

BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, MEDIA BERDAKWAH, MEDIA BERWIRAUSAHA

A. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan Masyarakat Islam

a. Pengertian Strategi Pengembangan Masyarakat Islam

Strategi adalah sekumpulan keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dengan menyesuaikan sumber daya organisasi dalam peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkup industrinya.¹ Dalam merancang strategi salah satu elemen yang sangat berpengaruh dalam mencapai tujuan adalah sumber daya manusia yang meliputi :

- 1) Tahap pengadaan mencakup perencanaan, rekrutmen, seleksi dan orientasi sumber daya manusianya.
- 2) Tahap penggunaan mencakup kesesuaian antara kemampuan sumber daya manusia, tugas yang diberikandan tanggung jawabnya, selain itu juga memperhatikan hal-hal mengenai kesempatan memperoleh pelatihan dan pendidikan, supervisi, penilaian kinerja, imbalan serta jaminan perlindungan dan kesehatan kerja.
- 3) Tahap pemeliharaan sumber daya manusiatujuannya adalah bagaimana agar karyawan merasa puas dengan pekerjaannya.²

Strategi dibutuhkan untuk mendorong suatu kegiatan mencapai kesuksesan yang maksimal. Tanpa adanya strategi yang matang bisa saja suatu kegiatan tidak dapat berjalan dengan baik dan tidak bermanfaat bagi masyarakat.

¹ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 12

² Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 26

Pengembangan masyarakat adalah upaya mengembangkan sebuah kondisi masyarakat secara berkelanjutan dan aktif berlandaskan prinsip-prinsip keadilan sosial dan saling menghargai.³ Setiap kegiatan pengembangan masyarakat dirancang untuk dapat mendorong sumber daya, keterampilan dan peluang yang dimiliki masyarakat agar mampu untuk menunjukkan kemampuannya. Kegiatan pengembangan masyarakat difokuskan pada upaya menjembatani orang-orang yang memiliki minat untuk bekerja sama dalam kelompok agar mampu memenuhi kebutuhan mereka. Dengan demikian, pengembangan masyarakat dapat diartikan sebagai cara untuk memberdayakan setiap orang dalam meningkatkan kualitas hidupnya serta mampu memberikan pengaruh pada setiap proses-proses yang mempengaruhi kehidupannya.

Menurut Morris dan Binstock (1996) strategi pengembangan masyarakat dapat dilaksanakan melalui:⁴

- 1) Memodifikasi pola sikap dan perilaku dengan pendidikan maupun aksi lainnya
- 2) Mengubah kebijakan-kebijakan organisasi formal sesuai dengan kondisi sosial
- 3) Perubahan peraturan dan sistem fungsional suatu masyarakat

Selanjutnya, fungsi strategis pengembangan masyarakat menurut Suharto seperti dikutip oleh Dumasari (2014: 29) ialah:⁵

- 1) Memberikan pelayanan sosial berbasis masyarakat mulai dari pelayanan preventif untuk

³ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat : Wacana dan Praktik*, (Jakarta : Kencana, 2013), hal. 4

⁴ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), Hal. 60

⁵ Ahmad Zaini, Peran Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam, *Jurnal Community Development*, Vol. 1 No. 1, 2016, hal. 144. Diakses pada 28 Maret 2021. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/comdev/article/download/2579/pdf>

- anak-anak sampai pelayanan kuratif dan pengembangan untuk keluarga yang berpendapatan rendah.
- 2) Membantu masyarakat yang memiliki kesamaan minat untuk bekerjasama, mengidentifikasi kebutuhan bersama dan kemudian melakukan kegiatan bersama untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
 - 3) Memenuhi kebutuhan orang-orang yang tidak beruntung atau tertindas, baik yang disebabkan oleh kemiskinan maupun oleh diskriminasi berdasarkan kelas sosial, suku, gender, jenis kelamin, usia, dan kecacatan.

Program pengembangan masyarakat umumnya menekankan penerapan *community-based management* (manajemen berbasis masyarakat) yang disingkat menjadi CBM, yaitu pendekatan pengelolaan program yang menempatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat lokal sebagai dasarnya.⁶ Intinya CBM merupakan suatu strategi untuk mewujudkan praktik pembangunan yang berpusat pada manusia, serta masyarakat diberikan kesempatan dan tanggung jawab untuk melakukan pengelolaan terhadap sumber daya yang dimilikinya, disesuaikan dengan kebutuhan, tujuan, aspirasi, dan dapat membuat keputusan demi kesejahteraan.

Islam adalah agama yang diberikan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW dan Rasul sebagai utusan yang terakhir untuk dijadikan sandaran seluruh umat manusia di kehidupan dunia maupun akhirat.⁷ Islam merupakan agama rahmatan lil 'alamin yang membawa ketenangan, kedamaian, dan kesejahteraan bagi semua manusia yang berpedoman pada Al Qur'an. Islam selalu memberikan solusi pada semua permasalahan yang menimpa umatnya, karena

⁶ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat : Wacana dan Praktik*, hal. 84

⁷ H. A. Kadir Sobur, *Tauhid Teologis*, (Jakarta: Gaung Persada Press Group 2013), hlm. 5

tujuan sosial islam yakni memberikan kesejahteraan untuk umatnya.⁸Bentuk kesejahteraan tidak hanya berupa zakat, sedekah, dan jaminan sosial, tetapi dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kemampuan dan keterampilan, pemberian modal usaha, dan perekrutan kerja.

Jadi strategi pengembangan masyarakat islam ialah perencanaan untuk mencapai tujuan dan direalisasikan sesuai dengan sumber daya yang ada serta disesuaikan dengan syariat agama islam.

2. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Media Sosial Instagram

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan (penerima pesan).⁹ Terdapat berbagai bentuk media seperti media cetak (koran, majalah), media audio (radio), media audio visual (televisi), dan media online (internet). Sosial suatu rangkaian yang penting dalam menentukan tingkah laku manusia.¹⁰ Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media yang di dalamnya terjalin interaksi antar masyarakat.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial merupakan *platform* media yang menfokuskan eksistensi dan memfasilitasi pengguna dalam beraktivitas atau berkolaborasi. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web dan internet yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi

⁸Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran*, (Bandung, PT Mizan Pustaka, Cet. II, 2007), hal. 378.

