

EFEKTIVITAS DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INTERNET

Fathorrahman

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam (STIDKI) Bogor

Email: fathurmasykur@gmail.com

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini penyampaian ajaran Islam tidak bisa tidak harus menggunakan media komunikasi massa modern, semisal televisi, film, radio, internet, koran/surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan pesan dakwah adalah melalui media sosial internet. Dakwah merupakan aktivitas memanggil, mengundang atau mengajak. Dakwah adalah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar. Dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah juga merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk merubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah

Selanjutnya media dakwah merupakan suatu proses penyampain pesan melalui media elektronik baik yang berbentuk audio, audio visual dan lain-lain. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah, dengan adanya media penyampaian dakwah akan lebih mudah, murah, praktis, efektif dan efisien.

Metode dakwah terdapat pada sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam suatu sistem. Adapun macam-macam media sebagai penunjang dakwah yaitu media komunikasi atau media tatap muka, media audio visual, media visual, media individual, media dakwah melalui lisan, dan media elektronik. Macam-macam media elektronik sebagai penunjang dakwah yaitu internet, televisi, dan radio.

Kata Kunci: dakwah, media sosial. internet

PENDAHULUAN

Allah SWT menjadikan ilmu sebagai jalan utama menuju surga yang diidam-idamkan setiap muslim. Surga yang telah dijanjikan Allah SWT bagi banyak amalan saleh yang dilakukan oleh umat Islam. Menuntut ilmu adalah hal yang sangat mulia untuk dilakukan karena Allah SWT akan meninggikan derajat bagi yang mengamalkannya maka ini menunjukkan besarnya keutamaan menuntut ilmu. Sebagaimana tercantum dalam surat Al-Mujadalah ayat 11 yang bunyinya:

وَالَّذِينَ مِنْكُمْ
دَرَجَاتُ الْعِلْمِ
أَوْثَرُ

Artinya: “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

Pepatah atau falsafah minangkabau yang dikenal sebagai “Alam Takambang Jadi

Guru.” Falsafah ini sudah lama menjadi salah satu ajaran dan pedoman hidup orang minang. Dari falsafah tersebut bias diartikan bahwa mencari ilmu bisa dimana saja, kapan saja dan dari siapa atau apa saja. Dakwah adalah salah satu sumber ilmu yang bisa umat muslim dapatkan dengan sangat mudah diberikan oleh para dai dan ulama. Nabi Muhammad ﷺ mencontohkan dakwah kepada umatnya dengan berbagai cara melalui lisan, tulisan dan perbuatan. Dimulai dari istrinya, keluarganya, dan teman-teman karibnya hingga raja-raja yang berkuasa pada saat itu. Di antara raja-raja yang mendapat surat atau risalah nabi ﷺ adalah kaisar Heraklius dari Byzantium, Mukaukis dari Mesir, Kisra dari Persia (Iran) dan Raja Najasyi dari Habasyah (Ethiopia).

Dakwah tidaknya dilakukan dengan cara lisan, namun juga tulisan. Semakin majunya teknologi zaman sekarang, para ulama dan dai ikut beradaptasi dalam menyampaikan dakwah dan

ceramah-ceramahnya. Ada kemudahan dan tantangan yang ditemukan oleh para ulama dalam menyampaikan dakwah mereka pada zaman digital saat ini. Jika dilihat sejarah dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad ﷺ maka akan ditemukan cara pendekatan media tulisan yaitu melalui korespondensi kepada mad'u yang jaraknya lebih jauh. Keberangkatan duta bangsa dengan membawa surat-surat dakwah untuk disampaikan kepada para pembesar kerajaan dan penguasa dunia saat itu, menandai lahirnya sebuah periode dakwah baru dan berbeda dengan periode sebelumnya (Ilaihi, 2010: 194). Tradisi tulis-menulis dalam sejarah Islam telah mendapat legitimasi dari al-Quran dan tradisi yang dilakukan oleh Rasulullah. Bahkan sebelum Islam datang tradisi tulis-menulis sudah ada walaupun bentuknya masih sederhana. Ada dua faktor yang melandasi, mengapa Nabi Muhammad SAW memutuskan dan menjalankan strategi korespondensi. Pertama, secara internal, semakin stabilnya situasi Negara Madinah dari manuver politik yang dilakukan oleh kalangan munafik dan semakin terdesaknya kaum Yahudi di tanah Khaibar. Kedua, secara eksternal: situasi dunia yang dilanda "chaos", akibat peperangan yang dilakukan oleh kedua imperium yaitu Romawi dan Persia. Ditambah dengan kondisi dimana masyarakat internasional yang secara global dilanda kebingungan, akibat kehilangan pegangan, sedangkan para penguasa dilanda krisis legitimasi. Berikut ini, salah satu contoh teks surat Nabi Muhammad SAW yang ditulis beliau dalam menyebarkan dakwah Islam.

