.⁴⁸

2. Syariah

Konten dakwah yang disampaikan pada dinding *facebook* juga mengandung unsur mu'amalah, hal ini terlihat dari ungkapan di bawah ini:

Tulisan saya kebanyakan tentang muamalah interaksi sehari-hari tentang hukum-hukum sehari-hari, dan juga sebagian khilafiah, unsur-unsur khilafiah sering terjadi di *facebook*, lagipula *facebook* diantara alat media dakwah yang mudah di konsumsi oleh orang banyak, intinya unsur khilafiah lebih banyak terjadi di *facebook*.⁴⁹

Kemudian ada juga isi dakwahnya di *facebook* tentang mauidhah hasanah, yang bersumber dari Al-quran dan hadist, dan juga tentang biografi ulama, seperti ungkapan dibawah ini:

Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah tentang mengandung unsur-unsur mauidhah hasanah atau nasehat yang baik, dan itu kita petik dari ayat Al-quran dan hadist Rasulullah Saw, serta pemahaman para ulama.⁵⁰

Materi yang dikupas ada mengenai geografi para ulama, jalan yang bisa diambil dari jejak mereka para ulama, adapula mengenai persoalan-persoalan fiqh yang memiliki khilafiah (berbeda pemahaman) kita

⁴⁷ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁴⁸ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁴⁹ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁵⁰ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

selalu memberikan solusi atau berada di jalan tengah, kalau dalam bentuk rekaman kita bersifatnya persuasif atau mengajak orang lain kejalan yang baik, dan menyampaikan hal-hal logika yang baik serta kita sampaikan pemahaman-pemahaman yang benar.⁵¹

Dalam memilih konten tentang dakwah, maka para da'i tidak terpaku pada satu pembahasan, namun mereka selalu melihat tentang apa yang sedang terjadi selama ini atau bersifat kondisional, tujuannya agar konten yang mereka munculkan di facebook dapat terupdate. Hal ini dapat dilihat pada ungkapan dibawah ini :

Itu bersifatnya kondisional, apa yang sedang terjadi maka itu yang kita angkat, kalau tidak terjadi apa-apa maka kembali kita kepada kerangka dasar yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.⁵²

Disamping itu, para da'i juga menghadirkan materi-materi tentang sejarah para ulama baik itu dalam bentuk tulisan, rekaman maupun video. Hal ini berkenaan dengan hasil wawancara dibawah ini:

Ada dua, ada dalam bentuk tulisan yang umumnya saya banyak memposting tentang para umat atau sejarah mengenai ulama. Kemudian melalui ceramah, bisa berbentuk rekaman tentang berusaha menjawab persoalan-persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kita menjawab dengan nash atau dengan rujukan yang akurat.⁵³

Ungkapan di atas juga senada dengan hasil wawancara dibawah ini :

Konten yang diunggah ke *facebook* ada yang berbentuk tulisan, video, atau rekaman suara saja, jadi ucapan yang kita sampaikan kita rekam itu bukan hanya dengan *facebook*, bisa dengan telegram atau dengan whatsapp.⁵⁴

3. Akhlak

Penyampaian konten dakwah di *facebook* merupakan hal yang pokok, karena dengan adanya konten maka lahirlah pesan-pesan dakwah yang dapat

⁵¹ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁵² Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁵³ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁵⁴ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

dikonsumsi oleh semua kalangan. Disamping itu, para da'i juga bersedia melayani audiennya dalam bentuk tanya jawab, walaupun acara tanya jawab tidak dilaksanakan secara khusus, namun apabila ada yang bertanya maka para da'i tetap melayani audiennya dengan semampunya. Hal ini terlihat dari hasil wawancara di bawah ini:

Kita mengadakan tanya jawab, pernah saya sampaikan masalah palestina, "bagaimana tanggapan kawan-kawan tentang palestina" dan tanggapan tersebut juga ramai menanggapi.⁵⁵

Hal ini senada dengan ungkapan ustad dibawah ini yaitu :

Tanya jawab ada, tapi tidak khusus, tanggapannya paling melalui inbox atau komentar.⁵⁶

Ada juga sebagian ustad tidak mengadakan tanya jawab secara khusus, namun bila ada pertanyaan maka tetap saja dijawab, seperti ungkapan dibawah ini:

Kita tidak buka lembaran khusus tanya jawab seperti yang terjadi di harian serambi indonesia umpamanya, tapi setiap ada pertanyaan selalu kita layani dan kita jawab, intinya tidak ada forum khusus untuk tanya jawab.⁵⁷

Adapun cara menanggapi pertanyaannya memiliki gaya tersendiri, namun tetap masih dalam konteks bahasa yang santun, lembut dan bijaksana. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dibawah ini:

Cara menanggapi pertanyaan kita lihat juga kapasitas orangnya, karena sebagian orang bertanya bukan untuk sekedar mengetahui tapi hanya untuk mengetes kita atau untuk menyindir. Jadi kita lihat kondisinya apakah mereka ingin tau atau sudah tau tapi ingin mendalami lagi atau hanya sekedar menyindir saja.⁵⁸

Ungkapan tersebut juga hampir sama seperti ungkapan dibawah ini :

