

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM BERDAKWAH: STUDY TERHADAP DA'I DI KOTA PADANG

Irta Sulastr¹, Arifah Yenni Gustia², Lesnita Juniati³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

¹irta_sulastr⁶⁴@yahoo.com

ABSTRACT :

Da'wah through social media can either be read by users anywhere and anytime as long as it is connected to the internet network or be shared by users more widely to other users. The problem in this study was how da'i used social media, what contents were included in social media, and what were the considerations used by him/her in posting contents. This research method was qualitative to obtain data on how da'i used social media in dakwah and to obtain data about the considerations of da'i in posting content on social media. Meanwhile, to obtain data about the content posted by da'i, the content analysis method was used. The subjects of this research were da'i who preach in Padang who actively and regularly used social media in their dakwah. The findings of this study indicated that the way da'i used social media was commonly done independently and some were assisted by their team. Apart from that, da'i posted religious content on their Facebook and some also created a closed Facebook group. Content shared by da'i on social media about tauheed, worships and muamalah in the form of social criticism, tausiah, motivation, invitations, and sayings. Meanwhile, the da'i considerations in posting religious content in order to address issues that develop in society by answering netizens' questions on social media, and took their own initiative and to provide enlightenment.

Keywords : *da'wah; social media; posts, share*

ABSTRAK

Berdakwah melalui media sosial selain dapat dibaca oleh pengguna asal terhubung dengan jaringan internet, juga bisa dibagikan ulang oleh pengguna secara lebih luas ke pengguna lain. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana da'i menggunakan media sosial dalam berdakwah, konten apa saja yang dimuat da'i dalam media sosial, serta pertimbangan apa saja yang digunakan da'i dalam memposting suatu konten. Metode penelitian ini adalah kualitatif untuk mendapatkan data tentang cara da'i menggunakan media sosial dalam berdakwah dan untuk mendapatkan data tentang pertimbangan da'i dalam memposting suatu konten dalam media sosial. Sedangkan untuk mendapatkan data tentang konten yang diposting da'i dalam berdakwah, digunakan metode analisis isi. Subjek penelitian ini adalah da'i yang berdakwah di Kota Padang yang aktif dan rutin menggunakan media sosial dalam dakwahnya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa cara da'i menggunakan media sosial dalam berdakwah ada yang dilakukan secara mandiri dan ada juga yang dibantu oleh tim kerjanya. Postingan da'i berupa konten keagamaan pada facebooknya dan ada juga yang membuat group facebook tertutup. Konten yang dibagikan da'i pada media sosial mengenai ketauhidan, ibadah dan muamalah dalam bentuk kritik sosial, tausiah, motivasi, undangan, dan ucapan. Sedangkan pertimbangan da'i dalam memposting suatu konten keagamaan dalam rangka menyikapi isu di tengah masyarakat, menjawab pertanyaan pengguna pada media sosial, inisiatif sendiri dan untuk memberikan pencerahan.

Kata kunci : *dakwah; media sosial; postingan; share*

PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan media sosial dalam berdakwah termasuk salah satu diskursus yang mendapat perhatian serius dari berbagai kalangan. Semenjak mudahnya masyarakat mendapatkan HP android dan jaringan internet, dakwah melalui media sosial sangat mudah untuk dilakukan, tersebar secara cepat dan luas serta dapat diposting kapan saja. Internet menjadikan pengguna saling berinteraksi dan berbagi informasi tanpa batas ruang dan waktu

Pesan-pesan agama yang terdapat pada media sosial tidak hanya diposting oleh pengguna yang mengerti dan memahami agama, tetapi juga oleh siapa saja yang ingin memposting atau menshare ulang suatu pesan agama ke media sosial atau pengguna lain termasuk orang yang tidak mengerti dan memahami agama.

