

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

KKN-IK DR adalah KKN yang dilaksanakan secara terintegrasi antara kompetensi program studi dan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dari tempat tinggal masing-masing mahasiswa dengan tetap mempertimbangkan protokol kesehatan. KKN-IK dr dapat diwujudkan dengan memanfaatkan media sosial serta melakukan produktivitas keilmuan yang dilakukan mahasiswa, baik berupa penulisan buku, karya tulis, opini dan lain-lain yang disesuaikan dengan program studi masing-masing. KKN-IK DR dapat diwujudkan dengan cara melakukan penguatan atas kesadaran dan kepedulian terhadap wabah Covid-19, moderasi beragama dan kompetensi keilmuan berbasis kefakultasan.<sup>1</sup>

Islam merupakan agama *rahmatan lil 'alamiin*, sehingga kehadirannya akan membawa rahmat bagi seluruh alam. Begitupun dalam perkembangannya, sebagai agama dakwah, Islam senantiasa mengajak kepada kebaikan melalui kegiatan dakwah yang diwajibkan bagi seluruh umatnya yang muslim, berakal dan baligh. Dalam prakteknya, kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui berbagai metode dan didukung dengan beberapa media yang ada. Kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syariat dan akhlak Islam. Kata dakwah merupakan *masdar* (kata benda) dari kata kerja *daa yadu* yang berarti panggilan, Seruan atau ajakan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Tim Panitia KKN-IK DR, “*Buku Panduan KKN-IK DR*” (LPPM IAIN Kudus, 2020) 10.

<sup>2</sup> Mubasyaroh STAIN Kudus, “Dakwah Dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah),” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 1 (2016) 95.

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a* yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Pada tataran praktik dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu: penyampain pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia.<sup>3</sup> dakwah merupakan kegiatan penyampaian petunjuk allah kepada orang atau masyarakat dapat dipahami sebagai upaya atau mengajak ke arah Islam. Pada dasarnya dalam dakwah ada unsur yang terdapat penyampaian informasi ajaran Islam agar terjadi perubahan pengertian, cara berfikir, pandangan hidup dan keyakinan, perbuatan, sikap, tingkah laku, maupun nasihat dan serta ajakan berbuat baik dan larangan sesuai perintah agama.<sup>4</sup> Sebagai umat muslim kita berkewajiban dan mempunyai misi yang sangat melekat yaitu melakukan dakwah kepada siapapun dan dimanapun kita berada kepada orang yang berada di sekitar kita, hal ini bertujuan untuk mengubah dan mempengaruhi mereka agar sikap dan perilaku sesuai dengan ilmu dan ajaran Islam yang ada di dalam Al-Qur'an dan seusai dengan hadist nabi.

Hakikat manusia dalam perspektif Islam adalah berbuat baik dan memperbanyak banyak amal solih dengan berpegang pada keyakinan dan iman kepada sang

---

<sup>3</sup> Ahmad Zain, "Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah" *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 2, No. 1, (2014) 59.

<sup>4</sup> Pahlawan Khatib Kayo, *Manajemen Dakwah dari dakwah konvensional menuju dakwah kontemporer*, (Jakarta. 2007) 26.

pencipta. Berdakwah merupakan salah satu contoh amal soleh manusia penyebaran agama tidak akan pernah terjadi dimuka bumi tanpa peran dakwah dari manusia. Oleh karena itu manusia menjadi elemen yang penting dalam kegiatan dakwah, pencapaian dakwah bisa ditentukan dari pelaku dakwah.<sup>5</sup> Dalam rangka meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap syariah Islam yang akan membawa perubahan pada pandangan hidup manusia sikap dan perbuatan manusia yang masih menyimpang dari ajaran Islam sehingga berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Moderasi dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *wasatiyyah*. *Wasath* diartikan sebagai sesuatu yang ada di tengah. Dalam *Mufradat Al-fazh Al-Qur'an* bahwa *wasath* berarti, “*Sesuatu yang memiliki dua belah ujung yang ukurannya sebanding.*” Makna dari kata ini dapat di artikan sesuatu yang terjaga, sempurna dan terpilih. Karena sesuatu yang ada di tengah- tengah tidak mudah untuk dijangkau secara langsung, sehingga memungkinkannya untuk menjadi tempat untuk menyimpan hal-hal yang berharga dengan baik.