Kita lihat dulu arah pertanyaannya, kadang ada pertanyaan yang butuh kepada penjelasan yang ilmiah dan kadang ada pertanyaan diluar

⁵⁵ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁵⁶ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁵⁷ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁵⁸ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

daripada konteks ilmiah. Disini kita membutuhkan ketenangan pikiran dalam menjawabnya sehingga bisa melahirkan jawaban yang baik.⁵⁹

Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari audiennya tetap merujuk kepada sumber-sumber hukum islam. Terlihat dari ungkapan dibawah ini :

Sesuai dengan pertanyaan, apa yang ditanya maka itu yang kita jawab dan kita berikan dalil berdasarkan Al-quran, hadist, ijmak dan qiyas.⁶⁰

Dakwah merupakan menyeru seseorang kedalam perkara yang ma'ruf dan mencegah dari perkara yang munkar. Dalam menyampaikan dakwah bukanlah hal yang mudah, namun serangan-serangan dari pihak lain selalu ada seperti pro dan kontra dalam menanggapi pesan-pesan dakwah yang ustad sebarakan di media facebook. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan ustad sebagai berikut:

Dalam menanggapi pesan-pesan dakwah di *facebook* pastinya Ada, pro dan kontranya selalu ada.⁶¹

Banyak juga, kebanyakan dari mereka yang tidak kenal kita, mereka hanya menafsirkan kita dengan komentar kita yang pendek, sehingga mereka menilai kita dengan komentar negatif seperti mengejek kita, kita memahami keadaanya tidak mungkin kita membalasnya, karena kalo kawan-kawan yang kenal kita tidak mungkin berbuat seperti itu.⁶²

Pernah, ketika saya mengomentari sebuah persoalan yang menurut saya itu juga keliru, tapi dalam menanggapiya tetap harus menggunakan kata yang baik dan santun. Intinya walau sebaik apapun kita tetap saja memiliki kekurangan dimata orang lain.⁶³

Walaupun banyak yang kontra terhadap pesan-pesan dakwah tersebut, namun ada manfaat besar yang ustad rasakan dalam menyampaikan dakwah kepada umat, seperti kepuasan dalam menyampaikan unek-uneknya, serta

⁵⁹ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁶⁰ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁶¹ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁶² Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁶³ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

terbangunnya peradaban komunitas masyarakat. Hal ini terlihat dari ungkapan dibawah ini :

Manfaat bagi saya selaku penggiat dakwah saya merasa bahwa saya sudah menyampaikan unek-unek saya khususnya di bidang dakwah, apalagi ada tanggapan-tanggapan dari pengikut akun *facebook*.⁶⁴

Manfaatnya setidaknya memiliki teman banyak, kemudian kita juga disamping kita menyampaikan kita juga menerima banyak nanti mereka bertanya maka kita menjawab ataupun ada orang lain yang membalas komentarnya jadi kita akan menambah ilmu, walaupun nanti secara prinsip apa kita ketahui tidak mudah juga untuk digoyangkan yang jelas ada kesan positif yang kita terima selama kita berkecimpung di dunia *facebook*.⁶⁵

Banyak sekali manfaatnya diantaranya ada orang yang tidak shalat dia rajin shalat, ada orang yang perangnya jahat jadi perangnya bagus, ada orang yang malas untuk menuntut ilmu pengetahuan dia menjadi rajin menuntut ilmu, ada orang yang membenci sesama muslim maka dia menjadi orang yang menjadi sahabat dan tidak membenci orang lain.⁶⁶

Manfaatnya adalah, yang pertama ketika kita mengeluarkan kata-kata yang baik tentunya kita sedang membangun sebuah peradaban komunitas masyarakat, kedua kita sampaikan dengan kata-kata yang baik maka orang yang haus akan ilmu tentu saja mereka akan senang kepada kita dan ingin terus membaca, walaupun yang kita rasakan tidak langsung sebagai "*sen sala ben*" tetapi ada proses-proses yang harus kita lalui.⁶⁷

Dari ungkapan di atas, terlihat bahwa kepuasan hati ustad menjadi hal yang paling bermanfaat bagi dirinya. Disamping itu, hal yang paling senang dalam menyampaikan dakwah yaitu mendapat perubahan yang bagi semua orang, seperti menambah ilmu pengetahuan, meninggalkan larangan Allah, dan meningkatkan amalannya. Sedangkan manfaat yang dirasakan langsung oleh ustad yaitu

⁶⁴ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁶⁵ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁶⁶ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 Januari 2018

⁶⁷ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 Januari 2018

menambah pengalaman, melatih kesabaran dalam menanggapi persoalan-persoalan yang ada di dunia *facebook*.

D. Hambatan yang Terjadi Saat Berdakwah Melalui *Facebook*

Hambatan dakwah beranekaragam bentuknya, selama ini kita mengenal dalam bentuk klasik, bisa pada nelolakan, cibiran, cacian, ataupun teror bahkan sampai pada tataran fitnah. banyak para da'i mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik-baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Meski demikian, ada pula yang tidak mampu untuk mengatasinya sehingga tersingkir dari kancah dakwah.