Pendakwah, da'i atau yang disebut juga dengan mubaligh telah banyak memposting pesan-pesan agama pada media sosial. Diantara para da'i yang sering menggunakan media sosial sebagai media dakwah adalah Ustadz Yusuf mansur, Ustadz Abdullah Gymnastiar, Buya H. Gusrizal Gazahar, Buya Mas'ud Abidin, Ustadz Abdul Salam, M.Pd., Prof. Dr. Duski Samad dan masih lainnya. Postingan para ustadz tersebut dengan tujuan yang bervariasi. Adakalanya menjawab masalah-masalah yang muncul dikalangan masyarakat ataupun meluruskan berbagai anggapan yang keliru dalam memahami ajaran agama. Sebagai contoh, postingan yang Buya Gusrizal Gazahar yang menyatakan "Kalau diamlah orang yang tidak tahu, gugurlah pertikaian". Dari postingan tersebut beliau ingin menyampaikan bahwa banyak perbedaan pendapat yang terjadi di tengah masyarakat disebabkan oleh

banyak bicaranya orang-orang yang tidak mengetahui suatu persoalan sehingga banyak menimbulkan perdebatan yang tidak bermanfaat. Bahkan tidak tertutup kemungkinan akan menimbulkan perpecahan dikalangan ummat.

Fenomena menarik lainnya adalah postingan yang ada dimedia sosial bisa menjadi bahan dakwah bagi para da'i tanpa mengecek kebenaran informasi dari postingan tersebut. Begitu antusiasnya pengguna media sosial ini sehingga mereka tidak mempedulikan darimana sumber informasi dan siapa yang memposting informasi tersebut. Teori media yang menyebutkan bahwa manusia pasif, tetapi medialah yang mengendalikan pikiran khalayaknya perlu mendapat perhatian kembali oleh para ahli. Hal ini disebabkan pengguna media sosial dari tahun ke tahun selalu meningkat secara drastic. Laporan Global Index, Indonesia termasuk negara pengguna media sosial dengan presentase yang cukup tinggi untuk facebook, twitter, dan google. Sementara itu, hasil survey dari APJII tahun 2016 menunjukkan bahwa pengguna media sosial mencapai 129,2 juta dari penduduk Indonesia. Diantara pengguna media sosial tersebut sebanyak 23,6 juta jiwa mengunjungi situs keagamaan dan kebudayaan.

KAJIAN TEORI

Komunikasi dan Media Sosial

Menurut Mandibergh dalam Nurudin (2010), media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content). Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to corporate) diantara pengguna dan

melakukan Tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi (Rulli Nasrullah, 2015:11).

Media sosial memiliki karakter dasar membentuk jaringan antar pengguna. Jaringan tersebut tidak hanya untuk mendapatkan pertemanan atau pengikut saja tetapi juga untuk membangun interaksi antar pengguna. Dengan media sosial, adakalanya penggunaannya melibatkan keterbukaan dalam menunjukkan identitas diri sekaligus menngarahkan bagaimana mengidentifikasi ataupun mengkonstruk dirinya seperti nama, tempat tanggal lahir, Pendidikan, hobi bisa dibaca oleh semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial.

Media sosial juga sebuah media daring dengan para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi

Pengertian Media Sosial

Media sosial menurut Ruben (2012) adalah sebuah sarana dimana setiap orang bisa melakukan percakapan, berpartisipasi atau berkontribusi, berbagi, menjalin pertemanan dan bookmarking. Media ini mampu membangun diskusi-diskusi, umpan balik atau balasan, komentar-komentar dan mendorong setiap orang untuk berbagi informasi tentang segala hal yang mereka sukai.

Media sosial merupakan sarana komunikasi interaktif melalui internet yang didukung oleh aplikasi perangkat lunak atau software. Setiap orang dapat menggunakan media sosial ketika mereka memiliki perangkat keras (hardware) dan lunak (software) yang kemudian terhubung dengan internet.

Jenis Media Sosial

Kaplan dan Haelein (2010) membedakan media sosial kedalam enam kategori; kegiatan kolaboratif (contoh Wikipedia), blog dan microblog (contoh Twitter), kumpulan konten berupa video sharing (contoh Youtube), situs jejaring sosial (contoh Facebook), dunia permainan atau games (contoh World of Warcraft) dan dunia maya sosial (contoh second life). Sedangkan O'Relly (2011) mengelompokkan Facebook, Twitter, dan Youtube sebagai jejaring sosial saja.