Surat Nabi untuk kaisar Heraclius

Bismillahirrahmanirrahim

Dari Muhammad Utusan Allah

Kepada Heraclius pemimpin Romawi

Salam sejahtera semoga dilimpahkan kepada orang yang mengikuti petunjuk Allah.

Maka sesungguhnya, saya mengajak Anda dengan ajakan Islam. Masuklah anda dalam agama Islam, maka anda akan selamat, dan Allah akan memberikan pahala dua kali lipat. Apabila Anda menolak, maka Anda akan menanggung dosa para petani.

Hai ahli kitab, marilah pada satu kalimat [ketetapan] yang tidak ada perbedaan antara kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah dan tidak persekutuan Dia dengan sesuatu apa pun dan tidak [pula] sebagian kita menjadikan bagian yang lain sebagai Tuhan

selain Allah, saksikan bahwa kami adalah orang-orang yang menyerahkan diri [kepada Allah] (Ilaihi, 2010: 195- 197).

Melalui tradisi tulis-menulis, peradaban Islam berada pada puncak kejayaannya. Seperti pendapat Yoginder Sikand dalam *Bastions of The Believers: Madrasas and Islamic Education in India*, masa keemasan Islam pada zaman Dinasti Abbasiyah (750-1258 M). Muncul sejumlah proses penerjemahan dari bahasa Yunani ke dalam bahasa Arab. Hal ini mendapat perhatian serius dari kekhalifahan (pemerintah). Maka, tumbuhlah Islam sebagai pusat peradaban hingga pecahnya Perang Salib. Pusat pendidikan formal juga dimulai selama periode Abbasiyah. Ribuan sekolah dan masjid saat itu mulai didirikan. Pada abad ke-10, Baghdad memiliki sekitar 300 sekolah. Dua yang paling terkenal adalah Bait al-Hikmah di Baghdad (820 M) dan Dar al-'Ilm di Kairo (998 M). Universitas al-Azhar juga didirikan (REPUBLIKA, 16 November 2014: 16).

Kehidupan yang serba maju ditandai oleh maraknya media massa dalam kehidupan masyarakatnya. Semakin tinggi pendidikan dan penghasilan masyarakat, akan semakin menyadarkan mereka untuk menggunakan media cetak. Merambahnya majalah, koran, tabloid, jurnal, leaflet dan buku sebenarnya menguntungkan komunikator dakwah (dai/mubaligh) karena dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Melalui media cetak, komunikator dakwah akan dapat menyampaikan pemahaman agama secara lebih baik. Media-media massa muslim telah berkiprah secara maksimal dalam melayani kebutuhan informasi kaum muslim maka kaum muslim perlu memberikan apresiasi yang positif. Dalam upaya memperoleh sambutan positif dari masyarakat, media massa muslim juga telah memberikan layanan dan kualitas yang bisa diandalkan. Contoh, dalam surat kabar *Republika* setiap Jumat ada suplemen *Tabloid Republika: Dialog Jumat*. Koran, majalah, tabloid, jurnal maupun buletin Islam menghadapi tantangan yang berat. Kaum muslim perlu belajar dari pengelola koran dan majalah yang mampu bertahan lebih dari 50 tahun, seperti *KOMPAS* dan *Intisari*. Perlu dikaji rahasia di balik kesuksesan *Kompas-Gramedia*, untuk dapat dijadikan cermin bagi kaum muslim dalam mengelola media cetak. Nilai-nilai Islam yang disampaikan melalui dakwah yang disertai dengan bahan-