Jalan dakwah bukan rentang yang pendek dan bebas hambatan, bahkan jalan dakwah sebenarnya penuh dengan kesulitan, amat banyak kendala dengan jarak tak terkira jauhnya. Tabiat ini perlu diketahui dan dikenali setiap aktivitas dakwah, agar para juru dakwah bersiap diri menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi diperjalanan sehingga revolusi informasi dan komunikasi di jalan dakwah bisa teratasi. Adapun hambatan-hambatan yang sering dialami oleh para ustad pada saat pertama kali membangun dakwah di *facebook* seperti, para mad'u tidak langsung percaya, kesulitan mad'u dan kepercayaan diri karena kita tidak PD. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini:

1. Para mad'u tidak langsung percaya

Kendala pertama mereka tidak langsung percaya atau cuek mungkin kerana mereka tidak kenal dengan kita, kendala yang kita temukan di lapangan ketika kita membangun dakwah di *facebook* itu, jadi yang memegang *facebook* nya tidak semuanya orang yang berilmu atau yang paham bahkan mereka yang berbeda agama dengan kita mereka dengan mudah-mudah menjatuhkan kita.⁶⁸

⁶⁸ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

Kita kesulitan mad'u pada awalnya, sehingga kita kirim kepada orang-perorang kemudian kepada group, kemudian setelah menyatu baru menyambung dan saling menyampaikan, dan seling mengingatkan dan seumpunya.⁶⁹

Kendalanya yaitu, kepercayaan diri karena kita tidak PD maka ketika itu kita merasa bimbang apakah tulisan kita ada yang baca atau tulisan kita dapat menyinggung perasaan orang lain.⁷⁰

2. Gangguan Jaringan Internet

Adapun hambatan lain yang sering terjadi pada saat penyebaran dakwah di *facebook*, yaitu Sering terjadi gangguan persoalan wifi atau LAN internet, Seringnya mereka akan membalas jawaban kita dengan berita hoax, hal ini terlihat dari hasil wawancara di bawah ini:

Seringnya mereka akan membalas jawaban kita dengan berita hoax atau dengan jawaban yang kontra dengan jawaban yang kita berikan, apalagi teknologi sangat canggih kalo kita yang memberikan jawaban dari kita langsung kita yang menulis langsung dari ilmu dan argumen kita, tapi sebenarnya setiap masalah ada argumen dan tafsir masing-masing, bagi penya itu balas tanya balik kepada kita dengan jawaban yang lain, padahal kita tau juga cuma lantaran dia tidak pahami mana yang perlu di ambil atau diamalkan, kalau kita kan tau diantara 4 pendapat itu satu pendapat itu sesuai dengan mazhab kita sedangkan dia lihat secara keilmuan inikan ada pendapat imam ini atau imam itu jadi diantara hambatan yang susah bagi dia itu alasannya karena mazhab kita dengan mazhab mereka itu berbeda.⁷¹

Sering terjadi gangguan persoalan wifi atau LAN internet, kadang-kadang ada gangguan dari telkom itu sendiri atau kadang-kadang ada gangguan dari pihak PLN sehingga matinya internet, kadang-kadang sekali-sekali kita habis kuota internet juga.⁷²

⁶⁹ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁷⁰ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁷¹ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁷² Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

3. Kendala dalam menyusun konsep

Para dakwah juga mempunyai kendala dalam menyusun konsep dan dalam menyampaikan dakwah di *facebook*, dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini:

Kendala ketika menyusun konsep itu, karena ada konsep-konsep yang tidak sesuai dengan media facebook, harus langsung baru bisa dipahami lebih efektif.⁷³

Kalo kendala lewat tulisan adalah kita membutuhkan ketenangan, sedangkan lewat ceramah kita harus betul-betul meresapi maknanya dari apa yang kita sampaikan itu.⁷⁴

4. Sinyal atau kuota internet

Selanjutnya kendala secara umum yang sering terjadi saat menyebarkan dakwah di *facebook* yaitu sebagai berikut:

Kendalanya paling dibidang sinyal atau kuotanya habis.⁷⁵

Hambatannya hanya memerlukan banyak waktu, kalo secara langsung lebih mudah karena bisa langsung sesuatu yang kita sampaikan sangat mudah dipahami, kalau jauh kita perlu banyak waktu untuk menanggapi pertanyaan-pertanyaannya. Intinya lebih efektif kita berdakwah secara langsung dari pada berdakwah secara tidak langsung.⁷⁶

Yang sering terjadi berupa pertanyaan-pertanyaan, ada yang pro dan kontra dengan apa yang kita sampaikan, tapi kita tetap mengedepankan dalil-dalil nash dari Al-qur'an dan assunnah.⁷⁷

Hambatannya adalah ketika kita memposting sebuah tulisan kita harus mengecek keabsahannya agar terhindar dari berita yang hoax, karena teman di face book bermacam ragam. Hambatannya lebih kepada faktor eksternal dan internal, seperti berita yang tidak akurat atau ada juga karena berbeda pemahaman dengan teman *facebook* yang lainnya.⁷⁸

⁷³ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁷⁴ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

⁷⁵ Wawancara dengan ustad Abizal pada tanggal 3 Januari 2018

⁷⁶ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁷⁷ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 januari 2018