Dari beberapa jenis media sosial yang ada beberapa kategori media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat dan berpeluang dipakai untuk kepentingan dakwah seperti jejaring sosial online, blog dan mailing list group serta youtube

Jejaring Sosial Online

Jejaring sosial online merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk (1) membuat profil secara public dalam suatu system yang terkoneksi (2) membuat daftar jumlah pengguna lain yang saling terkoneksi, (3) melihat dan berhubungan dengan orang pada daftar yang ada dalam jaringan tersebut (Boyd dan Ellison:2007). Keberadaan JSO membuat individu yang satu bisa terkoneksi dengan individu lain diberbagai belahan dunia dalam satu jaringan tanpa dibatasi oleh geografis, waktu, hukum, bangsa, ras, dan kepercayaan.

Kehadiran jejaring sosial pada akhirnya memunculkan komunikasi dari mulut ke mulut secara online. Setiap orang dapat mengirim pesan melalui suatu jaringan yang kemudian orang lain dapat meneruskan ke orang lain melalui jaringan juga. Banyaknya keuntungan yang didapat dengan menggunakan jejaring sosial online ini memberi peluang

yang sangat besar bagi para da'i untuk dapat memanfaatkan JSO sebagai sarana untuk menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat sehingga dakwah bisa sampai pada semua orang tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu serta wilayah geografis.

Blog

Blog merupakan singkatan dari weblog adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan yang dimuat pada sebuah halaman web umum. Blog dapat juga diartikan sebagai sebuah publikasi berbasis web yang biasanya berisi tulisan-tulisan yang terbit secara teratur (Finnin and Joshi:2006). Sekarang ini banyak individu-individu membuat blog pribadi baik untuk kepentingan promosi diri, ide-ide, atau bahkan untuk kepentingan komersial.

Mailing List

Mailing list atau yang lebih dikenal dengan Milist merupakan daftar orang-orang yang bergabung di dalam suatu komunitas tertentu yang secara periodic dikirim surat elektronik (email) atau bisa juga orang yang tergabung didalamnya mengirim email ke group tersebut menurut waktu dan kebutuhan tertentu, atau juga merespon email anggota lain (Denozoline:2012). Kegunaan mailing list ini hampir sama dengan jejaring sosial online lainnya tetapi sifatnya tidak bisa real time seperti Facebook atau Twitter karena mekanismenya yang agak pasif dan lambat.

Youtube

Youtube adalah situs untuk membagikan video atau yang lebih dikenal dengan video sharing. Melalui situs ini, masyarakat dapat meng-upload dan mengunduh video yang mereka inginkan untuk kepentingan menyiarkan diri atau berbagai kegiatan lainnya. Secara spesifik youtube memberikan manfaat kepada pengguna untuk meningkatkan popularitas seseorang ke hadapan publik

dengan biaya yang rendah atau bahkan tanpa biaya sama sekali. Mempromosikan seseorang yang sebelumnya tidak terkenal.

Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Pengguna internet dari tahun ke tahun terus meningkat seiring dengan semakin berkembangnya perangkat computer dan infrastruktur internet. Perkembangan ini menjadikan jumlah pengguna jejaring sosial seperti Facebook juga semakin meningkat. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut 95 % menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Sementara itu, data dari Webershandwick, sebuah perusahaan public relation dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif.

Fakta ini menunjukkan besarnya peluang pemanfaatan media sosial untuk berbagai keperluan termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah oleh para da'i.

Kajian Dakwah Islam

Dakwah merupakan ajakan, seruan atau panggilan kepada kebaikan sebagaimana terdapat dalam QS. 3:104 "Dan hendaklah ada segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung". Para ahli mengartikan dakwah secara beragam, seperti yang dikemukakan oleh Ma'arif (2010:34), bahwa dakwah merupakan upaya komunikator (da'i) untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam, dengan terlebih dahulu membina diri sendiri.

Pembinaan diri sendiri merupakan upaya menyampaikan ajaran agama menjadi suatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan keteladanan.