⁹ Adelia Septiani Restanti Tania, dkk, *Media sosial, identitas, transformasi, dan tantangannya*, (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020), hal 106

¹⁰ Bagja Waluya, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat untuk kelas XI sekolah menengah atas/madrasah aliyah program ilmu pengetahuan sosial*, (Bandung: PT Setia Purna Inves, 2007), hal. 2

blog, jejaring sosial, wiki, forum dunia virtual.¹¹ Media sosial platform berbasis internet yang mudah digunakan masyarakat untuk membuat dan berbagi informasi dalam konteks yang beragam seperti informatika, edukatif, saran, kritik, dan sebagainya. Sehingga media sosial mempunyai efek berantai dalam proses transmisi dan tidak berhenti pada satu pengguna saja.

Media sosial dari tahun ke tahun semakin digemari masyarakat terutama anak millennial dan menjadi suatu media yang memiliki peran penting dalam kehidupan kita. Generasi millennial adalah sebutan untuk generasi yang lahir tahun 1980-2000 an, karena untuk mendapatkan informasi hanya dengan mengakses internet.¹² Salah satu media sosial yang digemari masyarakat saat ini adalah instagram.¹³

Instagram berasal dari kata “insta” dan “gram”. Kata insta diambil dari kata “instan” atau serba cepat dan mudah. istilah instan merupakan sebutan dari kamera polaroid yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah objek dibidik. Sedangkan kata “gram” diambil dari kata telegram yang cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Instagram telah berdiri sejak tahun 2010, dimana pendirinya adalah kevin systrom dan mike krieger. Jadi instagram adalah suatu aplikasi berbagi foto atau video yang dibagikan ke jejaring sosial atau sesama pengguna instagram.

Menurut Atmoko (2012:28) dalam bukunya yang berjudul “instagram handbook” mengatakan bahwa

¹¹ Yusril Rifqy Naufaly, dkk, *Relasi Kuat Antara Generasi Millennial Dan Media*, (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020), hal. 69

¹² Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, hal. 13

¹³ Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, hal. 22

instagram memiliki menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah, yaitu :¹⁴

- 1) Home page, berisikan foto atau video terbaru yang diunggah oleh semua pengguna yang diikutinya.
- 2) Comments, kolom untuk mengomentari foto atau video yang diunggah di instagram
- 3) Explore, tampilan foto dan video populer dari pengguna instagram
- 4) Profile, halaman yang berisi detail informasi pengguna instagram
- 5) News feed, fitur yang berisi pemberitahuan terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna instagram

b. Karakteristik Instagram

Dari tahun ke tahun masyarakat yang menginstal aplikasi instagram semakin meningkat. Dari enam bulan sebelumnya sekitar 150 juta pengguna menjadi lebih dari 200 juta pengguna, serta satu tahun yang lalu naik 100 juta pengguna.¹⁵ Jadi instagram mengalami kenaikan 100 persen pengguna sepanjang tahun dan angka 200 juta pengguna mengacu pada jumlah pengguna aktif bulanan. Dalam instagram terdapat karakteristik atau fitur yang mendukung pengguna untuk berbagi informasi pribadinya di tampilkan di profile. Berikut ini fitur yang ada di profile akun Instagram, antara lain :

- 1) Username
Nama akun instagram terdiri dari kombinasi angka, huruf, titik, dan garis bawah yang hanya mencapai 30 karakter.

¹⁴Adelia Septiani Restanti Tania, Dkk, *Media Sosial, Identitas, Transformasi, Dan Tantangannya*, (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bekerjasama Dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group), 2020), hal. 88

¹⁵Dhifa Nabila, dkk, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, hal. 15

- 2) Profile Picture
Gambar profil instagram dengan ukuran minimal 110 x 110 pixels atau maksimal 180 x 180 pixels.
- 3) Profile Bio
Tempat untuk memberikan keterangan maksimal 150 karakter tentang akun instagram tersebut dan tempat menaruh link yang dapat diakses dalam satu klik.¹⁶
- 4) Instagram Feed
Tempat berbagi konten foto atau video. Satu baris instagram feed terdapat tiga tempat untuk menampilkan konten. Ukuran minimal video berbentuk kotak rasio 1:1 adalah 600 x 600 pixels dan maksimal 1080 x 1080 pixels. Sementara, untuk video berbentuk landscape rasio maksimal 1.91:1 adalah 1920 x 1080 pixels. Semua jenis video dalam instagram feed berdurasi maksimal 1 menit dengan ukuran file maksimal 4 GB dan disarankan agar menggunakan format MP4. Ukuran untuk mempublikasikan foto dengan format .JPEG atau .PNG dalam bentuk kotak rasio 1:1, potrait rasio 5:4, dan landscape rasio 16:9. Ukuran maksimal berkas file foto adalah 30 MB, dengan ukuran paling efektif 1080 x 1080 pixels untuk gambar berbentuk kotak, 1080 x 1350 pixels untuk foto potrait, dan 1080 x 680 pixels untuk foto landscape.

Selain fitur yang ada di profile akun Instagram, terdapat beberapa fitur unggulan yang dimiliki oleh media sosial instagram menurut sari (2018) adalah :

- 1) Pengikut atau followers
Instagram menciptakan sistem sosial dengan cara mengikuti akun, di mana akun yang ada di instagram nantinya dapat saling mengikuti akun-

¹⁶ Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi Dan Informatika, 2018), hal. 47-48

akun lain dan kemudian dapat berinteraksi secara online.¹⁷

- 2) Mengunggah foto atau video
 Fitur ini sebenarnya fitur yang umum. namun instagram memang merupakan media sosial yang memiliki kekuatan melalui foto yang diunggah. Karena instagram memiliki fitur tambahan, yaitu pemberian efek pada foto atau video dan juga pengaturan atau editing sehingga dapat memperindah foto atau video yang akan diunggah. Foto atau video dapat diperoleh dari galeri telepon genggam, bisa juga diperoleh dengan cara mengambil langsung foto atau video menggunakan fitur kamera instagram.
- 3) Pemberian efek dan editing
 fitur yang sangat berguna untuk memperindah foto atau video yang akan diunggah, Terdapat 40 efek yang dapat digunakan pada foto atau video. beberapa diantaranya adalah clarendon, gingham, moon, lark, reyes, dan masih banyak lagi. Untuk fitur editing terdapat beberapa tools yang bisa digunakan seperti brightness untuk memberikan efek lebih terang ataupun gelap, contrast untuk mengatur tingkat kontras foto atau video, sharpen untuk mengatur ketajaman foto atau video, dan lain-lain
- 4) Kamera
 fitur kamera yang dapat dengan mudah mengambil foto atau video langsung dari aplikasi instagram. Ukuran foto atau video yang dapat digunakan hanya yang berasio 3:2 atau 1:1
- 5) Instastories
 fitur berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya dengan menggunakan efek atau filter yang lucu dan unik. Selain itu ada juga fitur lain seperti Qna, polling, dan masih banyak lagi. Fitur ini juga menyediakan pilihan efek untuk merekam video, yaitu ada efek boomerang, rewind,