bahan cetakan, seperti buku, tabloid, dan jurnal, akan dapat memperdalam pemahamannya karena bisa dikaji ulang secara saksama. Kalau hanya ceramah, ia akan cepat dilupakan walaupun dapat menggelorakan jiwa secara langsung. Media cetak dapat membuka jaringan sosial yang lebih luas, dan bisa disimpan dalam waktu yang sangat lama. Bila media tersebut telah diapresiasi dan disambut baik oleh masyarakat luas, akan terjalin hubungan yang kental antar jamaah. Pemahaman mereka dibentuk secara sama dan dibakukan dalam format kognisi yang melandasi gerakan. Peliputan media massa cetak dapat mengabadikan momen-momen tertentu dengan memberikan pemahaman yang mendalam sehingga selalu akan direnungkan dan diresapi oleh berbagai simpul-simpul aktivis komunikasi dakwah. Di sini, media massa cetak memegang peranan penting untuk membuka nalar dan pikiran yang konstruktif bagi kehidupan jamaahnya (Ma'arif, 2010: 161-163).

Di era globalisasi saat ini penyampaian ajaran Islam tidak bisa tidak harus menggunakan media komunikasi massa modern, semisal televisi, film, radio, internet, koran/surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya. Karena sebagaimana dijelaskan oleh Lasswell dan Wright dalam Severin & Tankard fungsi media massa adalah sebagai berikut; surveillance (pengawasan), correlation (korelasi) dan transmission of the social heritage (penyampaian warisan sosial). Selain ketiga fungsi diatas, Wright menambahkan satu fungsi lagi yakni entertainment (hiburan). Sebagian besar isi media mungkin dimaksudkan sebagai hiburan, bahkan di surat kabar sekalipun, mengingat banyaknya kolom, fitur, dan bagian selingan. Media hiburan dimaksudkan untuk memberi waktu istirahat dari masalah setiap hari dan mengisi waktu luang (Severin & Tankard, 2005: 386- 388).

Pengertian Media Sosial

Di zaman sekarang, tidak dapat ditampik lagi bahwa kehidupan manusia saat ini sangat berhubungan dengan media sosial. Media sosial memegang peranan penting di hampir segala lini masyarakat. Mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat. Jadi, tak heran lagi apabila ada yang menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan

penting hampir setiap orang. Kehadiran media sosial di tengah masyarakat era kini telah memberikan manfaat yang sangat besar, terlebih lagi di era pandemi seperti sekarang. Media sosial cukup membantu dalam menghapus jarak antar manusia, sehingga sangat efektif untuk mempersingkat waktu dalam berkomunikasi. Namun, sesuatu yang memiliki dampak positif yang tinggi, tidak menutup kemungkinan memberikan dampak negatif yang tinggi pula.

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh. Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun.

Media sosial sebenarnya dapat disebut sebagai salah satu fenomena populer yang banyak menarik perhatian orang-orang. Dalam beberapa karyanya, para ahli telah memberikan berbagai definisi tentang teknologi yang selalu dibutuhkan masyarakat sekarang ini. Berikut ini adalah pengertian media sosial menurut pendapat para ahli, diantaranya yaitu: B.K. Lewis (2010) dalam karyanya yang berjudul *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students* yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. Selanjutnya, pada tahun 2010, Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*, menyebutkan bahwa media sosial adalah suatu perangkat alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru. Sementara itu, Dave Kerpen dalam bukunya yang bertajuk *Likeable Social Media*

yang terbit pada tahun 2011 mengemukakan bahwa media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