Penyampaian ajaran agama kepada masyarakat dilakukan secara bijak sehingga ajaran Islam dengan mudah dapat dipahami dan diamalkan oleh masyarakat. Menurut Anwar (2011:10) dakwah diartikan dalam rangka mewujudkan kebahagiaan atau kesejahteraan sosial, upaya untuk mewujudkan realitas Islam dalam totalitas kehidupan manusia, supaya terwujud kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Dakwah bukan saja dilakukan oleh individu tapi juga oleh kelompok atau organisasi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Wahyu Ilaihi (2010:18), da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah secara lisan maupu tulisan atau perbuatan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga. Lebih lanjut Ilaihi menegaskan yang disebut dengan da'I adalah semua pribadi muslim yang berperan secara otomatis sebagai juru dakwah. Artinya setiap muslim adalah orang yang harus menyampaikan kebenaran atau dikenal dengan komunikator dakwah.

Dakwah Islam baik sebagai konsep maupun sebagai aktifitas telah memasuki seluruh ruang lingkup kehidupan manusia. Seluruh aspek kehidupan tidak dapat dilepaskan dari sudut pandang dakwah itu sendiri. Materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri yang harus diimplementasikan kepada setiap pemeluknya baik yang berkaitan dengan masalah keimanan, ibadah, ataupun muamalah. Jabaran materi dakwah tersebut tidak hanya berkaitan dengan masalah hablumminallaah saja tetapi juga hablumminannas yaitu urusan duniawi manusia dengan manusia lainnya.

Sarana dakwah yang dapat digunakan da'i salah satunya adalah media sosial. Dakwah melalui media sosial ini merupakan inovasi terbaru dalam syiar agama Islam kepada masyarakat. Penggunaan media sosial ini memberikan kemudahan kepada da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwah itu sendiri. Media sosial sebagai sarana dakwah merupakan sebuah kesempatan dan tantangan bagi para da'i untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk melihat realitas yang terjadi dilapangan dengan tujuan menggali informasi dan menggambarkan penggunaan media sosial dalam berdakwah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrument. Penelitian kualitatif atau naturalistic adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam keadaan yang sewajarnya atau sebagaimana adanya dengan tidak mengubah data dalam bentuk symbol atau bilangan. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia yaitu segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Suasana alamiah dimaksud bahwa peneliti terjun ke lapangan atau observasi secara langsung ke lapangan dan tidak memanipulasi data (Rakhmat:1997).

Pada penelitian ini, peneliti datang dan menemui informan untuk menanyakan dan mengikuti dakwahnya tanpa melakukan intervensi terhadap data dan membiarkan peristiwa berjalan apa adanya. Tidak hanya sebatas itu, peneliti juga menganalisis dokumen sebagaimana yang ditegaskan Mulyana (2010:148), menggunakan metode

kualitatif dilakukan dengan cara deskriptif (wawancara tidak berstruktur atau mendalam, pengamatan berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis, penafsiran sangat ditekankan alih-alih pengamatan objektif.

Disamping itu juga dilakukan kajian terhadap konten media sosial yang berisikan dakwah dari para da'i di Kota Padang meliputi Facebook dan Youtube serta content analysis (analisis isi).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah da'i yang aktif menggunakan media sosial sebagai media dakwah di Kota Padang dengan kriteria menentukan subjek berdasarkan kriteria: bahwa da'i berdomisili di Kota Padang dan menggunakan atau menyertakan media sosial sebagai media dakwah. Da'i yang dipilih tanpa membedakan latar belakang, status sosial, tingkat pendidikan dan kecenderungan pemahaman atau fanatisme keagamaan.

Sumber Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu: pengamatan (observasi), wawancara mendalam, dan study dokumentasi.

Kemudian untuk melengkapi data yang diperoleh melalui informan, peneliti juga mewawancarai jamaah, pengurus pengajian dan teman sesama da'i yang dapat memberikan data serta dapat dipercaya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kelengkapan informasi sekaligus juga dapat berfungsi sebagai verifikasi terhadap data yang dikumpulkan dari informan kunci.