¹⁷Irfan Ardiansah, Anastasya Maharani, *Optimalkan Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: CV Cendekia Press, 2020), hal. 23-25

handsfree dan juga menyiarkan video secara online (live). Instagram Stories hanya bertahan selama 1 x 24 jam setelah itu menghilang atau dapat disimpan dalam fitur Highlights yang bisa terus dilihat dengan mengunjungi halaman profil pengguna.¹⁸

- 6) Arroba @
fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya dengan menggunakan tanda (@) yang diikuti dengan nama dari akun instagram pengguna yang akan dikunjungi.¹⁹
- 7) Label foto atau hashtag
Hashtag dapat juga dikatakan sebagai kata kunci pada instagram. Fitur ini memudahkan para pengguna instagram untuk mencari foto atau video yang menggunakan label foto atau hashtag yang sama dengan kata kunci yang ingin dicari.
- 8) Tanda suka
Love atau like di instagram merupakan salah satu fitur untuk berinteraksi yang ditandakan dengan pemberian tanda tersebut sebagai tanda bahwa pengguna lain menyukai foto atau video yang telah diunggah.
- 9) Pencarian atau search
Fitur yang berguna untuk melakukan pencarian terhadap akun pengguna instagram lainnya, atau bisa juga untuk melakukan pencarian terhadap foto dengan menggunakan kata kunci atau hashtag. Fitur ini sangat mempermudah pengguna instagram untuk menjangkau profil atau foto dari sesama pengguna lainnya.
- 10) Direct message
fitur mengirimkan pesan langsung kepada pengguna lain secara pribadi. Pengguna instagram

¹⁸Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan*, hal. 48

¹⁹Irfan Ardiansah, Anastasya Maharani, *Optimalkan Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: CV Cendekia Press, 2020), hal. 23-25

dapat melakukan percakapan dengan pengguna lain

Media sosial instagram dapat menjadi salah satu media yang ideal di masa kini dan masa mendatang. Sebagian besar instagram digunakan untuk berbagi moment bahagia maupun sedih. Melalui instastory maupun upload foto atau video yang dapat mengekspresikan perasaanya. Selain itu, dapat juga mencari informasi terbaru dan video-video yang dapat menghibur atau video tutorial-tutorial yang mengedukasi. Fitur instastory merupakan fitur berbagi foto atau video kegiatan sehari-hari berdurasi 15 detik menampilkan hal-hal menarik dan kekinian, pengguna lain bebas mengomentari postingan foto atau video yang diunggah tersebut.²⁰Serta postingan foto atau video yang diunggah di instagram dapat ditambah caption atau kata-kata sebagai penjas dari postingan tersebut. Selain caption, dapat juga diberikan hastag yang bertujuan agar postingan tersebut mudah ditemukan orang lain entah dari keluarga, teman, ataupun orang yang sama sekali tidak dikenal. Instagram memiliki banyak kelebihan seperti akun yang bersifat private hanya bisa di lihat oleh pengguna yang diikuti balik saja, pengguna lain yang tidak ia ikuti tidak dapat melihat akunnya. Instagram juga memperlihatkan jumlah pengguna yang diikuti dan jumlah pengguna yang mengikuti akunnya. Hal ini mempermudah pengguna instagram untuk mengetahui jumlah pengikut dan dapat mengikuti akun pengguna lain sampai tak terhingga.

Instagram sekarang ini banyak dijadikan oleh pelaku bisnis sebagai media utama dalam promosi produk dan branding image. Bagi pengguna instagram yang memiliki keinginan untuk berbisnis dapat mencoba instagram sebagai media pemasarannya.

²⁰Adelia Septiani Restanti Tania, Dkk, *Media Sosial, Identitas, Transformasi, Dan Tantangannya*, (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Bekerjasama Dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group), 2020), hal. 16

Dapat menjual berbagai jenis barang atau segala kebutuhan yang kita inginkan, tidak hanya menjual kita juga dapat membeli sesuatu secara online dari instagram. Selain menjadi media yang memiliki nilai positif, instagram juga dapat bernilai negatif tergantung dengan pemanfaatan media yang digunakan. Namun, Bagi pengusaha atau pedagang media instagram adalah keuntungan, karena dapat memperluas penjualan.

c. Dampak Media Sosial Instaram

Media sosial adalah aplikasi yang dibuat oleh suatu perusahaan atau pengembang aplikasi di dunia, sosial media tidak hanya di gunakan remaja dan dewasa saja, tetapi anak kecil juga sudah ada menggunakan sosial media, bahkan kakek dan nenek yang umurnya cukup tua, sosial media sangat memudahkan kita untuk berhubungan antar tempat, wilayah, kota, ataupun negara.²¹ Menggunakan media sosial harus mode online yang terhubung dengan jaringan internet. Media sosial dapat memberikan dampak positif dan negatif tergantung dari penggunaannya itu sendiri. Ada baiknya jika pengguna ingin mengunggah berita, informasi, foto, video, atau apapun yang ingin di unggah tersebut, difikir terlebih dahulu apakah yang di unggah tersebut dapat dibuktikan kebenarannya dan bermanfaat bagi siapapun yang melihatnya. Berikut dampak positif maupun negatif yang di dapatkan dari media sosial :

Dampak Positif :

- 1) Memudahkan berkomunikasi walaupun jaraknya jauh
- 2) Membuat pola pikir masyarakat yang sempit menjadi luas
- 3) Memperbanyak teman atau relasimengakses informasi dengan cepat dan mudah

²¹ Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020), hal 25

- 4) Menciptakan inovasi-inovasi yang menarik dan menginspirasi masyarakat
- 5) Dapat dijadikan sebagai media berjualan secara online

Dampak negatif :

- 1) Dapat menurunkan perkembangan moral,
- 2) Terjadi penipuan dan informasi yang berbau hoax.²²
- 3) Menjadi ketergantungan terhadap sosial media
- 4) Mengganggu kesehatan.²³

Salah satu contoh instagram yang membawa dampak positif ialah aplikasi belanja online yang mempermudah pembelian pakaian dari rumah. Jadi, kita tidak perlu lagi repot-repot mendatangi, dan menunggu antrian di toko pakaian yang kita inginkan. Mengingat masyarakat saat ini sering mengakses apapun itu melalui media sosial membuat tingginya minat masyarakat untuk berbisnis melalui media sosial. Selain itu, dapat mengembangkan produktivitas karena tidak sedikit jenis pekerjaan baru muncul dari media sosial. Apabila konsisten berkarya di media sosial akan mencapai hasil yang lebih memuaskan dibandingkan bekerja dengan hal konvensional bahkan tidak melibatkan banyak teknologi.

3. Media Berdakwah

a. Pengertian Media Berdakwah

Dakwah berarti mengkomunikasikan ajaran islam dalam arti mengajak dan memanggil umat agar menganut ajaran Islam memberi informasi mengenai amar makruf dan nahi mungkar, agar dapat tercapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat serta

²² Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, hal 19-20

²³ Dhifa Nabila, dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, hal 16

terlaksananya ketentuan Allah.²⁴ Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan secara damai tanpa adanya kekerasan untuk merubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyebaran agama islam dapat dilakukan dengan cara berdakwah. Secara etimologis dakwah dapat diartikan sebagai ajakan, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Nasarudin Latif menyatakan bahwa, dakwah adalah setiap aktivitas lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai dengan akidah, syariat, dan akhlak islamiah.²⁵

Dalam berdakwa terdapat enam unsur-unsur dalam setiap kegiatan dakwah yaitu :

- 1) *da'i* (pelaku dakwah)
seseorang yang melaksanakan dakwah baik dengan lisan, tulisan, maupun tindakan yang dilakukan secara individu, kelompok atau organisasi.
- 2) *mad'u* (sasaran dakwah),
seseorang yang menjadi penerima dakwah baik secara individu, kelompok atau organisasi dalam partisipasinya
- 3) *maddah* (materi dakwah),
isi pesan yang disampaikan pelaku dakwah sesuai dengan aspek akidah dan pedoman agama islam yakni Al Quran
- 4) *wasilah* (media dakwah),
suatu alat yang digunakan pelaku dakwah untuk menyampaikan materi dakwah yang sesuai dengan ajaran islam kepada penerima dakwah.

²⁴ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 12

²⁵ H.M.S. Nasarudin Latief, *Teori dan Praktik Dakwah Islamiah*, (Jakarta: PT. Firma Dara,tt), hal. 11

Dapat berupa lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan tindakan.

- 5) *thariqah* (metode), cara yang dipakai pelaku dakwah untuk menyampaikan ajaran islam (maddah). Dalam pemilihan cara sebaiknya disesuaikan dengan kondisi penerima dakwah agar materi dakwah dapat tersampaikan dengan baik.
- 6) *atsar* (efek dakwah).²⁶ Umpan balik atau evaluasi terhadap aktivitas dakwah yang telah dilakukan, tujuannya untuk mengetahui strategi atau cara yang digunakan sudah berjalan maksimal atau belum dan dapat dijadikan sebagai penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya.

Salah satu perkembangan media dakwah pada saat ini memberikan kemudahan bagi para pelaku dakwah untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat muslim lainnya, adanya media sosial dapat digunakan sebagai media dakwah yang berupa tulisan atau postingan tentang ajakan perbuatan baik yang diunggah di sosial media dan dapat dilihat kapanpun dan dimanapun.

b. Peran Dakwah

Keberadaan dakwah dapat mempersatukan umat muslim di suatu daerah bahkan negara. oleh karena itu, dakwah dapat menjadi pemersatu sebuah persaudaraan umat muslim di dunia. Berikut terdapat peran dakwah terhadap pengembangan masyarakat antara lain:²⁷

- 1) Memperkuat dasar masyarakat sesuai Al Quran dan Sunnah Rasul Dakwah yang mengajak

²⁶ Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hal. 21-35

²⁷ Icol Dianto, Peranan Dakwah Dalam Proses Pengembangan Masyarakat Islam, *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, Vol. 12 No. 1, 2018, hal. 112-116. Diakses pada 14 february 2021. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/view/854/0>

masyarakat untuk menjalankan kewajibannya, seperti shalat, puasa, zakat, dan ibadah lainnya. Upaya tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat di dunia dan akhirat.

2) Gerakan kepedulian individu terhadap lingkungan dan sosial

Dakwah tidak hanya suatu wacana yang disampaikan dari mimbar ke mimbar, tetapi pemikiran yang direalisasikan dengan menjembatani wacana menjadi aksi nyata. Oleh karena itu, penyampaian pesan atau nilai-nilai agama melalui dakwah hendaknya mampu menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu terhadap lingkungan dan sosialnya. Allah memerintahkan umatnya untuk senantiasa melakukan amal sholeh dalam berbagai bentuk sesuai dengan syariat islam. Terdapat ayat yang menyinggung persoalan tersebut yaitu Q.S Al-Baqarah (2): 177.

﴿ لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ
وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى
الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي
الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا
وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالصَّرَآءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ

أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ



*“Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan ke barat, tetapi kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat-malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba sahaya, yang melaksanakan salat dan menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janji apabila berjanji, dan orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”.*²⁸

Pada ayat di atas menjelaskan bahwa beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, dipandang sebagai kebijakan dalam bentuk akidah. Sambungan ayat berikutnya menjelaskan untuk memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan), orang-orang yang meminta-minta, (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan merupakan kebajikan dalam bentuk muamalah. Hal tersebut

²⁸ Qur'an Kemenag, Q.S Al-Baqarah (2): 177.

merupakan dasar bagi ulama, dai dan juru dakwah untuk mendorong kepedulian umat terhadap lingkungan sosialnya.