⁷⁸ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 januari 2018

Dari berbagai macam kendala diatas, maka para da'i memiliki solusi masing-masing dalam menghadapi persoalan atau hambatan diatas, dapat dilihat seperti hasil wawancara di bawah ini:

Saya sering jumpa langsung, debat langsung, bila perlu kita buat seminar, sering saya tantang untuk kita diskusi dengan cara baik-baik apakah ini betul atau tidak. Mungkin itulah antara solusi yang paling tepat karena apapun ceritanya ilmu itu mesti berthalaqi baru jelas. Allah menyampaikan wahyu kepada nabi Muhammad melalui Jibril itu langsung, padahal bisa saja Allah menyampaikan melalui lain dengan suara, dengan mimpi tanpa adanya jibril dapat bertemu langsung dengan mediatornya Allah.⁷⁹

Kita terus menyampaikan dakwah dan terus mencari pasar baru artinya mencari mad'u baru untuk kita kembangkan gerakan-gerakan dakwah sehingga yang baru itu semakin bertambah dan yang lama juga tetap bertahan.⁸⁰

Kita terus mengkaji secara mendalam serta merujuk kepada referensi agar argumen kita bisa diterima oleh orang lain, serta terus memperbaiki dari kekeliruan yang pernah kita lakukan.⁸¹

Demikian hasil temuan di lapangan yang penulis dapatkan untuk mendukung data dalam penelitian ini. Sehingga dengan adanya data tersebut maka dapat menjawab segala rumusan-rumusan masalah dalam penulisan ini.

E. Analisis Data Penelitian

1. Strategi Dakwah Melalui Facebook

Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut *strategis*.⁸²

⁷⁹ Wawancara dengan Ustad Umar Rafsanjani 5 Januari 2018

⁸⁰ Wawancara dengan Ustad Hasanuddin Yusuf Adan pada tanggal 1 Januari 2018

⁸¹ Wawancara dengan Ustad Nurkhalis Mukhtar El-Sakandary pada tanggal 2 Januari 2018

⁸² M. Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006, hal 88

Para da'i di kota Banda Aceh memiliki keragaman strategi menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media *facebook*, yaitu :

a. Mengumpulkan group *facebook*

Awal mula membangun komunikasi di *facebook* serta menggunakan *facebook* sebagai media dakwah, maka harus mengumpulkan group *facebook*, kontak *facebook*, agar lebih mudah dalam menyampaikan dakwah. Dengan adanya *facebook* maka para da'i bisa komunikasi langsung dengan gratis sehingga menjadi peluang untuk menggunakan fasilitas *facebook* sebagai media dakwah.

Mengumpulkan group *facebook* merupakan awal dari tahap membangun dakwah. Dengan adanya group maka pesan-pesan dakwah akan cepat sampai kepada pengikut di laman *facebook* serta dapat tersebar luas bagi umat manusia lainnya.

b. Memilih topik

Menyampaikan dakwah di *facebook* merupakan suatu hal yang praktis, karena tidak memakan waktu yang banyak serta biaya yang banyak. Namun dalam menyampaikan dakwah tersebut harus memilih topik terbaik, agar para audiennya tertarik untuk membacanya. Dalam hal memilih topik maka para ustad mengambil topik tentang peristiwa yang baru muncul, seperti topik LGBT, pro dan kontra tentang kasus antara Palestina dan Israel. Disamping itu, materi yang disampaikan di *facebook*, juga berkenaan dengan akidah, muamalah dan akhlak.

c. Kata-kata yang santun

Hati manusia akan condong kepada orang yang bersikap lemah-lembut dan santun kepadanya. Oleh karena itulah, di antara kewajiban da'i atau mubaligh adalah memilih kalimat yang santun dan tidak kasar, agar dakwah sampai kepada

manusia. Jangan sampai manusia lari dari agama, padahal dakwah belum sampai kepada mereka.

Seorang da'i bertugas mengajak manusia kepada ketaatan, padahal kebanyakan hawa-nafsu manusia tidak menghendaknya; dia juga berkewajiban memperingatkan dari kemaksiatan, padahal kebanyakan hawa-nafsu manusia menyukainya. Maka jika seorang da'i berdakwah dengan kasar, merupakan perkara yang wajar banyak manusia akan menjauh dari dakwahnya.

Kata-kata yang santun merupakan salah satu teknik dalam menyampaikan dakwah pada media *facebook*. Walaupun banyak komentar-komentar yang kurang berkenan namun para da'i tetap saja menanggapi dengan bahasa-bahasa yang santun. Karena dengan menggunakan bahasa yang santun dapat melunakkan hati manusia, setidaknya dapat merubah perilaku orang-orang yang berkomentar dengan bahasa yang kasar.

d. Menggunakan bahasa yang sederhana

Menyampaikan nasihat adalah bagian dari kerja dakwah. Dalam berdakwah tidak boleh ada yang disembunyikan, semua kebenaran harus disampaikan, walaupun mungkin akan berdampak buruk bagi yang menyampaikan. Namun demikian, semua pekerjaan harus dikerjakan dengan cara yang terbaik. Begitu juga dengan dakwah. Memberikan nasihat kepada orang lain harus memperhatikan banyak aspek, terutama objek dakwah, yaitu orang yang akan kita beri nasihat.

Orang yang akan kita nasihati adalah manusia yang memiliki beragam adat, budaya, kecenderungan, pengetahuan dan latar belakang sosial lainnya.

Semua itu membuat manusia menjadi makhluk unik yang harus didekati dengan cara yang berbeda-beda juga.

Menyampaikan dakwah di *facebook* juga harus diperhatikan tentang bahasa yang digunakan. Bahasa yang sederhana memang sudah menjadi kewajiban bagi para da'i dalam menyampaikan dakwahnya agar para pembaca mudah memahami dan dimengerti atas apa yang disampaikan oleh para da'i.

e. Materi tidak terlalu panjang

Mekanisme dalam menyampaikan dakwah melalui *facebook* tidak memiliki ketentuan tertentu melainkan hanya mengikuti format yang ada di *facebook*. Adapun salah satu hal yang paling penting yang harus diperhatikan yaitu materi tidak terlalu panjang, sehingga para pembacanya mudah untuk meresapi tentang pesan-pesan dakwahnya serta tidak membuat bosan dalam membaca penyampaian dakwahnya. Biasanya para pembaca kalau melihat tulisan yang terlalu panjang mereka tidak mau membacanya, karena hal tersebut membuat bosan bagi pembacanya. Maka para da'i memilih topik yang hangat serta penjelasannya tidak terlalu panjang.

f. Menanggapi pertanyaan audien

Mekanisme dalam menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang muncul dari pengikut face book. Dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah tentunya akan lahir beberapa pertanyaan yang harus ditanggapi oleh para pendakwah. Maka hal tersebut dalam menjawab pertanyaan memiliki strategi yang berbeda, seperti menanggapi komentarnya bersifat kondisional atau tergantung kondisinya kadang-kadang telat menanggapi, kadang pula langsung di tanggapinya, intinya untuk

menanggapi komentarnya para da'i sering mengkondisikan waktu-waktu yang kosong dari kegiatan lain.

Disamping itu apabila terdapat pertanyaan yang membutuhkan penjelasannya bersifat panjang lebar ataupun ada hal-halnya yang perlu dijelaskan secara mendetail maka para da'i melihat kepada waktunya lebih bagus untuk membalas komentar kalo memang terlalu panjang dan perlu muraja'ah dulu atau melihat kepada referensi-referensi kalau memang itu menyangkut dengan persoalan penting kemudian memilih waktu yang tepat mungkin ashur ataupun magrib waktu-waktu istirahat sehingga orang membacapun lebih bisa memahami jawaban dari kita.

Selanjutnya dalam hal menanggapi pertanyaan di *facebook*, memang sebagian da'i mengatur waktu yang tepat untuk menjawabnya karena pertimbangannya agar jawaban yang diberikan itu benar-benar tepat dan sesuai dengan konteks yang sedang dibahas. Namun ada juga da'i yang menanggapi pertanyaan tidak membutuhkan waktu yang khusus, dan bersifat kondisional.

2. Konten yang disebarakan melalui facebook

Dalam memilih konten tentang dakwah, maka para da'i tidak terpaku pada satu pembahasan, namun mereka selalu melihat tentang apa yang sedang terjadi selama ini atau bersifat kondisional, tujuannya agar konten yang mereka munculkan di *facebook* dapat terupdate. Namun konten tersebut tidak terlepas dari kerangka dasar yaitu aqidah, syariah dan akhlak.

a. Aqidah

Aqidah merupakan sejumlah kebenaran yang dapat diterima secara umum (axioma) oleh manusia berdasarkan akal, wahyu dan fitrah. (kebenaran) itu dipatrikan oleh manusia di dalam hati serta diyakini kesahihan dan keberadaannya secara pasti dan ditolak segala sesuatu yang bertentangan dengan kebenaran itu.

Disamping itu apabila Aqidah telah tumbuh pada jiwa seorang muslim, maka tertanamlah dalam jiwanya rasa bahwa hanya Allah sajalah yang paling berkuasa, segala wujud yang ada ini hanyalah makhluk belaka.

Konten tentang aqidah ini dianggap sebagai topik yang terpenting untuk dibahas dalam penyampaian dakwah di *facebook*, agar masyarakat terhindar dari hal-hal yang bertentangan dari kebenaran. Maka para da'i menganggap konten aqidah sangat perlu diulang-ulang untuk disampaikan kepada manusia lain.

b. Syariah

Syariah merupakan hukum atau peraturan Islam yang mengatur seluruh sendi kehidupan umat Islam. Selain berisi hukum, aturan dan panduan peri kehidupan, syariat Islam juga berisi kunci penyelesaian seluruh masalah kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat.

Para da'i memiliki ketertarikan dalam membahas konten syariah karena menganggap konten ini merupakan salah satu potensi kehidupan untuk merubah pola pikir manusia dari arah yang gelap dengan ilmu pengetahuan kepada arah yang penuh dengan kecerahan dalam dunia pengetahuan. Disamping itu, konten syariah memang termasuk kedalam suatu keharusan terhadap amaliah manusia. Sehingga para da'i selalu menyampaikan dakwahnya tentang syariah tersebut.

Adapun isi penyampaian dakwah berkaitan dengan syariah yang di publikasi melalui *facebook*, seperti tentang ibadah kepada Allah.

c. Akhlak

Akhlak merupakan suatu sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang yang dari sifat tersebut timbul suatu perbuatan dengan dan gampang tanpa perlu pemikiran dan pertimbangan.

Para da'i menganggap bahwa konten akhlak merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dibahas, karena didalamnya mengandung tata cara menjalani kehidupan bermasyarakat atau sering disebut *hablum minallah* dan *hablum minannas* yaitu hubungan dengan Allah hubungan sesama manusia.

3. Faktor penghambat dalam menyampaikan dakwah di *facebook*

Menyampaikan dakwah bukan rentang yang pendek dan bebas hambatan, bahkan jalan dakwah sebenarnya penuh dengan kesulitan, amat banyak kendala dengan jarak tak terkira jauhnya. Tabiat ini perlu diketahui dan dikenali setiap aktivitas dakwah, agar para juru dakwah bersiap diri menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi diperjalanan sehingga revolusi informasi dan komunikasi di jalan dakwah bisa teratasi. Adapun hambatan-hambatan yang sering dialami oleh para ustad pada saat menyampaikan dakwah di *facebook* yaitu sebagai berikut:

- a. Para mad'u tidak langsung percaya apa yang disampaikan oleh para da'i.

- b. Sering terjadi gangguan jaringan wifi atau LAN internet, kadang-kadang ada gangguan dari telkom itu sendiri atau kadang-kadang ada gangguan dari pihak PLN sehingga matinya internet, kadang-kadang sekali-sekali habis kuota internet juga.
- c. Seringnya para pengikut facebook akan membalas jawaban da'i dengan berita hoax atau dengan jawaban yang kontra dengan jawaban yang da'i berikan.
- d. Seringnya terjadi perbedaan antar mazhab, karena ada kalangan tertentu yang tidak menerima pendapat mazhab lain, sehingga terjadi pro dan kontra melalui komentar atau inbox.
- e. Kendala ketika menyusun konsep, karena ada konsep-konsep yang tidak sesuai dengan media *facebook*, harus menyampaikannya secara langsung agar bisa dipahami lebih efektif.

Dari berbagai hambatan di atas, maka para da'i memiliki solusi masing-masing dalam menghadapi persoalan atau hambatannya. Apabila terjadi pro dan kontra terhadap isi penyampaianya maka para da'i sering jumpa langsung, melakukan debat langsung, bahkan membuat seminar atau diskusi dengan cara baik-baik. Mungkin itulah antara solusi yang paling tepat karena apapun ceritanya ilmu itu mesti berthalaqi baru jelas.

Sedangkan untuk meningkatkan kepercayaan dari para pengikut *facebook* maka para da'i melakukan kajian secara mendalam serta merujuk kepada referensi agar agurnya bisa diterima oleh orang lain, serta terus memperbaiki dari kekeliruan yang pernah dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

Para da'i di kota Banda Aceh memiliki keragaman strategi menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media *facebook*, yaitu: Mengumpulkan *group facebook*; Memilih topic; menggunakan kata-kata yang santun; Menggunakan bahasa yang sederhana; Materi tidak terlalu panjang; Menanggapi pertanyaan audien.

Adapun konten dakwah yang dibahas oleh para da'i di *facebook* tidak terlepas dari kerangka dasar yaitu aqidah, syariah dan akhlak. Pertama Konten tentang aqidah ini dianggap sebagai topic pembahasan, agar masyarakat terhindar dari hal-hal yang bertentangan dari kebenaran. Kedua, konten syariah Adapun isi penyampaian dakwah berkaitan dengan syariah yang di publikasi melalui *facebook*, seperti tentang ibadah kepada Allah. Ketiga, konten akhlak, para da'i menganggap bahwa konten akhlak merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dibahas, karena didalamnya mengandung tata cara menjalani kehidupan bermasyarakat atau sering disebut *hablum minallah* dan *hablum minannas* yaitu hubungan dengan Allah hubungan sesame manusia.

Selanjutnya hambatan-hambatan yang sering dialami oleh para ustad pada saat menyampaikan dakwah di *facebook* yaitu sebagai berikut: a) Para mad'u tidak langsung percaya apa yang disampaikan oleh para da'I; b) Sering terjadi

gangguan jaringan wifi atau LAN internet, kadang-kadang ada gangguan dari telkom itu sendiri atau kadang-kadang ada gangguan dari pihak PLN sehingga matinya internet, kadang-kadang sekali-sekali habis kuota internet juga; c) Seringnya para pengikut *facebook* akan membalas jawaban da'i dengan berita hoax atau dengan jawaban yang kontra dengan jawaban yang da'i berikan; d) Seringnya terjadi perbedaan antar mazhab, karena ada kalangan tertentu yang tidak menerima pendapat mazhab lain, sehingga terjadi pro dan kontra melalui komentar atau inbox; e) Kendala ketika menyusun konsep, karena ada konsep-konsep yang tidak sesuai dengan media *facebook*, harus menyampaikannya secara langsung agar bisa dipahami lebih efektif.

B. Saran

1. Para da'i di Kota Banda Aceh yang menyampaikan dakwah di facebook, tidak hanya membahas tentang konten akhlak, syariah dan aqidah saja, namun juga harus membahas tentang perkembangan zaman masa kini, seperti bidang politik, ekonomi dan persoalan sosial lainnya.
2. Para da'i diharapkan agar melakukan seminar tentang persoalan khilafiah antar mazhab, agar masyarakat dapat memahami lebih dalam tentang khilafiah yang terjadi dikalangan masyarakat.
3. Pemerintah Kota Banda Aceh harus menyediakan fasilitas yang memadai untuk para da'i yang bergerak dakwahnya di media *facebook*, seperti menyediakan fasilitas internet atau kebutuhan lainnya, agar memudahkan penyampaian dakwah untuk seluruh masyarakat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul Basit, *Dakwah Cerdas di Era Modern, Jurnal Komunikasi Islam*, 2013 Vol, 03, Nomor 01, Juni 2013
- Abdul Karim Syeikh, *Pola Dakwah Dalam Era Informasi*, Jurnal Al-Bayan / vol. 22, no. 31, januari - juni 2015.
- Ahmad Rizaldi. *Pengaruh Situs Pertemanan Facebook Terhadap Prestasi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry*). Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh: Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry. 2012.
- Ahmad Fathan Hidayatullah. *Twitter Sebagai Media Dakwah*. Yogyakarta, Journal Teknoin Vol. 22 No. 1 Maret 2016.
- Ahmad Zaini, *Dakwah Melalui Internet*, AT-TABSIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 1, Januari – Juni 2013
- Amin, Samsul Munir, 2009, Ilmu Dakwah, Jakarta: Amzah.
- Amar Ahmad, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya*, Pascasarjana Fisipol Universitas Indonesia Jakarta, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 13, No. 1, Juni 2012
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatam Media.
- Alex Sobur. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- A. Ilyas Ismail, 2006, *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub*, Jakarta; Penamadani.
- Bachtiar, Wardi, 1977, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos.
- Burhan Bungin, 2001, *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University Press.
- _____, 2011, *Metode penelitian kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2007, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2009, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers,
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.
- Dunia Trafia, *Strategi Dakwah Melalui Media Facebook*, Artikel (Online), di akses melalui situs: <http://trafia-love.blogspot.co.id/2013/06/strategi-dakwah-melalui-media-facebook.html>, 16 desember 2016.

- Enjang AS, Aliyudin,. 2009, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjadjaran.
- Fahmi. *Konsultasi Agama Islam Melalui Internet (Studi Komperatif EraMuslim.com dan Syariahonline.com)*. Skripsi, tidak diterbitkan, Banda Aceh: Fakultas Dakwah IAIN AR-Raniry, 2008.
- Fadly Usman. *Efektifitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*. Journal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh), Vol, 1 (01) 1-8, 2016.
- Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, 2009, *Metodelogi Penelitian Bidang Soaial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendroyono, Tony, 2009, *Facebook Haram*, Yogyakarta: B-First.
- Heru Effendy. 2009. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Herdiawan, *Radio Er-Dammah 107,7 Fm sebagai media dakwah islam*, Skripsi, Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, 2008
- H.A.W, Widjaja. 2008. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- H.M. Arifin, 1997, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Irini Dewi Wanti, 2011, *Sejarah Industri Perfilman di Sumatra Utara*, Banda Aceh: BKSNT Banda Aceh.
- Jame A. Black dan Dean J. Champion, 2009, *Metode & Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Juniati, *Jenis-Jenis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Artikel (Online) di akses pada tanggal 15 Desember 2017, <http://juniati.blogspot.co.id/>
- Junaidi, *Manajemen E-Dakwah: Berdakwah Melalui Siber*, (Banda Aceh: Mahasiswa UIN Banda Aceh, 2008
- Kriyanto, Rachmat. 2014. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Kusnadi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Liliweri, Alo. 2004. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Laila Nadiatul Falah, *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Dakwah Group Jama'ah Muslimin (Hizbullah)*, eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (01): 388-400 ISSN 0000-0000.
- Marwah Daud Ibrahim, 1994, *Teknologi, Emansipasi dan Transedensi (Wacana Peradaban Dengan Visi Islami)*, Bandung: Mizan.
- Mahzar, Armeheddi. 1999. *Mencari Kesadaran Semesta di Mayantara*, Mizan, Bandung,
- Marcel Danesi. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Mcquail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Misbakhul Khoiri (2014), *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, Skripsi; Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- M. Alfandi, *Perkembangan Dakwah Islam melalui Media Televisi*, Skripsi Fakultas Dakwah, IAIN Walisongo, Semarang.2002
- M. Jakfar Puteh dan Saifullah. 2006. *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: AK Grup.
- Moh. Ali Aziz, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- M. Bahri Ghozali. 1997, *Dakwah Komunikatif: membangun kerangka dasar ilmu komunikasi dakwah*, Jakarta:Pedoman Ilmu Jaya.
- Muhsinah Ibrahim, *Revitalisasi Teknologi Informasi Dan Dakwah (Tantangan Baru Bagi Uin Ar-Raniry)*, Jurnal Al-Bayan / vol. 22 no. 34 juli - desember 2016. muhsinah@yahoo.com
- Muis. M. 2001, *Islam dan arus globalisasi dalam komunikasi islam*, Rosdakarya: Bandung.
- Mulyana, Deddy, 2001, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.

- _____, 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi Saputra, *Teori untuk New Media*. Artikel (Online). di akses melalui situs: <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.co.id/2013/05/teori-untuk-new-media.html>. 10 mei 17 pukul 22.30
- Muryanto Ginting Munthe, 1996, *Media Komunikasi Radio*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Onong Uchjana Effendi. 2005, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prio Hotman, A. Ilyas Ismail, 2011, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta, Prenada Media Group.
- Rasyidah, dkk. 2009. *Ilmu Dakwah: Dalam Perspektif Gender*. Banda Aceh: Bandar Publishing.
- Rasyid, Daud. 1998. *Islam Dalam Berbagai Dimensi*. Jakarta:Gema Insani Press (GIP).
- Roy Chandra Putra, 2009, *Cara Mudah Bikin Blog & Facebook*, Yogyakarta: Cosmic Books.
- Rohan PC Movie. *Mengenal Genre-genre Film*. Di akses pada tanggal Desember 2017 <http://rohanpcmovies.blogspot.co.id/2015/03/mengenal-genre-genre-film31.html>
- Sani, Asrul. 1998. *Cara Membuat Sebuah Film*, Jakarta: Yayasan Citra
- Siagian, Gayus, 2010, *Sejarah Film Indonesia*, Jakarta: Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&R*. Bandung: Alfabeta.
- Sumano, Marseli, 1996, *Dasar-dasar Apresiasi Film*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Suparna, Munzier, 2003, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Shaktider, *New Media (Definisi, Pandangan, Manfaat, Komponen, Aplikasi, dan Menganalisa serta Menjelaskan Fitur dari New Media*. Artikel (Online).

Diaksesmelaluisitus:<https://shaktidarikhwan.wordpress.com/2014/09/29/new-media-definisi-pandangan-manfaat-komponen-aplikasi-dan-menganalisa-serta-menjelaskan-fitur-dari-new-media/>10 mei 17 pukul 22.47

Syukir, Asmuni, 1986, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlash.

Syafrian Akbar, *Televisi sebagai Media Dakwah (Analisis Produksi Siaran Program 'Ust.Haryono' di JakTV)*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010.

Tubbs, Stewart L., dan Moss, Sylvia. 2000. *Human Communication, Prinsip-Prinsip Dasar*. (Terjemahan Deddy Mulyana dan Gembirasari). Bandung: Remaja Rosdakarya.

TB Bachtiar Rifa'i, "Ilmu Teknologi Pembangunan dan Lingkungan: Problema Keseimbangan Menuju Kualitas Hidup," Prisma, Nomor 1, Tahun III, Februari 1974, Jakarta: LP3ES,

Wikipedia, *Situs Web*, (Online), diakses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/>, 10 juli 2017.

Zaleski, Jeff, 1999, *Spiritual Cyberspace, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagaman Manusia*, Bandung: Mizan.

Zikrullah, *Film Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Komunitas Film Trieng)*, Skripsi Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2016.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.3465/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2018

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Dr. Jasafat, M.A..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Septina Wulandari

NIM/Jurusan : 411206557/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : *Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus terhadap Pendakwah di Kota Banda Aceh)*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2018;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 16 Juli 2018 M

3 Dzulkaidah 1439 H



Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Kusumawati Hatta



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.4688/Un.08/FDK.1/PP.00.9/12/2017

21 Desember 2017

Lamp : -

Hal : Penelitian Ilmiah Mahasiswa

Kepada

- Yth, **1. Ustadz Dr. Abizal M. Yati, Lc., MA**
2. Ustadz Umar Rafsanjani, Lc., MA
3. Ustadz Dr. Hasanuddin Yusuf Adan, M. C. L., MA
4. Ustadz Dr. Nurkhalis Mukhtar, Lc., MA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **Septina Wulandari / 411206557**
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Alamat Sekarang : Pango Raya

Saudara yang tersebut namanya di atas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "**Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Terhadap Pendakwah di Kota Banda Aceh)**".

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Septina Wulandari
2. Tempat / Tgl. Lahir : Aceh Besar / 10 September 1992
Kecamatan Aceh Kabupaten/Kota Banda Aceh
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 411206557 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Limpok
 - a. Kecamatan : Darussalam
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : septina_wd62@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : Sd 57 Banda Aceh Tahun Lulus 2004
10. MTs/SMP/Sederajat : MTsN Rukoh Tahun Lulus 2007
11. MA/SMA/Sederajat : MAN 3 Rukoh Tahun Lulus 2010
12. Diploma Tahun Lulus -

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Alm. Adnan
14. Nama Ibu : Nurul Sa'adah
15. Pekerjaan Orang Tua : IRT
16. Alamat Orang Tua : Limpok
 - a. Kecamatan : Darussalam
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 16 Juli 2018
Peneliti,

(Septina Wulandari)