HASIL PEMBAHASAN

1. Jenis Media Sosial yang Digunakan Da'i dan Da'i yang Menggunakannya

Sejauh ini beberapa da'i telah mulai menggunakan media sosial dalam berdakwah. Meskipun belum maksimal, namun setidaknya sudah ada sejumlah da'i dan organisasi dakwah yang memanfaatkan media sosial untuk kepentingan dakwahnya. Berikut akan dibahas media sosial yang digunakan da'i dalam berdakwah

Facebook

Beberapa tahun belakangan ini, facebook merupakan media sosial yang sangat populer di Indonesia. Hal ini disebabkan karena facebook mampu memberikan kepuasan baru dalam membangun jaringan pertemanan tanpa terhalang waktu dan geografis. Melalui facebook seseorang bisa terhubung dengan orang lain setiap saat.

Facebook memiliki jutaan pengguna dengan berbagai latar belakang pendidikan, profesi dan pekerjaan. Berdakwah melalui facebook memiliki banyak manfaat. Walau Sebagian orang beranggapan bahwa facebook lebih banyak mudharatnya namun para da'i harus bisa memanfaatkan facebook sebagai sarana untuk kepentingan dakwah. Pertimbangan utama menjadikan facebook sebagai sarana dan media dakwah berkaitan erat dengan posisi facebook itu sendiri sebagai jejaring sosial yang terkemuka dan paling banyak diminati diseluruh dunia.

Memanfaatkan facebook sebagai media dakwah merupakan bagian dari proses kulturasi dakwah itu sendiri. Kulturasi dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan budaya masyarakat terutama masyarakat era teknologi informasi. Karena sejatinya dakwah harus mampu memasuki ranah budaya sebagai kecenderungan masyarakat, maka memilih facebook sebagai sarana dan media dakwah merupakan suatu

keharusan bagi da'i sekaligus juga menolak asumsi umum kalau para da'i merupakan kelompok yang anti terhadap kemajuan.

Penggunaan facebook sebagai sarana dakwah telah dilakukan oleh para da'i seperti Buya Gusrizal Gazahar, Ust. Irsyad Syafar, Buya Masoed Abidin dan Ust. Abdul Salam. Dakwah yang disampaikan melalui facebook mampu menjangkau semua orang baik yang mengikuti maupun yang tidak mengikuti laman facebook da'i tersebut. Berikut akan dikemukakan da'i yang menggunakan facebook sebagai media dakwah mereka.

No	Nama da'i	Jml Teman	Postingan			
			Jun	Juli	Agus	Sep
1	Buya H. Gusrizal Gazahar, Lc., MA	4958 orang	15	16	23	16
2	Buya Masoed Abidin	892 orang	23	39	0	0
3	Ustadz Irsyad Syafar	5000 orang	30	5	7	4
4	Ustadz Abdul Salam, M.Si	3444 orang	17	24	13	9

Postingan da'i yang disajikan di atas menggambarkan bahwa da'i dalam memposting konten-konten keagamaan ada yang rutin setiap hari ada juga yang hanya beberapa kali saja dalam satu bulan. Diantara laman facebook yang mereka gunakan dalam memposting konten-konten keagamaan juga sangat beragam, mulai dari konten yang sangat sederhana hingga konten dakwah yang pembahasannya sangat panjang dan mendalam yang dilengkapi dengan argumentasi serta dalil yang menjadi penguat argumentasi tersebut.

Youtube

Keberadaan youtube memungkinkan masyarakat untuk melakukan video sharing yang dapat diakses oleh semua orang. Video-video terkait dakwah cukup banyak beredar di youtube. Ini menunjukkan bahwa youtube menjadi salah satu pilihan menarik untuk

menyampaikan dakwah karena youtube mampu menampilkan pesan dakwah dalam format audio visual.

Banyaknya orang yang mengunjungi youtube menunjukkan betapa potensialnya penggunaan youtube untuk kepentingan dakwah. Para da'i dapat meng-upload video ke youtube tanpa harus membayar. Video tersebut dapat diakses oleh ummat secara gratis kapan saja dan dimana saja mereka berada. Sama halnya dengan facebook, youtube juga berpeluang dibagikan kembali oleh pengguna kepada pengguna lainnya.

Salah satu channel youtube yang dimanfaatkan oleh para da'i untuk berdakwah adalah Serambi Minang. Media ini menjadi sarana dakwah bersama bagi para da'i karena merupakan kumpulan dari beberapa orang da'i yang ceramahnya bisa diakses secara langsung.