- 3) Memberi jawaban atas keraguan umat dalam menghadapi persoalan kehidupan

Allah mengutus para rasul untuk menyampaikan kepada umatnya agar selalu membaca ayat-ayat suci yang terdapat di dalam kitab suci dan menjadi pegangan hidup bagi masyarakat islam. Dakwah ini akan memberikan jawaban atas semua persoalan yang dihadapi umat islam dengan berpedoman pada kitab suci semua permasalahan pasti ada solusinya. Peran ini terdapat pada salah satu ayat dalam Al-Qur'an Al-Baqarah (2): 151

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنْكُمْ يَتْلُوا
 عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ
 الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا
 تَعْلَمُونَ

*“Sebagaimana Kami telah mengutus kepadamu seorang Rasul (Muhammad) dari (kalangan) kamu yang membacakan ayat-ayat Kami, menyucikan kamu, dan mengajarkan kepadamu Kitab (Al-Qur'an) dan Hikmah (Sunnah), serta mengajarkan apa yang belum kamu ketahui”.*²⁹

Pada ayat diatas menjelaskan bahwa peran rasul itu menjadi teladan bagi perwakilan pendamping masyarakat untuk membantu masyarakat menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Dalam pengembangan masyarakat

²⁹Qur'an Kemenag, Q.S Al-Baqarah (2): 151

sering kali terdapat permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat meliputi masalah diskriminasi, ketidakadilan, menurunnya solidaritas sosial, stres, depresi dan bunuh diri, dan disorganisasi keluarga. Peran fasilitator atau pendamping masyarakat harus mampu memberikan penjelasan tentang kondisi yang dihadapi masyarakat dan membantu mencari solusi yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk keluar dari persoalan tersebut.

4) Perekat Ukhuwa Insaniyah

Islam adalah agama yang memberi kedamaian, ditinjau dari sisi ajarannya, islam tidak membedakan manusia dari segi suku, ras, keturunan, dan warna kulit. Islam memberikan penghormatan yang sama untuk mereka. Allah SWT mengingatkan bahwa manusia itu merupakan umat yang satu, yakni sama-sama keturunan Nabi Adam as, terdapat dalam Q.S Al-Baqarah: 213

كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ
 مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ
 بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اخْتَلَفُوا فِيهِ
 وَمَا اخْتَلَفَ فِيهِ إِلَّا الَّذِينَ أُوتُوهُ مِنْ بَعْدِ مَا
 جَاءَتْهُمْ الْبَيِّنَاتُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ ۗ فَهَدَى اللَّهُ
 الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَا اخْتَلَفُوا فِيهِ مِنَ الْحَقِّ

بِإِذْنِهِ ۖ وَاللَّهُ يَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ

مُسْتَقِيمٍ

“Manusia itu (dahulunya) satu umat. Lalu Allah mengutus para nabi (untuk) menyampaikan kabar gembira dan peringatan. Dan diturunkannya bersama mereka Kitab yang mengandung kebenaran, untuk memberi keputusan di antara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan...”³⁰

Pada ayat diatas menjekaskan bahwa pelajaran yang di dapat dari pesan Tuhan itu adalah kesatuan umat, yakni manusia. Kesatuan dapat pecah karena adanya sikap iri hati terhadap manusia atau masyarakat lain. Oleh karena itu, peran fasilitator atau pendamping sosial adalah untuk menyatukan kembali tujuan bersama yaitu mencapai kesejahteraan lahir dan batin (dunia dan akhirat).

c. Metode Dakwah

Strategi mengarah pada suatu perencanaan untuk mencapi suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam mewujudkan strategi dakwah perlu adanya model atau metode dakwah. Metode dakwah adalah cara yang di pakai pelaku dakwah dalam menyampaikan ajaran materi dakwah islam. Metode dakwah ada tiga yaitu :³¹

- 1) *Bi al-Hikmah* merupakan dakwah yang memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah yang disesuaikan pada kemampuan mad'u, supaya

³⁰Qur'an Kemenag, Q.S Al-Baqarah: 213

³¹Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hal. 34

sasaran dakwah tidak merasa tertekan atau terpaksa dalam menjalankan ajaran-ajaran islam.

- 2) *Mau'izatul Hasanah* merupakan dakwah yang memberikan nasihat maupun motivasi positif sesuai dengan ajaran-ajaran islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat tersebut dapat diterima dan menyentuh hati mad'u.
- 3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan* merupakan dakwah dengan cara bertukar pikiran atau diskusi dengan baik-baik dan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada sasaran dakwah.

4. Media Berwirausaha

a. Pengertian Media Berwirausaha

Berwirausaha dalam bahasa Inggris disebut *entrepreneurship*, yang berarti melakukan suatu pekerjaan. *Entrepreneurship* adalah suatu sikap mental, pandangan, wawasan, pola pikir dan pola tindakan seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya serta selalu menfokuskan kepada pelanggan.³² Menurut Zimmerer dan Scanborough (2008) menyatakan bahwa berwirausaha suatu hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam penerapan kreativitas dan inovasi terhadap kebutuhan dan peluang pasar. Tujuan utama dalam berwirausaha adalah mendapatkan keuntungan serta mampu meningkatkan kesejahteraan semua pemangku kepentingan bahkan hingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu daerah. Winardi (1988) menyatakan ada empat unsur-unsur berwirausaha yaitu, pengetahuan, keterampilan, sikap mental, dan kewaspadaan.

Untuk menjadi wirausahawan tidaklah mudah membutuhkan kemampuan yang harus dimiliki diantaranya modal, material, sumber daya manusia, dan manajemen keterampilan. Namun di era generasi

³² Syarif Hidayatullah, Achmad Firdiansjah, Dan Ryan Gerry Patalo, *Entrepreneurial Marketing Peningkatan Kinerja Pemasaran Dengan Entrepreneurial Marketing Dan Keunggulan Bersaing*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal. 8

millennial ini terdapat bisnis yang hanya memerlukan skill (keterampilan) semata, contohnya bisnis online atau online shop. Toko online atau online shop adalah sistem berjualan online yang terhubung dengan teknologi dan tidak membutuhkan modal banyak. Masyarakat saat ini banyak yang menyukai sesuatu yang praktis dan tidak banyak menghabiskan waktu. Oleh karena itu, terciptanya aplikasi berbasis teknologi yang mudah diakses dimanapun dan kapanpun dapat menjadi sebuah solusi. Pelaku bisnis tidak perlu memiliki toko untuk berjualan hanya memanfaatkan marketplace yang terhubung dengan teknologi dapat menjual berbagai macam barang. Kecanggihan tersebut memberikan pelaku bisnis kemudahan salah satunya dapat meringankan beban biaya atau modal, karena memanfaatkan marketplace tidak membutuhkan biaya atau gratis.

b. Karakteristik Berwirausaha

Entrepreneurship merupakan kemampuan berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.³³ Wirausaha yaitu kemampuan seseorang untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya. Konsep wirausaha menurut Joseph Schumpeter, yaitu seorang yang mendobrak sistem ekonomi dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dan menciptakan bentuk organisasi baru (Schumpeter, 1942). Sebagai seorang wirausahawan sebelum mengelola usahanya perlu memiliki sifat dan karakter dalam berwirausaha antara lain :

1) Jujur

Sikap jujur dan amanah menumbuhkan kepercayaan dalam menjalin kerjasama, kejujuran dalam bisnis menciptakan kepercayaan dari konsumen maupun produsen.

³³Fajrillah, dkk, *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif Dan Inovatif Di Era Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 23

- 2) Disiplin
Sikap mentaati aturan atau komitmen, tujuannya agar pelaku usaha dapat mencapai setiap target yang telah ditetapkan dan dapat menghasilkan keberjasilan usahannya.
- 3) Komitmen
Sikap dan tekad yang bulat untuk memberikan seluruh perhatiannya pada usaha yang dibangunnya, antara kata dan perbuatan sesuai serta adanya sikap ini memberikan kepercayaan bagi konsumen dan produsen dalam melakukan bisnis.
- 4) Percaya Diri
Sikap ini merupakan modal dalam mendirikan bisnis atau usaha, kepercayaan diri dapat mendorong seseorang dalam meningkatkan potensi diri untuk mengelola bisnisnya dengan baik.
- 5) Berprestasi
Sikap individu yang kompetitif dalam menghadapi tantangan, serta keinginan untuk menghasilkan sesuatu lebih baik dari orang lain agar dapat mencapai kesuksesan.
- 6) Kreativitas
Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang dapat menarik minat konsumen, supaya usahanya tetap berjalan dan berkembang, karena selalu ada produk-produk unik yang beda dengan lainnya.³⁴
- 7) Inovasi
Kemampuan dalam penerapan kreativitas dan melakukan terobosan-terobosan baru dalam setiap peluang usahanya.
- 8) Kemandirian
Sikap tanggung jawab atas tindakannya dan tidak bergantung pada orang lain, serta memberikan kebebasan dalam berekspresi dan menetapkan kebijakan sesuai dengan ide atau pemikirannya.

³⁴Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, dkk, *Kewirausahaan Dan Bisnis*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hal. 13-15

- 9) Berani Menanggung Risiko
Sikap mampu menanggung risiko, serta dapat mengambil keputusan dengan baik dan mempertimbangkan segala kemungkinan yang bisa saja terjadi.
- 10) Mencari Peluang
Kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menemukan peluang untuk mendapatkan keuntungan.
- 11) Keorisinilan
Sikap pelaku usaha dalam memproduksi barang atau jasa yang memiliki keunikan atau ciri khas tersendiri yang berbeda dengan produk orang lain.
- 12) Keterampilan Personal
Kemampuan individu dalam mencari, meningkatkan kapasitas diri, dan menangkap peluang untuk mengembangkan usahanya, keterampilan tersebut dapat diperoleh dari pengalaman, pendidikan, dan pelatihan
- 13) Jiwa kepemimpinan
Pemimpin yang baik harus memiliki sikap kepemimpinan dan keteladanan yang mampu memberikan contoh dalam memimpin atau menjalankan usahanya
- 14) Daya Analisis Yang Kuat
Kemampuan pelaku usaha dalam menganalisis peluang pasar, analisis pasar, memperhitungkan persaingan, nilai jual produk, dan untung rugi yang akan didapatkan.³⁵
- 15) Berorientasi Pada Hasil
Pelaku usaha dapat melihat atau meninjau hasil produksi usahanya, oleh karena itu, butuh perencanaan yang matang dan kemampuan manajemen yang baik dalam mengelola usahanya.

Ronstadt (Kuratko dan Hodgetts 1989) mengatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang berusaha mengatur, mengelola, dan bersedia

³⁵Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, dkk, *Kewirausahaan Dan Bisnis*, hal. 15-16

menanggung risiko dari suatu usaha. Selain sifat dan karakter, seorang wirausaha harus berani merencanakan, mencoba dan mengambil keputusan untuk perkembangan usaha yang dikelolanya, diantaranya :

- 1) berani mencoba hal-hal baru, agar dapat mendapatkan pengalaman baru, menghilangkan kekhawatiran, dan penasaran sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang memuaskan
- 2) Berani gagal, sehingga nantinya dapat memotivasi diri sendiri untuk bangkit dan menyusun kembali rencana-rencana secara matang untuk memulai kembali usahanya. Adanya sikap ini dapat membangun seseorang untuk tidak menyalahkan diri sendiri dan tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungan.³⁶
- 3) Berani Sukses
Pelaku usaha berani mengambil keputusan besar untuk dapat sukses dimasa yang akan datang.
- 4) Berani berbeda
Keberanian menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda melalui kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan hasil yang memuaskan dan mempunyai nilai keunggulan.

c. Tujuan Berwirausaha

Kewirausahaan merupakan sikap dan jiwa yang aktif dan kreatif berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya.³⁷ Proses kewirausahaan ditargetkan pada semua kegiatan dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi. Tujuan seseorang mendirikan usaha yakni mencari keuntungan untuk dirinya. Namun, di sisi lain seorang wirausaha memiliki tujuan lain. Berikut tujuan dari

³⁶Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, dkk, *Kewirausahaan Dan Bisnis*, hal. 19-20

³⁷Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, dkk, *Kewirausahaan Dan Bisnis*, hal. 4-5

wirausaha yang berhubungan dengan karakteristik wirausaha yaitu :

1) Memberikan kesadaran pada masyarakat

Keberhasilan dan kesuksesan seorang pelaku usaha dapat memotivasi dan memberi dorongan kepada masyarakat lain untuk berwirausaha, masyarakat diharapkan mampu berwirausaha dengan belajar dari berbagai pihak yang dapat memberikan nilai positif untuk dirinya, supaya nantinya dapat meningkatkan wirausahawan yang berkualitas.