Moderasi atau sikap moderat yang dimaksud dalam tulisan diperuntukan untuk semua agama dan komunitas, karena yang dibutuhkan hari ini sikap moderasi dunia. Semua agama dari mulai Islam, Kristen Budha, Hindu, dan agama-agama lain yang ada di Indonesia khususnya dan umumnya yang ada di dunia harus memiliki sikap moderat. Hal itu berlaku juga untuk komunitas-komunitas. Moderasi dalam Islam merupakan pendekatan konseptual yang menggambarkan sifat-sifat dan karakteristik Muslim, baik secara individu dan kelmompok. Pemahaman konseptual yang

---

<sup>5</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017) 96.

sebenarnya dan aplikasi fungsionalnya dapat diidentifikasi secara struktural.<sup>6</sup>

Aktivitas dakwah saat ini jika kita perhatikan semakin semarak. Terbukti dengan bermunculannya acara-acara keIslaman di berbagai bidang maupun wilayah. Hal ini memberikan gambaran bahwa saat ini masyarakat mulai sadar bahwa akan pentingnya dakwah guna membangun karakter masyarakat yang Islami. Selain itu, sadarnya masyarakat terhadap dakwa di sebabkan begitu rendahnya moral yang tertanam dalam generasi muda. Lalu kemudian melakukan pendalaman pemahaman mengenai masyarakat yang meliputi: hakikat masyarakat, karakteristik masyarakat, struktur masyarakat, hubungan sosial manusia dalam masyarakat, membangun hubungan sosial, serta prinsip-prinsip dasar hubungan sosial untuk kepentingan pengembangan dakwah.<sup>7</sup> pengelompokan lapisan masyarakat yang secara bersama melakukan kesepakatan dan memiliki kepentingan bersama dengan membuat satu kelompok dengan tujuan bersama. Masyarakat tumbuh dan berkembang secara terus-menerus mengikuti perkembangan zaman. Maka dari itu peranan dakwah sangat penting bagi generasi-generasi muda yang akan datang.

Pada abad ini pengguna media masa semakin marak dan fenomena ini akan terus berkembang seiring berjalannya waktu dan akan memperlihatkan aksistensinya. Dengan bantuan teknologi komunikasi yang serba canggih dalam hitungan detik sebuah pesan dapat terkirim kepada miliaran manusia diseluruh penjuru dunia Perkembangan teknologi yang serba canggih ini adalah sebuah peluang besar para kader dan juru dakwah

---

<sup>6</sup> Engkos Kosasih, *“Literasi Media Sosial Dalam Pemasyarakatan Moderasi Beragama Dalam Situasi Pandemi Covid-19”*, 21.

<sup>7</sup> Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta:PT Kharisma Putra Utama, 2016) 55.

untuk terus memikirkan cara berdakwah. Tiada lain sebuah ijtihad dalam mencari peluang-peluang pesan dakwah yang bisa disalurkan ke berbagai media.<sup>8</sup> Secara tidak langsung agama Islam mengajarkan kita sebagai umat muslim untuk memiliki kehidupan yang seimbang dalam segala aspeknya, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Dalam hal ini para da'i harus mampu menjalankan aktivitas dakwah secara adil dan bijaksana agar terhindar dari pikiran negatif dari masyarakat yang akan mencoreng agama Islam dan menghancurkan misi Islam sebagai agama yang suci, Para pendakwah harus bijak dan berhati-hati dalam menggunakan media dalam menyebarkan agama Islam. di era milenial ini salah satu sarana yang paling efektif adalah media sosial yang bisa dimanfaatkan oleh para pendakwah sebagai strategi dakwah ditengah kemajuan teknologi yang semakin pesat.

Permasalahan yang Muncul pada saat ini, Akibat dari arus informasi yang begitu cepat menciptakan perkembangan keilmuan seperti halnya dakwah dan komunikasi Islam. Sehingga lahir konsep baru dalam keilmuan dakwah merupakan yang menjadi indikator untuk menjadi jawaban perkembangan zaman yang realistis. Namun perkembangan itu tidak di dukung dengan eskalasi nilai masyarakat.<sup>9</sup> Secara bahasa, kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media diartikan perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media adalah media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga

---

<sup>8</sup> Encep Dulwahab. "Dakwah di Era Konvergensi Media" *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 5 No. 16 Juli- Desember 2010, 21.

<sup>9</sup> Khilman Rofi Azmi. "Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 4, No. 1.

dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat.

Media adalah suatu proses penyampain pesan melalui alat-alat elaktronik baik yang berbentuk audio, audio fisiul dan lain-lain. Sedangkan media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebgas apapun metode, materi dan kapasitas seorang *da'i* tanpa didukung dengan sebuah media yang tepat seringkali hasilnya kurang efektif.<sup>10</sup>

Untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, para pendakwah (*dai/daiyah/khatib/penceramah*) dapat menggunakan berbagai media, baik itu media mimbar melalui *khitabah* (khotbah/ceramah), media cetak (koran, majalah, buku), elektronik (radio, televisi, film, internet), dan sebagainya. Dan tentunya dalam penggunaan media harus disesuaikan dengan situasi, kondisi serta keadaan mitra dakwah (*mad'u*). Karena, belum tentu satu media tepat dan cocok bagi semua kalangan. Ada kalanya mitra dakwah yang merasa sesuai dengan media radio, ada kalanya yang merasa sesuai dengan media film, atau mungkin dengan media internet dan sebagainya.<sup>11</sup>

Media dakwah merupakan jembatan yang mampu menyampaikan pesan dakwah dari *da'i* kepada *mad'u*. Sebagaimana diketahui bahwa media dakwah banyak sekali jumlahnya, mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film, radio dan televisi. Dari itu semua media dakwah pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media cetak dan

---

<sup>10</sup> Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah" *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1 Juni (2016) 51.

<sup>11</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Mimbar Dan Khitabah," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 1, No. 2 (2013) 74.

elektronik.<sup>12</sup> Dengan percepatan perubahan zaman dan meningkatnya populasi manusia. Media bisa sangat membantu dan bermanfaat dalam berdakwah di era globalisasi yang menjadi bagian dari perubahan zaman modern. Di Indonesia sendiri pengguna media mencapai puluhan ribu bahkan ratusan juta yang membuat internet menjadi budaya dan menjadi suatu kebutuhan primer diberbagai negara.

Akibat dari dinamisasi kehidupan moderen telah mempengaruhi masyarakat dengan memandang berbagai persoalan hidup yang praktis, logis dan instan. Keadaan yang demikian ini di samping membawa manfaat berupa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin memudahkan aktifitas manusia, juga telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan memudarnya hubungan sosial. Implikasi tersebut berlangsung demikian lama, sehingga dewasa ini telah melahirkan berbagai kenyataan sosial yang cukup bertentangan dengan cita-cita.<sup>13</sup> Dalam hal ini peran dakwah sangat di butuhkan mengingat fungsi dakwah adalah mengajak untuk kebaikan. Meluasnya media di tengah-tengah kehidupan manusia juga banyaknya situs-situs di internet yang meyebarkan pesan dakwah bisa memberi pedoman serta tuntunan kepada manusia agar menuju arah corak ideal dalam pemanfaatan media komunikasi.

Dengan luasnya perkembangan teknologi saat ini menjadi sarana untuk kader dan juru dakwah agar terus mendakwahkan beberapa hal sehingga dapat disalurkan ke berbagai media dengan pesan dakwah yang baik dan

---

<sup>12</sup> Mubasyaroh, "Dakwah Dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 1 (2016) 98.

<sup>13</sup> Istina Rakhmawati, "Paradigma Dakwah Upaya Merespon Problematika Umat Islam di Era Modern." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 3, no. 2 (2015) 411.

mendidik. Seperti yang sudah terlihat dilakukan oleh para penggiat bisnis dengan terus melakukan inovasi produknya ke berbagai media yang bisa menjangkau luas masyarakat konsumennya. Al-Ghazali sudah mempraktekkan ikhtiar di atas. Dan hendaknya dai memikirkan kemungkinan dakwah melalui media massa. selain itu, Al-Ghazali juga pernah merenungkan pengaruh buku-buku filsafat Yunani pada pemikiran Islam, sedalam itu pula hendaknya para dai masa kini merenungkan pengaruh infiltrasi kebudayaan melalui media massa.

Peran media yang dahsyat dapat merubah segala tatanan kehidupan masyarakat dengan lebih muda dan instan. Tidak sedikit masyarakat yang tadinya tidak melek sekarang menjadi melek terhadap informasi yang begitu banjir di belantara media. Melihat peluang seperti itu, dakwah pun sangat bisa dilakukan di berbagai media massa. Namun para pembuat pesannya inilah yang harus berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terus berakselerasi memenuhi kebutuhan manusia.<sup>14</sup> Media sosial Instagram, YouTube, Zoom/Google Meet dan Facebook merupakan media sosial yang dimanfaatkan sebagai media dakwah Mahasiswa KPI dalam menjalankan program kerja KKN-IK DR 2020 dengan cara *meg-upload* video, sehingga para *Mad'u*/Masyarakat Virtual dapat meliha dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang di bagikan melalui media sosial tersebut.

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang cepat, konvergensi media telah berperan besar dalam mengubah hubungan antara teknologi dengan industri, lebih jauhnya lagi konvergensi

---

<sup>14</sup> Abdul Ghofur, "Dakwah Islam Di Era Milenial." *Dakwatauna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Volume 5, no.2, (2019) 139-140.

media telah menuntun gaya hidup menjadi lebih praktis dan serba instan. Harus diakui kemajuan atau lahirnya konvergensi media ini telah mematikan aktivitas lainnya, yaitu media-media yang sudah lahir sebelumnya. Beberapa Negara besar muncul tren baru seperti meningkatnya pelanggan media internet dibanding media cetak.

Bahkan diramalkan dalam beberapa dekade mendatang, di negara tersebut, masyarakatnya akan meninggalkan media massa tradisional dan beralih ke media konvergen. Tren ini tidak hanya terjadi di negara Paman Sam, tetapi geliatnya terus merebak ke berbagai negara di belahan dunia lainnya. Fenomena ini, bukan tidak mungkin suatu saat nanti, peran jurnalisme online akan menggantikan peran pers konvensional, karena nilai plus dari konvergensi media adalah bisa memberikan kesempatan baru kepada publik, untuk memperluas pilihan akses medianya sesuai dengan selera mereka, yang itu tidak didapatkan di media-media lainnya.<sup>15</sup>

Tidak dapat dipungkiri adanya kekhawatiran dari lahirnya konvergensi media ini, tapi jika isinya adanya muatan dakwah yang pesan dari dakwah di tata dengan rapi. minimal kekhawatiran akan efek negatif dari konvergensi media ini tidak akan ada lagi. Bahkan sebagian kalangan merasa aman, pasalnya bahwa isi konvergensi media yang berorientasi dakwah, pada bagian tertentu akan mengamankan moral generasi muda, dan ini merupakan salah satu poin penting yang harus dipikirkan para dai terhadap perkembangan dunia konvergensi media.<sup>16</sup>

Maka pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah disini berarti berupaya menggunakan atau

---

<sup>15</sup> Encep Dulwahab. Dakwah di Era Konvergensi Media. *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 5 No. 16 Juli-Desember (2010) 25.

<sup>16</sup> Abdul Ghofur. Dakwah Islam di Era Milenial *Dakwah : Jurnal dan Komunikasi* Volume5, Nomor2, (2019) 147.

memakai media sosial Instagram, YouTube, Zoom/Google Meet dan Facebook sebagai alat yang menyalurkan pesan dakwah yang di kemas dalam bentuk konten vidio dan flayer pada program kerja mahasiswa KKN-IK DR 2020, dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus.

Berkaitan dengan strategi dakwah melalui media sosial Instagram, YouTube, Zoom/Google Meet dan Facebook yang ada dalam program KKN-IK DR 2020 maka mahasiswa KKN-IK DR 2020 Prodi Komunikasi Penyiaran Islam harus bisa menyesuaikan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi pada masyarakat pada saat ini. Oleh sebab itu pemanfaatan media sosial Instagram, YouTube, Zoom/Google Meet dan Facebook pada saat ini sangat penting sehingga mahasiswa dituntut untuk memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial keagamaan. Di era globalisasi saat ini teknologi semakin berkembang dan tidak menutup kemungkinan masyarakat akan terbawa arus kemajuan tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan mengangkat judul **“STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MASYARAKAT VIRTUAL (Studi Kasus Mahasiswa KKN-IK DR 2020 Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Kudus)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada strategi dakwah melalui media sosial pada masyarakat virtual mahasiswa KKN-IK DR 2020 IAIN Kudus prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2017.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah mahasiswa KPI pada program kerja KKN-IK DR IAIN Kudus 2020 melalui media sosial pada masyarakat virtual?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan media sosial sebagai startegi dakwah mahasiswa KPI pada program kerja KKN-IK DR IAIN Kudus 2020?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi dakwah mahasiswa KPI pada program kerja KKN-IK DR IAIN Kudus 2020 melalui media sosial pada masyarakat virtual.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan media sosial sebagai startegi dakwah mahasiswa KPI pada program kerja KKN-IK DR IAIN Kudus 2020.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dan dapat diperoleh dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Mengembangkan penelitian dibidang Dakwah khususnya pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Memberikan informasi dan pengetahuan tentang strategi dakwah melalui media sosial.
3. Membantu memperkenalkan kampus IAIN Kudus Khususnya jurusan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam kepada masyarakat.
4. Mempermudah seorang pendakwah dalam memberikan materi yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat pada saat ini.

5. Memberikan tontonan kepada komunitas virtual yang bermanfaat melalui program dakwah KKN-IK DR 2020 mahasiswa KPI IAIN Kudus dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dan tetap dirumah aja.
6. Penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca dan menambah khazanah karya ilmiah perpustakaan IAIN Kudus.

#### **F. Sitematika Penulisan**

Secara garis besar skripsi ini terdiri atas tiga bagian, yaitu:

1. Bagian Muka

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

2. Bagian Isi, terdiri dari:

**Bab I : Pendahuluan**

Bab ini memuat masalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II : Kajian Teori**

Meliputi definisi strategi dakwah, bagaimana bentuk-bentuk strategi dakwah, media sosial dan masyarakat virtual

**Bab III : Metode Penelitian**

Metode penelitian berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data,

pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Analisis dan Pembahasan

Hasil analisis ini berkaitan dengan gambaran objek penelitian, analisis strategi dakwah

Bab V : Penutup

Penutup terdiri dari: Simpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini terdiri dari: daftar pustaka, daftar lampiran, dan daftar riwayat pendidikan penulis.