2. Cara Da'i Menggunakan Media Sosial dalam Berdakwah

Sebagai media dakwah, beberapa orang da'i sudah memanfaatkan media sosial untuk berdakwah secara rutin. Postingan da'i di media sosial ini ada yang dilakukan secara individu ada juga yang dikelola dengan melibatkan orang lain. Dari penelitian yang telah dilakukan, Ustadz Abdul Salam selalu memposting sendiri konten-konten keagamaan pada media sosialnya. Postingan dakwah pada laman facebook para da'i ditampilkan dengan berbagai versi. Ada berupa dakwah singkat seperti kata mutiara ataupun kata hikmah dengan ulasan yang singkat saja. Ada pula postingan yang merupakan kupasan atau argumentasi lengkap disertai dengan dalil dan ayat pendukung.

Keteraturan postingan keagamaan para da'i pada facebook ini juga beragam. Ada da'i yang memuat konten keagamaan hampir setiap hari dan ada juga yang menggunakan facebook untuk merespon

dan menyikapi masalah yang muncul ditengah masyarakat.

Selain facebook, ada juga da'i yang menggunakan fanpage tertutup untuk berdakwah. Postingan pada fanpage ini hanya bisa dilihat dan dikomen oleh pengguna yang menjadi anggota dari group tersebut. Perbedaan yang terlihat adalah jumlah komen dan share yang lebih sedikit dibandingkan dengan lama facebook biasa. Hal ini menunjukkan anggota dalam group tersebut belum tentu membuka dan membaca setiap postingan yang dikirimkan.

3. Konten yang dibagikan dan di Posting oleh Da'i

Inti atau core values dari prinsip dakwah adalah ajakan kepada kebaikan oleh da'i itu sendiri. Dalam Al-Qur'an, prinsip dakwah itu juga dengan tegas dijelaskan yaitu dakwah dilakukan dengan cara yang baik, menyeru kepada kebaikan (mau'idzah hasanah) dan harus dapat memberikan manfaat kepada orang lain (bil hikmah). "Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan bijaksana dan prilaku yang baik...(QS. An-Nahl:125). Dengan demikian dakwah dapat dilakukan secara kreatif selama tujuan yang dicapai adalah kebaikan dan kemanfaatan kepada manusia.

Dakwah menggunakan facebook yang dilakukan oleh para da'i ini memuat pesan-pesan dakwah mulai dari motivasi untuk melaksanakan sholat yang berkualitas, motivasi untuk menjalani hidup dan kehidupan, bersikap tawadhu', menghargai orang lain, bersyukur, dan pesan-pesan dakwah lainnya yang berkaitan dengan aqidah dan masalah keimanan yang disajikan dengan berbagai bentuk. Postingan dakwah ini ada yang dibuat dengan bahasa yang sederhana ada juga yang dikupas secara lengkap disertai dalil pendukung pesan tersebut. Berikut akan dikemukakan beberapa postingan yang

berkaitan dengan konten keagamaan atau dakwah

Kritik sosial

Diantara konten postingan para da'i pada laman facebook nya adalah kritik sosial yang dituangkan dalam berbagai versi oleh penulisnya. Ada da'i yang memposting argumen dan dalil serta riwayat untuk menjelaskan kepada pembaca atau pengguna media sosial lainnya. Ada da'i yang menampilkan kritik sosial ini dengan bahasa sindiran dan ada pula yang mengupasnya secara terbuka atau terang-terangan.

Tausiyah

Postingan tausiyah ini yang dimuat dilaman facebook para da'i ini berisi muatan ilmu tentang agama yang menambah pengetahuan dan wawasan para pengguna facebook lainnya. Postingan tersebut biasanya merupakan penjelasan lengkap yang mengupas atau membahas secara panjang lebar tentang agama yang dilengkapi dengan dalil Al-Qur'an maupun hadits nabi yang menjadi landasan bagi tausiyah tersebut.