2) Budaya Semangat, Sikap, dan Perilaku Berwirausaha

Pelaku usaha yang telah berhasil akan dijadikan inspirasi bagi masyarakat dalam mengembangkan usahanya, sehingga sikap dan motivasi yang positif dapat memberikan semangat bagi masyarakat lain untuk merintis usahanya dari bawah.

3) Meningkatkan Jumlah Wirausaha yang Berkualitas

Sumber daya manusia sebagai pelaku usaha yang baik dan berkualitas dalam menjalankan usaha dapat diperoleh dari pengalaman, ilmu pengetahuan dan keterampilan yang nantinya diharapkan mampu mengelola usaha dengan baik.

4) Menciptakan Peluang kerja

Pelaku usaha tentunya tidak mampu bekerja sendiri dalam merintis usahanya, sehingga perlu orang lain untuk membantunya, maka dari itu semakin banyaknya wirausahawan akan membantu masyarakat lain dalam memperoleh pekerjaan atau dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.³⁸

5) Memperluas Jaringan Bisnis

Dalam menjalankan usaha pasti tidak dapat bekerja sendiri melainkan butuh adanya hubungan dan relasi dengan orang lain. Kerja sama antar

³⁸Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, dkk, *Kewirausahaan Dan Bisnis*, hal. 20-21

relasi tersebut nantinya dapat memperluas jaringan usaha dan memungkinkan untuk mengembangkan usaha yang sedang dikelola.

6) Menyejahterakan Masyarakat

Semakin banyaknya orang yang membuka usaha akan mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan karena memberikan peluang kerja bagi masyarakat. Sehingga semakin banyak orang berwirausaha maka semakin sejahtera masyarakatnya dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan memajukan perekonomian masyarakat sekitar.

Selain itu, terdapat tiga tujuan nonmateri menurut islam, yakni :

- 1) Qimah insaniyah berarti pengelola usaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya,
- 2) Qimah khuluqiyah berarti mengandung nilai-nilai akhlak mulia yang harus muncul dalam setiap aktivitas pengelola usahanya sehingga dapat menciptakan hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional,
- 3) Qimah ruhiyah berarti perbuatan yang dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Oleh karenanya dalam setiap melakukan suatu kegiatan harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Setiap manusia selalu ingin meningkatkan kualitas hidupnya baik berupa kualitas finansial maupun etika bermasyarakat. Cara manusia untuk memenuhi kebutuhannya sangatlah beragam dengan tujuan yang sama yakni ingin mendapatkan kesejahteraan dalam hidupnya, hal tersebut mengharuskan manusia untuk meningkatkan atau mengembangkan potensi dirinya. Berwirausaha menjadi salah satu solusi guna untuk memenuhi kebutuhan secara finansial. Sedangkan untuk etika, manusia dapat berpegangan pada syariat islam, selain

itu umat muslim juga memiliki kewajiban untuk berdakwah.

Makamedia sosial instagram dapat dijadikan sebagai media berdakwah dan berwirausahayang berjalan bersamaan. Sebagai contoh perjalanan nabi muhammad SAW dalam berwirausaha, beliau menerapkan nilai-nilai agama seperti kejujuran, menepati janji, dan amanah, sehingga pembelinya mengenal beliau sebagai orang yang terpercaya.³⁹ Terdapat ayat yang memerintahkan manusia untuk berwirausaha dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa': 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنِ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁰

³⁹Fathul Amin Aziz, Manajemen Kewirausahaan Sebagai Media Dakwah, *Jurnal Ekonomi Islam (el-JIZYA)* Vol. III No. 2, 2015, hal. 32-33. Diakses pada 7 Juli 2021. <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/eljizya/article/download/1113/842/>

⁴⁰ Qur'an Kemenag. Q.S An-Nisa': 29

Pada ayat di atas menjelaskan bahwa berwirausaha ialah perintah agama serta memiliki kedudukan yang sama dengan ibadah lainnya. Islam mewajibkan setiap umatnya untuk memberikan nafkah bagi dirinya, keluarganya, bahkan lingkungan. Berwirausaha merupakan pengamalan dari perintah syariat Islam jika dilakukan dengan cara yang benar dan sebaik-baik umat ialah mereka yang berkarya untuk sesama. Berwirausahabukan hanya akan menghasilkan uang melainkan juga mendapatkan pahala dari Allah SWT.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Khrisna Hadiwinata, Hudriyah Mundzir, dan Shohib Muslim dengan judul “ Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Dan Branding Bisnis Di Era Pandemi Covid 19”. Fokus penelitian ini adalah mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai media pemasaran online atau promosi dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisa sejauh mana peran media sosial Instagram sebagai media pemasaran dan branding bisnis di era pandemic covid 19 saat ini.⁴¹ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram berpotensi stabil dan mengalami kenaikan penjualan, terbentuknya tim reseller dapat memperluas jangkauan pasar, mengubah cara berkomunikasi seseorang yang semula satu dan dua arah menjadi segala arah, tidak ada batasan waktu dan tempat saat mengakses media sosial Instagram, dan dapat menghemat modal bisnis karena menggunakan Instagram 100% gratis. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis

⁴¹Khrisna Hadiwinata, Hudriyah Mundzir, dan Shohib Muslim dengan judul, Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Dan Branding Bisnis Di Era Pandemi Covid 19, *Jurnal SENABISMA: Prosiding Seminar Nasional Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6 No. 1 (2020), hal. 65-68. Diakses pada 13 Januari 2021. <https://prosiding.polinema.ac.id/senabisma/index.php/senabisma/article/view/17>

adalah sama-sama meneliti mengenai media sosial instagram yang dijadikan sebagai media berwirausaha atau berbisnis dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penulis tidak hanya meneliti pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran saja, tetapi peran media sosial instagram terhadap strategi pengembangan masyarakat islam dalam berdakwah dan berwirausaha.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mochammad Rachmansyah, dan Lucy Pujasari Supratman dengan judul “ Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies”. Fokus penelitian ini adalah melakukan kombinasi bauran 4P, yaitu product, price, place, and promotion dengan pola IMC (Integrated Marketing Communication), yakni berfokus utama pada formulasi produk dan harga serta optimalkan marketplace, sedangkan promosi dilakukan dengan menggunakan instagram melalui konten-kontennya sebagai media komunikasi pemasaran untuk membangun customer relationship.⁴² Tujuan Penelitian ini untuk mendeskripsikan secara komprehensif mengenai peran konten media sosial dalam pemasaran produk Dollies melalui instagram @weardollies. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini adalah konten instagram @weardollies menggunakan seluruh elemen bauran promosi dengan peran yang beragam. Konten yang dimunculkan terdiri dari profil instagram, foto dan video produk, caption, feedback komentar, dan direct message untuk peran eksistensi, konten repost dan testimoni untuk peran engagement, konten open reseller, diskon, dan open order untuk peran penjualan, serta konten endorse dan giveaway untuk peran traffic. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti mengenai media sosial instagram yang

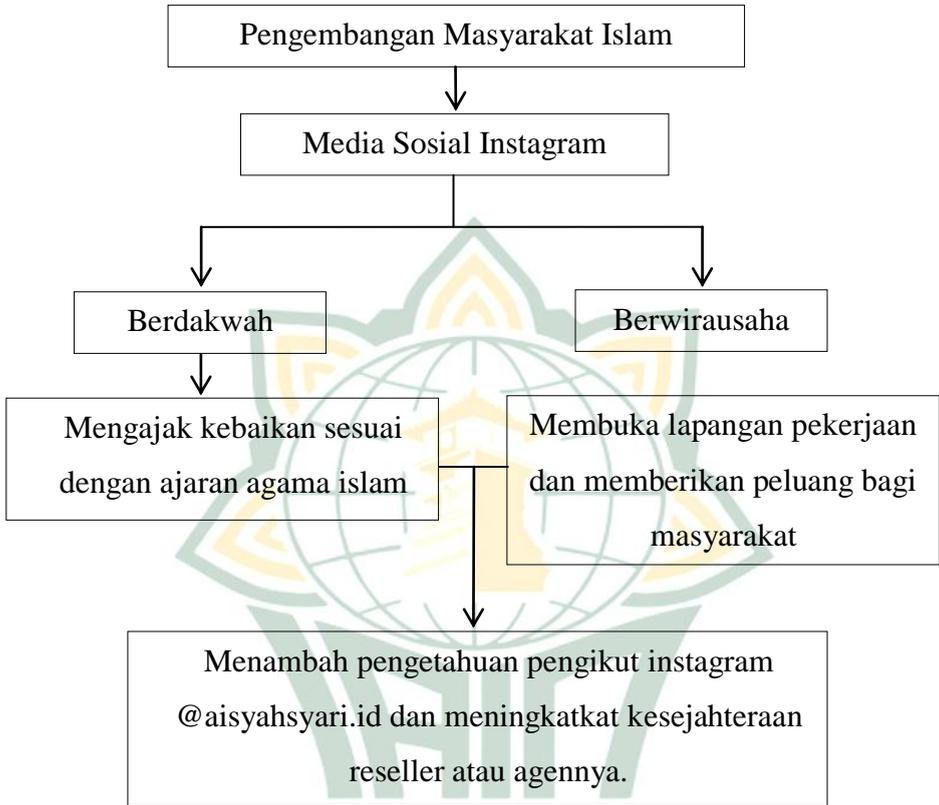
⁴²Mochammad Rachmansyah, Dan Lucy Pujasari Supratman, Peran Media Instagram Dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies, *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol. 24 No. 1 (2020), hal. 89. Diakses pada 13 januari 2021. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/2865>

dijadikan sebagai media berwirausaha atau berbisnis, serta memanfaatkan fitur-fitur yang ada diinstagram dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penulis tidak meneliti peran traffic dan tidak hanya meneliti pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran saja, tetapi peran media sosial instagram terhadap strategi pengembangan masyarakat islam dalam berdakwah dan berwirausaha.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Rizky Toybah dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku”. Fokus penelitian ini adalah pesan dakwah yang dibagikan melalui postingan akun instagram @haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual. Tujuan Penelitian ini untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial berbentuk gambar yang didalamnya terdapat pesan-pesan ajara agama islam. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan akun instagram @haditsku memposting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Interpretasi dakwahnya diketahui berdasarkan objek dan teks yang diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, dan warna tipografi (keseimbangan dan kesatuan).⁴³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti mengenai media sosial instagram yang dijadikan sebagai media berdakwah, serta memanfaatkan unsur komunikasi visual yang ada diinstagram dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah akun yang diteliti berbeda dan tidak hanya meneliti pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah saja, tetapi peran media sosial instagram terhadap strategi pengembangan masyarakat islam dalam berdakwah dan berwirausaha.

⁴³Nur Rizky Toybah, Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku, *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, Vol. 04 No. 07 (2016), hal. 57. Diakses pada 13 Januari 2021. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhiwar/article/view/1218>

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1
Skema Kerangka Berfikir

Strategi Pengembangan Masyarakat Islam melalui media sosial instagram dapat menjadi alternatif untuk menyebarluaskan berbagai informasi meliputi edukasi, hiburan, dan sebagainya. Kemudahan dalam mengakses instagram dimanapun dan kapanpun menarik masyarakat untuk selalu menggunakannya.

Di era generasi millennial ini penggunaan instagram tidak hanya untuk keperluan pribadi, melainkan untuk saling mengingatkan dan berbagi kepada masyarakat lainnya. Seperti akun @aisyahsyari.id yang memanfaatkan instagram sebagai media berdakwah menyampaikan pesan-pesan positif kepada

followernya sesuai dengan syariat agama islam dan sebagai media beriwusaha yang membuka peluang menjadi reseller atau agen untuk menjual kembali pakaian muslimah produksinya sesuai etika berpakaian umat islam. Jadi strategi tersebut dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraannya.