Media massa termasuk didalamnya media sosial adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, buku, dan sebagainya. Karakteristik media massa ialah sebagai berikut: 1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi. 2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang menerima. Kalau toh menjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda. 3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama. 4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya. 5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa (Cangara, 2012: 140-141). Efek dari pesan yang disebarkan melalui media massa akan mempengaruhi sasaran komunikasi. Karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologi. Efek komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai efek kognitif (cognitive effect), efek afektif (affective effect) atau efek konatif yang sering disebut efek behavioral (behavioral effect). Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas. Contoh pesan komunikasi melalui media massa yang menimbulkan efek kognitif antara lain berita, tajuk rencana, artikel, acara penerangan, acara pendidikan, dan acara sebagainya. Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton acara televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa itu bisa bermacam-macam, senang sehingga tertawa terbahak-bahak, sedih

sehingga mencururkan air mata, takut sampai merinding, dan lain-lain perasaan yang hanya bergejolak dalam hati. Misalnya, perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, sayang, gemas, sinis, kecut, dan sebagainya. Contoh rubrik atau acara media massa yang dapat menimbulkan efek efektif, antara lain: pojok, sajak, foto, cerita bergambar, cerita bersambung, sandiwara radio, drama televisi, cerita film, dan lain-lain. Efek konatif bersangkutandengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka efek konatif sering disebut juga efek behavioral. Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan/atau efek efektif. Dengan lain perkataan, timbulnya efek konatif setelah muncul kognitif dan/atau efek efektif. Seorang suami yang bertekad untuk berkeluarga dengan dua anak saja merupakan efek konatif setelah ia menyaksikan fragmen TVRI, betapa repotnya beranak banyak. Seorang tuna karya yang berupaya mendaftarkan diri sebagai RRI betapa senangnya hidup para transmigran setelah berjuan menyuburkan hutan perawan. Seorang mahasiswa yang mampir di redaksi sebuah surat kabar untuk memberikan sumbangan merupakan efek konatif pula. Setelah ia memperhatikan berita yang disertai foto mengenai seorang wanita tak mampu yang menderita penyakit tumor sehingga perutnya membesar tak terperikan (Effendy, 2003: 318-319). Itulah beberapa efek dari pesan yang disampaikan melalui media massa. Karenanya, media massa apapun termasuk didalamnya media cetak, sedikit banyak akan mempengaruhi khalayak atau audiens. Disinilah arti penting penggunaan media massa sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah.

Macam-Macam Media Sosial

Dikutip dari laman online maryville.edu, awal mula terciptanya media sosial sendiri terjadi pada 24 Mei 1844. Media sosial awalnya adalah serangkaian titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf. Pada waktu ini juga, Samuel Morse mengirimkan pesan telegraf untuk kali pertama kepada publik. Akar komunikasi digital bersamaan dengan asal usul internet modern dan pengertian media sosial saat ini dipelopori oleh munculnya Advanced Research Projects Agency Network (Arpanet) yang dilakukan

pada tahun 1969. Jaringan digital ini diciptakan oleh Departemen Pertahanan AS untuk menghubungkan para ilmuwan dari empat universitas untuk saling berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan data lainnya.

Kemudian, pada tahun 1987, National Science Foundation meluncurkan jaringan digital nasional yang lebih kuat dengan nama NSFNET. Setelah berjalan selama satu dekade, tepatnya pada tahun 1997, National Science Foundation meluncurkan platform media sosial pertamanya kepada publik. Namun, menurut *The History of Social Networking* di situs Digital Trends, tumbuh dan kembangnya internet pada sekitar tahun 1980 hingga 1990 berpotensi untuk memperkenalkan layanan komunikasi online, misalnya seperti CompuServe, America Online, dan Prodigy. Layanan komunikasi ini berhasil menyediakan kepada pengguna untuk berinteraksi melalui email, pesan papan buletin, hingga obrolan online realtime. Hal tersebut yang menjadi salah satu pendorong lahirnya jaringan media sosial paling awal, yakni Six Degrees yang meluncur pada tahun 1997. Six Degrees sendiri merupakan sebuah platform media sosial pertama yang bisa membuat pengguna untuk saling terhubung dengan kontak dunia nyata, misalnya seperti membuat profil di dalam database. Setelah kemunculan media sosial Six Degrees yang ternyata hanya berumur pendek.

Pada tahun 2001, dunia teknologi komunikasi kembali membuat inovasi dengan menghadirkan sebuah media sosial baru yang bernama Friendster. Berbeda dengan nasib saudara tuanya, Friendster berhasil menarik jutaan pengguna dengan hanya melakukan pendaftaran alamat email dan jaringan online dasar. Sementara itu, sebagai salah satu bentuk awal yang lain dari layanan komunikasi media sosial, setelah diluncurkan pada tahun 1999, weblog atau blog yang bernama situs penerbitan Livejournal mulai banyak diminati oleh banyak orang, mendapatkan popularitas yang tinggi. Sementara itu, berselang beberapa tahun, platform penerbitan Blogger yang dibuat oleh perusahaan teknologi Pyra Labs secara resmi dibeli oleh Google pada tahun 2003.

Selanjutnya, pada tahun 2002, layanan jejaring sosial dari media sosial yang bernama LinkedIn berhasil menarik perhatian banyak pengguna. Media sosial ini sendiri didirikan untuk para profesional yang sedang mengembangkan karir. Setelah hampir dua

dekade, LinkedIn telah bertumbuh dan berkembang menjadi salah satu media sosial ternama di dunia dengan lebih dari 675 juta pengguna di seluruh dunia. LinkedIn saat ini tetap menjadi situs media sosial untuk seseorang yang ingin mencari kerja maupun pihak perusahaan yang sedang mencari sumber daya manusia.

Masih di media sosial layanan sosial jaringan, Myspace berhasil meluncur pada tahun 2003 dan berhasil menjadi salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi di planet ini pada tahun 2006. Media sosial ini menyediakan fasilitas agar pengguna dapat saling berbagi musik secara langsung di halaman profil mereka. Namun, tepat pada 2008, keperkasaan Myspace berhasil dikalahkan oleh Facebook. Sebagai raksasa di dunia internet, Google juga pernah mencoba meluncurkan media sosial pada tahun 2012 dengan nama Google+. Hanya saja, media sosial ini tidak memiliki umur yang panjang setelah dilaporkan melakukan pelanggaran keamanan data sekitar 500.000 penggunanya.

Kebutuhan yang tinggi, menjadikan banyak media sosial baru yang bermunculan dan bersaing menarik minat dan perhatian dari para pengguna. Perkembangan media sosial juga sangat cepat, banyak platform media sosial yang dulu sangat diminati, sekarang perlahan telah menghilang, atau diakuisisi oleh pihak yang lebih besar. Nah, berikut ini adalah berbagai layanan dan jenis media sosial yang sangat populer di tengah masyarakat, diantaranya yaitu:

1. Layanan Blog

Layanan blog pada dasarnya dapat dipahami sebagai jurnal pribadi yang ada internet. Salah satu jenis media sosial ini memiliki fungsi untuk membagikan catatan atau pandangan penggunanya tentang berbagai isu tertentu. Pengguna media sosial jenis ini biasanya disebut sebagai narablog atau blogger. Contoh media sosial layanan blog yaitu seperti: WordPress, Blogger.

2. Layanan Jejaring Sosial (Social Network)

Layanan jejaring sosial atau biasa disebut juga dengan social networks merupakan salah satu jenis media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat di berbagai belahan dunia saat ini. Salah satu jenis media sosial ini memiliki fungsi sebagai tempat berkumpulnya banyak orang untuk saling bersosialisasi. Dalam

layanan ini, pengguna biasanya saling mengirim pesan, informasi, foto, hingga video. Contoh media sosial layanan jejaring sosial adalah Facebook dan LinkedIn.

3. Layanan Blog Mikro (Microblogging)

Jenis media sosial berikutnya adalah layanan blog mikro atau biasa disebut juga dengan microblogging. Meskipun memiliki layanan dan kegunaan yang hampir sama dengan blog, tetapi jenis media sosial ini menyajikan halaman yang lebih ringkas. Hal ini membuat layanan mikroblog memiliki kecepatan yang lebih baik dibandingkan layanan blog. Salah satu contoh layanan blog mikro adalah Twitter.

4. Layanan Berbagi Media (Media Sharing)

Jenis media sosial selanjutnya yang perlu Kamu tahu adalah layanan berbagi media atau biasa disebut juga dengan media sharing. Apabila Kamu sering menghabiskan waktu santai atau waktu belajar melalui platform sosial media YouTube atau Soundcloud. Maka, Kamu sebenarnya telah terbiasa menggunakan layanan berbagi media ini. Salah satu jenis media sosial ini pada dasarnya memang memiliki fokus utama untuk membuat penggunanya saling berbagi konten media seperti foto, audio, atau video. Salah satu contoh lain dari layanan berbagi media, yaitu Instagram, Flickr, dan lain sebagainya.

5. Layanan Kolaborasi

Jenis media sosial berikut adalah layanan kolaborasi. Layanan kolaborasi ini sendiri digunakan untuk membuat pengguna saling mengajak pengguna yang lain untuk menciptakan suatu kontribusi. Tidak hanya mengajak, dalam layanan kolaborasi ini, pengguna biasanya diperbolehkan untuk membuat konten sekaligus melakukan koreksi terhadap isi konten dari 'anggota' dari situs tersebut.

Salah satu contoh layanan kontribusi yang paling populer saat ini adalah Wikipedia. Wikipedia sendiri merupakan sebuah proyek ensiklopedia multibahasa dalam jaringan yang dioperasikan secara bebas dan terbuka. Layanan kontribusi ini dijalankan oleh Wikimedia Foundation, yang merupakan salah satu organisasi nirlaba yang terletak di Florida, Amerika Serikat.

6. Layanan Forum

Jenis media sosial yang terakhir ini memang dikenal memiliki bentuk yang klasik. Jenis layanan forum ini dapat dikatakan sebagai salah satu jenis media sosial yang telah lama muncul dan dikenal luas sejak lama. Layanan forum sendiri dapat digunakan pengguna sebagai tempat untuk membicarakan berbagai hal atau topik secara spesifik bersama pengguna lain dalam suatu ruang diskusi. Contoh media sosial layanan forum yaitu Kaskus, Quora, dan lain sebagainya

Urgensi Dakwah melalui Media social

Media adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya (Ilaihi, 2010: 104). Sedang media dakwah menurut Moh. Ali Aziz (2009: 404-405) adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah yang ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar di seluruh Indonesia, maka ia harus berdakwah dengan metode ceramah dan dengan menggunakan media radio. Jika ceramahnya ingin didengar, teks ayat-ayat al-Quran yang dikutip dapat dibaca serta ekspresi wajahnya bisa dilihat oleh semua pemirsa Indonesia bahkan sedunia, maka ia harus menggunakan media televisi. Jika ingin pesan dakwahnya dibaca orang, maka seorang dai harus menggunakan media cetak.

Ciri khas media massa ialah: 1) bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, 2) bersifat satu arah, 3) meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, 4) memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya, dan 5) bersifat terbuka bagi siapa saja. Karena itu, dengan ciri khas tersebut, maka media sosial dengan memakai jaringan internet dapat dijadikan sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah.

Di era yang kontemporer atau saat ini dimana berbagai macam teknologi-teknologi ataupun berbagai media-media diciptakan dan teknologi yang paling banyak digunakan saat ini adalah media internet. Teknologi Internet merupakan salah satu terobosan peradaban yang

menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi dan pengetahuan.

Perkembangan teknologi internet ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, sebagai media yang dapat memperluas jangkauan dakwah dari satu tempat ketempat yang lain bahkan mungkin bisa mencakup seluruh dunia, metode dakwah dengan memanfaatkan teknologi internet dapat mempercepat keberhasilan dakwah islam.

Di dalam media internet ada berbagai macam media-media yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah seperti facebook, twitter, youtube, instagram dan masih banyak lagi media-media lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah seperti yang sudah dipaparkan di atas tergantung dari bagaimana memanfaatkan media-media tersebut. Berikut ini akan penulis paparkan manfaat media sosial sebagai media penyampai pesan-pesan dakwah.

1. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan

Beberapa platform media sosial yang sekarang tersedia bisa Kamu manfaatkan untuk belajar, mulai dari mencari berbagai informasi, data, hingga isu yang sedang hangat di masyarakat.. Selain itu, media sosial juga dapat Kamu gunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi kepada para pengguna lainnya, baik teman di dunia nyata maupun teman di dunia maya.

2. Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi

Manfaat kedua yang bisa Kamu dapatkan dari menggunakan sosial media adalah untuk membuat dokumentasi, administrasi, hingga integrasi. Aplikasi media sosial pada dasarnya adalah sebuah tempat untuk Kamu menyimpan berbagai konten, mulai dari profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada hasil riset-riset kajian. Tidak hanya itu, ini adalah beberapa manfaat dari media sosial, seperti membuat blog organisasi, melakukan integrasi berbagai lini pada suatu perusahaan, membagikan konten yang relevan sesuai target masyarakat, dan efektivitas operasional organisasi.

3. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen

Manfaat yang ketiga dari media sosial adalah sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen. Di tangan para ahli manajemen dan marketing, media sosial bisa berubah menjadi salah satu senjata yang digunakan untuk

melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menjajaki pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan tanggapan dari para konsumen atau masyarakat.

4. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran

Terakhir, manfaat sosial media keempat adalah sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Media sosial sendiri dapat digunakan untuk melakukan kontrol terhadap organisasi sekaligus melakukan evaluasi, mulai dari perencanaan dan strategi. Selain itu, sosial media juga dapat mengolah data terkait tanggapan masyarakat dan pasar sebagai alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

Penggunaan Internet untuk berdakwah merupakan perwujudan integrasi antara Islam dengan teknologi informasi Apabila dakwah berhasil diterapkan, maka seluruh lapisan dunia akan mengetahui bagaimana ajaran Islam yang sesungguhnya, Selain itu konsep dakwah juga merupakan salah satu kebangkitan umat Islam di bidang teknologi yang pada gilirannya akan berimbas pada sektor-sektor lain.

Keunggulan berdakwah dalam Media sosial Internet

Banyak keuntungan yang didapatkan ketika seorang juru dakwah berdakwah melalui internet. Seperti yang kita tahu, saat ini kebutuhan manusia akan informasi sudah menjadi suatu kebutuhan pokok. Orang-orang disibukkan dengan rutinitas kesehariannya sehingga tidak sempat menonton atau membaca berita lewat televisi atau koran, sehingga mereka menggunakan alternatif untuk dapat mengakses informasi lewat Internet. Dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu.

Ini adalah kesempatan bagi seorang juru dakwah dalam mengembangkan strategi dakwahnya yang lebih inovatif dan kreatif. Strategi ini diperlukan agar dakwah lewat Internet mendapatkan tempatnya di kalangan masyarakat. Contohnya saja seperti dakwah ustadz Abdul Somad, dakwah ustadz Hanan Attaki, dakwah ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Adi Hidayat, mereka semua menggunakan Blog dan juga situs jejaring sosial sebagai media dakwah melalui internet. Dan ini juga memudahkan bagi para mad'u untuk bertanya

seputar agama kepada situs-situs yang telah dibuat oleh juru dakwah terkenal itu.

Kekurangan Berdakwah dalam Media sosial Internet

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

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif naturalistik yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas dakwah melalui social media internet.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi naturalistik, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas dakwah dengan menggunakan media sosial internet.

Pengumpulan sumber data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu:

a. Sumber Data Primer

Teknik, aspek dan upaya penyuluhan agama tokoh agama seperti ulama, ustad ataupun kyai, baik yang diperoleh melalui wawancara maupun yang diperoleh melalui observasi lapangan dan keterangan dan penjelasan masyarakat yang diperoleh melalui wawancara pada studi lapangan yang mengikuti penyuluhan tersebut.

b. Sumber Data Sekunder.

Buku-buku yang relevan dan dapat mendukung sumber data yang berkaitan dengan penelitian ini.

Untuk memperoleh data secara holistik yang integratif, dan memperoleh relevansi data berdasarkan fokus dan tujuan penelitian, maka pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi.

Analisis data dilakukan melalui kegiatan menelaah data, menata, membagi menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari pola, menemukan apa yang bermakna, dan apa yang akan diteliti dan diputuskan peneliti untuk dilaporkan secara sistematis.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis data menurut Miles & Huberman yaitu analisis model interaktif. Analisis data berlangsung secara simultan yang dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan; pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing & verifying*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah di atas penulis menguraikan beberapa kelebihan social media internet untuk berdakwah, maka jelaslah bahwa dakwah tidak hanya dapat dilakukan melalui ceramah langsung di dalam forum atau tempat-tempat ibadah, akan tetapi dapat juga melalui tulisan, video rekaman dan rekaman suara. Karena, Nabi Muhammad saw. pun telah memberi teladan bagaimana berdakwah melalui tulisan. Yaitu melalui korespondensi kepada mad'u yang jaraknya lebih jauh. Keberangkatan duta bangsa dengan membawa surat-surat dakwah untuk disampaikan kepada para pembesar kerajaan dan penguasa dunia saat itu, menandai lahirnya sebuah periode dakwah baru dan berbeda dengan periode sebelumnya. Alasan Nabi Muhammad saw. adalah, pertama, secara internal, semakin stabilnya situasi Negara Madinah dari manuver politik yang dilakukan oleh kalangan munafik dan semakin terdesaknya kaum Yahudi di tanah Khaibar. Kedua, secara eksternal: situasi dunia yang dilanda "chaos", akibat peperangan yang dilakukan oleh kedua imperium yaitu Romawi dan Persia. Teladan dakwah melalui media tulisan yang telah diberikan oleh Rasulullah saw. tentu masih dapat diterapkan pada era globalisasi saat ini. Melalui media cetak yang didalamnya ada tulisan-tulisan, media cetak dapat digunakan sebagai media dakwah. Media cetak adalah saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk tercetak. Media ini sangat baik disebarluaskan untuk mereka yang bisa membaca dan memiliki waktu senggang yang cukup. Media cetak adalah media massa yang menggunakan media cetak seperti surat kabar/koran, majalah, serta buku. Media cetak sebagai media massa memiliki beberapa fungsi, yaitu menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Melalui Fungsi-fungsi tersebut, khususnya fungsi

mempengaruhi, media cetak dapat melakukan kontrol sosial (social control) secara bebas dan bertanggung jawab. Disamping itu media massa memiliki beberapa karakteristik yaitu: bersifat melembaga, bersifat satu arah, meluas dan serempak, memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya, dan bersifat terbuka.

Media dakwah merupakan suatu proses penyampain pesan melalui media elektronik baik yang berbentuk audio, audio visual dan lain-lain. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah, dengan adanya media penyampaian dakwah akan lebih mudah, murah, praktis, efektif dan efisien. Metode dakwah terdapat pada sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam suatu sistem. Adapun macam-macam media sebagai penunjang dakwah yaitu media komunikasi atau media tatap muka, media audio visual, media visual, media individual, media dakwah melalui lisan, dan media elektronik. Macam-macam media elektronik sebagai penunjang dakwah yaitu internet, televisi, dan radio.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Zulkifli, Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat, Ghani.
- Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei, 2002. Metode Pengembangan Dakwah, Pustaka Setia, Bandung.
- Asmuni Syukir, 1983. Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, al-Ikhlâs, Surabaya.
- Didin Hafiduddin, 1998. Dakwah Aktual, Jakarta: Gema Insani.
- _____, 2009. Metode dakwah, Jakarta: Gudang Ilmu.
- Hisham Yahya Altalib, 1996. Panduan Latihan Bagi Juru Dakwah. Jakarta: Media Dakwah.
- Munzier Suparta dan Harjani Hefni, 2003. Metode Dakwah. Jakarta, Prenada Media.
- Rohandi, Abdul Fatah dan Taufik, Muhammad Tata. 2003. Manajemen Dakwah di era global sebuah pendekatan metodologi, Amisisco, Jakarta.
- Suisyanto, 2006. Pengantar Filsafat Dakwah. Yogyakarta: Teras.
- Wahyu Illaihi, 2010. Komunikasi Dakwah, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.