Kegiatan

Salah satu postingan pada media sosial para da'i adalah foto-foto kegiatan dakwah yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan lembaga ataupun pribadi. Meskipun hanya postingan foto, tapi postingan ini memberi kabar pada para pembaca atau pengguna facebook bahwa para da'i ini sedang melakukan serangkaian kegiatan yang tidak terpisahkan dari kegiatan dakwah dalam bentuk lain. Disamping itu, postingan foto-foto ini juga bercerita bahwa rangkaian kegiatan yang dilakukan mendapat dukungan dari berbagai kalangan baik kaum muda maupun orang tua. Semua postingan foto tersebut juga tidak kalah menarik bagi para pengguna facebook lainnya, sehingga terlihat banyak mendapatkan komentar dan like.

Undangan

Postingan lainnya yang nampak pada laman facebook para da'i adalah undangan untuk mengikuti rangkaian acara atau kegiatan yang mereka lakukan atau hadir. Ajakan ini merupakan bagian dari mengikut sertakan masyarakat dalam agenda atau kegiatan dakwah.

Motivasi

Motivasi dalam postingan para da'i ini dipaparkan agar masyarakat dapat mengambil ikhtibar atau pelajaran dari alam. Motivasi ini bertujuan agar masyarakat bisa selalu berada dalam kebaikan walau dalam kondisi apapun juga.

Ucapan

Ucapan merupakan salah satu bentuk postingan dakwah yang menunjukkan bahwa para da'i ini peduli dengan berbagai agenda atau peringatan hari-hari besar agama Islam. Postingan berupa ucapan ini biasanya pada momen-momen tertentu seperti hari raya, tahun baru Islam atau momen penting lainnya.

4. Pertimbangan Da'i dalam Memposting Suatu Konten

Da'i dalam memposting suatu konten keagamaan didasarkan atas beberapa pertimbangan. Ada kalanya dalam menyikapi suatu permasalahan yang sedang berkembang di tengah masyarakat dan ada kalanya dalam rangka menjawab berbagai pertanyaan yang muncul ditengah masyarakat dan terkadang merupakan inspirasi tersendiri dari da'i

Menyikapi Permasalahan yang sedang Berkembang

Diantara postingan keagamaan yang ditemui dilaman facebook para da'i ini berkaitan dengan permasalahan yang sedang terjadi di tengah masyarakat. Sehingga postingan yang disajikan merupakan sikap da'i tersebut terhadap

permasalahan yang sedang terjadi. Ada juga postingan yang terkesan memberi peringatan bagi kita supaya berhati-hati terhadap situasi dan kondisi yang terjadi.

Menjawab Pertanyaan Pengguna

Pengguna facebook sering menggunakan media sosial ini sebagai sarana berinteraksi dengan da'i. salah satu cara interaksi yang dilakukan adalah dengan mengajukan pertanyaan terhadap persoalan-persoalan yang sedang terjadi ataupun permasalahan agama yang meragukan mereka.

Inisiatif Sendiri

Da'i dalam memposting suatu konten keagamaan oleh adanya pemikiran tentang suatu ide yang harus disampaikan kepada masyarakat melalui laman facebook mereka.

Sebagai Pencerahan

Salah satu factor yang menyebabkan da'i memposting suatu konten pada media sosial untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat. Misalnya dalam suasana atau momen tertentu, da'i memberikan ulasan sehingga masyarakat memperoleh pengetahuan dan informasi yang benar tentang momen tersebut.

PEMBAHASAN

Media sosial dalam hal ini facebook dan youtube telah dimanfaatkan oleh da'i dalam berdakwah sebagai wadah untuk menyebarkan informasi keagamaan kepada masyarakat luas. Meskipun belum banyak da'i di Kota Padang yang menggunakan media sosial ini sebagai sarana berdakwah, namun tak dapat dipungkiri bahwa dakwah melalui media sosial dapat menjangkau khalayak yang lebih luas serta tersebar dengan cepat.

Kemampuan da'i dalam menggunakan media sosial masih sangat terbatas. Namun melihat antusias pengguna yang menyukai dan

mengomentari serta membagikan informasi dakwah dari media sosial tersebut semakin meningkat. Dengan melihat antusias masyarakat yang tinggi maka seorang da'i harus bisa meningkatkan kemampuannya dalam menggunakan media sosial untuk berdakwah. Hal ini agar dakwah bisa berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi. Selain itu, seorang da'i juga harus memahami perkembangan ummat supaya tidak ketinggalan informasi dapat memahami permasalahan yang sedang terjadi. Seorang da'i harus cerdas mencari solusi dari berbagai masalah yang sedang dihadapi oleh ummat.

Konten yang dibagikan da'i melalui media sosialnya mulai dari konten yang sederhana dalam bentuk sapaan bagi para pengguna, konten ungkapan atau ucapan sampai kepada konten-konten yang membahas masalah keagamaan yang memerlukan pembahasan dan ulasan yang lebih rinci dan mendalam dengan menyertakan dalil-dalil sebagai landasan argumentasinya. Disamping itu ada juga postingan da'i yang hanya memuat judul dengan disertai ayat atau hadits beserta artinya.

Melalui media sosial, da'i dan masyarakat dapat saling berinteraksi secara aktif serta ikut berperan dalam menambah atau melengkapi informasi. Bahkan konten yang menurut pengguna sangat bermanfaat akan dibagikan sehingga bisa juga dibaca oleh pengguna facebook lainnya. Postingan para da'i ini memiliki berbagai pertimbangan atau alasan. Diantaranya menyikapi postingan pengguna di media sosial dalam rangka meluruskan pandangan masyarakat yang dianggap keliru atau untuk menjawab berbagai pertanyaan masyarakat tentang suatu permasalahan yang sedang terjadi. Selain itu juga ditemukan postingan bebas

tanpa didahului oleh adanya postingan pengguna lainnya.

KESIMPULAN

Media sosial sebagai sarana dakwah sangat perlu bagi para da'i mengingat perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Melalui media sosial, da'i dapat memuat pesan-pesan dakwah mereka secara cepat dan praktis. Pesan yang disampaikan melalui media sosial ini juga dapat diterima secara luas dan cepat oleh masyarakat.

Konten-konten yang dibagikan oleh da'i melalui media sosial terdiri dari konten keagamaan yang berkenaan dengan motivasi, tausiyah pendek tentang aqidah, ibadah, muamalah dan akhlak. Selain itu juga terdapat konten yang berkaitan dengan kegiatan serta aktivitas keagamaan yang mereka lakukan dengan melibatkan masyarakat banyak. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan dakwah da'i mereka lakukan dengan menyebarkan undangan melalui media sosial tersebut. Postingan lainnya berisi ucapan selamat untuk momen atau kondisi tertentu.

Postingan para da'i pada media sosial mereka dilakukan dengan berbagai pertimbangan, diantaranya dalam rangka menjawab pertanyaan pengguna media sosial lainnya terkait dengan isu atau persoalan keummatan yang sedang terjadi. Dalam hal ini, seorang da'i perlu menjernihkan ataupun meluruskan informasi yang sedang berkembang. Dengan membaca postingan para da'i ini, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan keagamaan yang dijadikan dasar dalam bertindak bagi pengguna media sosial.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Anwar, Fuadi, 2001, Dakwah untuk Penanggulangan Kemiskinan: Studi Kasus di Kotamadya Padang, Disertasi pada IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Boyd, D.M., dan N.B. Ellison, Social Network Sites: Defenition, History and Scholarship, *Jurnal of Computer Mediated Communication*, Vol.13, No.1 (2007)

Denozoline, 2008, Miling List (Milst): Fungsi, Tujuan dan Cara Membuat, In <http://denozonline.wordpress.com/2008/09/25/mailling-list-milist-fungsi-tujuan-dan-cara-membuat/>.

Kominfo.com, 2015. Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang. http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satke.

Ma'arif, Syaiful, 2008, Pola Komunikasi Dakwah KH.Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam Membina Kehidupan Beragama Jemaahnya di Bandung, Disertasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung

Mulyana, Deddy, 2010, Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli, 2015, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nurudin, Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi, *Jurnal Komunikasi*, Vol.5, 2010

Kaplan, A.M.,& Haenlein,M, 2019, Users of the World: The Challenges and

Opportunities of Social Media, Bussisness Horizon

Wahyu Ilaihi, 2010, Komunikasi Dakwah, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya