

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori Terkait Judul

##### 1. Dakwah

###### a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah berasal dari kata *da'a* dan *yad'u* yang berarti memanggil, mengajak, mengundang, menyeru, mendorong. Dengan demikian dakwah dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan. Dengan tujuan orang lain memenuhi ajakan orang tersebut.<sup>1</sup>

Secara terminologi banyak pendapat dengan pengertian dakwah, antara lain:

1. Syaikh Ali Makhfuz menerangkan bahwa dakwah mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan yang munkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
2. Muhammad Nasir mengartikan dakwah adalah usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup di dunia yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan oleh akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perorangan, berumah tangga, bermasyarakat, dan bernegara.
3. Prof. Thoah Yahya Oemar, pengertian dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
4. M. Quraish Shihab, dakwah merupakan suruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha

---

<sup>1</sup> Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000) 1-5

mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>2</sup>

Dari pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan usaha mengajak, menyeru, dan mendorong seseorang untuk berbuat baik dan meninggalkan hal-hal yang tidak baik sesuai dengan ajaran agama Islam, dengan menggunakan cara yang bijaksana dan media yang dapat diterima, supaya menjadi manusia yang lebih baik yang akan mendatangka kebahagiaan di dunia dan di akhirat kelak.

#### **b. Unsur-unsur Dakwah**

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat pada setiap kegiatan dakwah. Komponen-komponen tersebut meliputi: *da'i* sebagai pelaku dakwah, *mad'u* sebagai mitra dakwah, *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thoriqoh* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

##### *1. Da'i*

*Da'i* adalah seseorang yang melakukan kegiatan dakwah baik itu secara lisan, tulisan, maupu perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, ataupun organisasi/lembaga. Menurut Nasaruddin Lathief, *da'i* adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama dengan mengajak, menyeru, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.

Seorang *da'i* juga memiliki tugas memberikan solusi terhadap problema yang dihadapi manusia. Maka dari itu *da,i* harus mengetahui cara penyampaian dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan dengan metode yang tepat, sehingga pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan melanceng.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Kontemporer*, (Jakarta : Amzah, 2007), 25-26

<sup>3</sup> Munir,Wahyu, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2006), 21

## 2. *Mad'u*

*Mad'u* adalah seseorang atau kelompok yang menjadi sasaran kegiatan dakwah yang dilakukan oleh manusia lain yaitu *da'i*. Dengan kata lain merekalah yang diajak berbuat baik dan mencegah berbuat jahat juga merupakan penerima dakwah atau mitra dakwah.

Dakwah sebagai amal saleh memiliki tujuan menjadikan manusia untuk beramal saleh. Sebagaimana amal saleh dituntut kepada setiap orang tanpa terkecuali, sasaran dakwah juga ditujukan kepada setiap manusia tanpa terkecuali. Oleh karena itu sasaran dakwah adalah seluruh umat manusia. Karena dakwah yang sesungguhnya adalah kelanjutan risalah Rasulullah Muhammad SAW, yang mana risalah tersebut ditujukan kepada seluruh manusia tanpa terkecuali.<sup>4</sup>

## 3. *Maddah*

*Maddah* adalah isi pesan atau materi dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Hal ini menjelaskan bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran islam itu sendiri. Secara umum maddah diklarifikasikan menjadi empat pokok yaitu: masalah akidah, masalah syariah, masalah mu'amalah, dan masalah akhlak.

### a) Masalah Akidah

Masalah akidah adalah masalah pokok yang menjadi materi dakwah. Karena aspek akidah inilah yang akan membentuk moral/akhlak manusia. Oleh karena itu masalah akidah atau keimanan menjadi materi yang pertama dalam dakwah islam. Masalah akidah ini kental kaitannya dengan keimanan seseorang.

---

<sup>4</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Graha Ilmu. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), 22

Iman merupakan esensi dari ajaran Islam yang erta kaitannya antara akal dan wahyu. Orang yang memiliki iman yang benar akan cenderung untuk berbuat baik karena mengetahui bahwa perbuatan baik akan dijauhkan dari hal-hal yang jahat dan perbuatan jahat akan mendapat konsekuensi pada hal-hal yang buruk. Posisi iman inilah yang berkaitan dengan dakwah dimana *amar ma'ruf nahi munkar* dikembangkan dan kemudian menjadi tujuan utama dalam berdakwah.<sup>5</sup>

b) Masalah Syariah

Syariah atau hukum sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika syariah tumbuh matang dan sempurna maka dirinya mencerminkan peradaban dalam hukum-hukumnya. Materi dakwah yang ada kaitannya dengan syariah harus dapat menggambarkan atau memberi informasi yang jelas terkait bentuk status hukum yang bersifat wajib, dibolehkan (*mubah*), dianjurkan (*mandub*), dianjurkan tidak dilakukan (*makruh*), dan dilarang (*haram*).

c) Masalah Mu'amalah

Islam merupakan agama yang lebih menekankan urusan mu'amalah dari pada urusan ibadah. Ibadah dalam mu'amalah di sini diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah. Sedangkan cakupan mu'amalah lebih besar dari ibadah. Hal ini dapat didukung dengan alasan:

1. Urusan mu'amalah mencakup proposi terbesar sumber hukum dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis

---

<sup>5</sup> Munir, Wahyu., *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Prenadamedia, 2006),

2. Ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan mendapat ganjaran lebih besar dari ibadah yang dilakukan perorangan.
3. Ibadah dalam bidang kemasyarakatan ganjarannya lebih besar dari ibadah sunnah.

Salah satu contoh masalah mua'amalah adalah di bidang kemasyarakatan adalah bakti membersihkan masjid. Seperti yang sudah di sebutkan oleh Rosulullah SAW dan yang di firmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an

الطُّهُورُ شَطْرُ الْإِيمَانِ

“kebersihan adalah sebagian dari iman”  
- ( HR Muslim )

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ  
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ  
وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ  
يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

“ Hanyalah yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut kepada siapapun selain kepada Allah. Maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk ” - (QS. At-Taubah 18)

Dari hadits dan ayat di atas menjelaskan bahwa menjaga kebersihan masjid merupakan hal yang di anjurkan kepada setiap muslim. Dengan membersihkan masjid tentu dapat meningkatkan

kenyamanan dalam melaksanakan ibadah. Dalam prosesnya, membersihkan masjid yang dilakukan secara bersama-sama dapat meningkatkan tali silaturahmi antar masyarakat yang ikut dalam kegiatan membersihkan masjid.<sup>6</sup>

d) Masalah Akhlak

Masalah Akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Akhlak dalam islam meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaan manusia. Dengan demikian materi akhlak berisi tentang sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya.<sup>7</sup>

4. Wasilah

Media berasal dari kata latin *medium* yang berarti perantara yang kemudian digunakan dalam bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia dengan makna alat komunikasi, perantara, atau penghubung. Pada hakikatnya media merupakan saluran dimana seseorang menyampaikan suatu gagasan, isi jiwa, atau kesadarannya. Maknanya media merupakan alat untuk menyampaikan gagasan seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu media berperan penting bagi dakwah dalam menopang budaya dan peradaban manusia.<sup>8</sup>

Media atau wasilah dakwah digunakan oleh seorang *da'i* unruk meyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. Ada berbagai macam wasilah dalam berdakwah. Hamzah Ya'kub membagi

---

<sup>6</sup> Rahmat, Implementasi Konsep Kebersihan Sebagian Dari Iman Di IAIN Raden Fatah Palembang, (*Tadrib*, Vol 1, No 1, 2015), 172

<sup>7</sup> Munir,Wahy., *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Prenadamedia, 2006), 24

<sup>8</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), 91

wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

#### 5. *Thariqoh*

Thoriqoh atau metode dakwah adalah cara atau jalan yang digunakan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam. Metode dakwah ini memiliki peran yang penting dalam kegiatan berdakwah. Karena meskipun pesan dakwah yang disampaikan baik tapi menggunakan metode yang salah, bisa jadi *mad'u* tidak mau menerimanya. Berikut adalah beberapa metode dakwah :

- a. *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka. Sehingga dalam menjalankan ajaran islam mereka melakukannya dengan hati yang tanpa paksaan atau keberatan.
- b. *Mau'izatul Hasanah*, yaitu metode dakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau mengajarkan agama islam dengan penuh kasih sayang. Sehingga nasihat tersebut bisa merasuk kedalam hati.<sup>9</sup>
- c. *Bi al-Hal*, yaitu dakwah metode dakwah yang mengedepankan perbuatan aspek amaliah yang menjadi hal yang utama dari metode ini. Dengan memberikan contoh yang baik secara nyata akan dapat mempengaruhi *mad'u* sehingga mereka akan meniru hal baik yang dilakukan.<sup>10</sup>

#### 6. *Atsar*

Atsar atau efek dakwah sering juga disebut *feed back* atau umpan balik dalam kegiatan berdakwah. Efek dakwah mempunyai peran penting dalam dakwah. Karena dengan

---

<sup>9</sup> Munir,Wahyu, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2006), 34

<sup>10</sup> Asep Muhyiddin, dkk, *Kajian Dakwah Multiprespektif*, ( Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014), 118

mengetahui efek dakwah, *da'i* dapat mengambil langkah-langkah berikutnya dalam berdakwah serta dapat mengetahui strategi dakwah yang dapat diterima.

Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa ada tiga bentuk efek yaitu:

- a. Efek *kognitif*, terjadinya perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipresepsi khalayak yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b. Efek *afektif*, timbul apabila ada perubahan pada apa dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c. Efek *behavioural*, efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati seperti pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.<sup>11</sup>

## 2. Strategi Dakwah

### a. Pengertian Strategi dakwah

Strategi berasal dari kata Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* berasal dari kata *strategos* yang merupakan perkembangan dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi hingga awal masa industrialisasi. Seiring bertambahnya waktu istilah strategi semakin meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk pada bidang komunikasi dan dakwah. Menurut Anwar Arifin, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Munir, Wahyu, *Manajemen Dakwah* ( Jakarta : Prenadamedia Group, 2006), 35

<sup>12</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011). 227



Strategi dakwah dapat ditempuh dengan beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri masyarakat. Sebab dakwah sebagai salah satu komunikasi manusia memiliki kedudukan yang strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial. Proses perubahan sosial berjalan tanpa henti baik secara spontan maupun disengaja.

Proses perubahan sosial yang disengaja timbul akibat efek dari dakwah. Dalam hal ini mengajak dalam berbuat berbuat kebaikan dan melarang berbuat munkar melalui proses komunikasi secara langsung atau melalui media massa. Proses perbahan yang disengaja atau direncanakan seperti dalam dakwah diperlukan perumusan dan perencanaan strategi agar tujuan dakwah dapat tercapai.<sup>13</sup> Sehingga dapat diartikan bahwa strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang digunakan untuk tercapainya tujuan dalam berdakwah.

#### **b. Strategi Dakwah Media Sosial**

Media sosial berasal dari dua kata yaitu “media” yang berarti alat komunikasi dan “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi memberikan kontribusi kepada masyarakat. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.<sup>14</sup>

Aktivitas dakwah merupakan proses komunikasi yang mensyaratkan adanya interaksi sosial. Dimana di satu sisi *da'i* sebagai komunikator sedangkan *mad'u* sebagai komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi *mad'u* agar terjadi proses perubahan sikap dan perbuatan sesuai dengan tujuan dakwah.

---

<sup>13</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyajarta : Graha Ilmu, 2011). 227

<sup>14</sup> Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri. Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Prespektif Psikologis Sosial Terapan, (*Buletin Psikologi*, Vol 25, No 1 2017), 37

Proses aktivitas dakwah melalui media memiliki efek atau pengaruh kepada *mad'u*. Efek ini tentu selaras dengan tujuan yang hendak dicapai dalam berdakwah. Seperti yang sudah dijelaskan pada atsar atau efek dakwah yaitu efek *kognitif*, efek *afektif*, dan efek *behavioral*. Disinilah proses persuasif terjadi pada aktivitas dakwah.

Persuasif berasal dari kata latin *persusasion* yang berarti membujuk, mengajak, merayu. Secara pengertian, persuasif adalah proses mempengaruhi pendapat dan tindakan melalui proses psikologis sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri. Kaitannya dengan dakwah yaitu proses persuasif bertujuan mengubah pendapat, sikap dan perilaku. Dalam hal ini persuasif dalam kerangka komunikasi dakwah berorientasi pada segi-segi psikologis *mad'u* untuk membangkitkan kesadaran mereka agar dapat menerima dan melaksanakan ajaran Islam.<sup>15</sup>

Dalam melakukan kegiatan dakwah, seorang *da'i* menggunakan berbagai macam media untuk mempermudah dalam proses berdakwah. Internet menjadi media yang paling populer digunakan sebagai media dakwah. Dengan adanya peningkatan penggunaan internet menyebabkan perubahan pada cara berdakwah. Para *da'i* mulai memanfaatkan kemajuan teknologi dalam kegiatan dakwahnya. Dengan penggunaan teknologi internet penyampaian pesan dakwah dapat dilakukan lebih intensif dan dapat menjangkau jaringan yang lebih luas. Maka dari itu, penggunaan internet sebagai media dakwah dapat menjadi salah satu alternatif bagi *da'i* dalam melakukan dakwah islam.

Ada beberapa media sosial yang populer dan sering di akses oleh masyarakat. Media sosial tersebut lah yang sering digunakan oleh para *da'i* dalam

---

<sup>15</sup> Dudung Abdul Rohman, Komunkasi Dakwah Melalui Media Sosial, (*Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, Vol 13, No 2, 2019) 129

melakukan aktifitas dakwahnya. Media sosial tersebut seperti *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*.

### 1. *Facebook*

Sesuai namanya *facebook* berarti “buku muka” yaitu sebuah “buku” yang berisi “muka” para penggunanya dalam bentuk foto, gambar, maupun ilustrasi. Saat ini *facebook* merupakan jejaring sosial yang paling banyak penggunaannya. Karena *facebook* memudahkan penggunaannya untuk saling berhubungan, proses pendaftaran yang mudah serta tanpa ada biaya sedikitpun.

Pada awalnya *facebook* bernama “TheFacebook.com” yang merupakan jejaring sosial berskala kecil dalam lingkup sekolah dan kampus yang dibuat oleh Mark Elliot Zuckerberg yang tinggal di sebuah daerah yang bernama Dobbs Ferry, Westchester, kota New York, Amerika Serikat pada tanggal 4 Februari 2004. Saat itu Mark masih sebagai mahasiswa di Harvard. Tapi pada bulan September 2006. *Facebook* membuka pendaftaran untuk umum dengan syarat pengguna yang ingin mendaftar harus mempunyai *e-mail*. Sejak saat itu pengguna *facebook* meningkat drastis seperti saat ini.<sup>16</sup>

Di Indonesia, *facebook* menjadi media sosial yang paling banyak penggunanya. Tercatat pada tahun 2016 ada sekitar 65 juta pengguna *facebook*. Dengan desain yang minimalis dan kaya akan fitur pendukung, *facebook* menjadi media sosial yang paling favorit dibanding media sosial lainnya. Maka dari itu, tak sedikit *da'i* yang menggunakan *facebook* sebagai media dakwah mereka.

### 2. *Whatsapp*

Media sosial *whatsapp* merupakan salah satu media sosial yang sangat pesat perkembangannya. *Whatsapp* pertama kali ditawarkan di App Store

---

<sup>16</sup> Zulfikar Ghazali, Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual, (*Jurnal Al-Muttaqin*. Vol 4. No.1. 2017), 87-89

pada Januari 2010 di Blackberry dan Agustus 2010 di Android. Penemunya adalah mantan pegawai Yahoo yaitu Brian Acton dan Jean Koum.

Pemanfaatan media sosial *whatsapp* dilandasi oleh sifat-sifat manusia yang suka bersosialisasi. Seiring perkembangan teknologi, orang-orang tidak harus berkomunikasi langsung secara fisik. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut orang-orang bisa berkomunikasi baik secara personal maupun kelompok dalam waktu yang sama tanpa harus bertemu.

*Whatsapp* dimanfaatkan sebagai salah satu strategi media dakwah karena dilandasi oleh adanya asumsi bahwa *whatsapp* merupakan aplikasi sosial yang banyak diminati masyarakat serta memungkinkan dilakukannya penyampaian pesan dakwah baik itu secara foto, tulisan, maupun audio visual.<sup>17</sup>

Pesatnya jumlah pengguna *whatsapp* tidak terlepas dari kelebihan *whatsapp* dari aplikasi lain. Kelebihan *whatsapp* antara lain:

- a. Gratis, meski pihak *whatsapp* sempat mengkalim adanya biaya lisensi untuk penggunaannya, sekarang *whatsapp* resmi meniadakan biaya penggunaannya.
- b. Menyingkronkan kontak secara otomatis,

Ketika menggunakan aplikasi *whatsapp* kita tidak perlu menginvite teman kita untuk bisa dihubungi atau berkomunikasi. Secara otomatis *whatsapp* akan menyingkronkan kontak di smartphone kita ke dalam aplikasi. Jadi selama kontak kita menginstall *whatsapp* secara otomatis nomor kontak itu akan muncul di aplikasi *whatsapp* kita.

---

<sup>17</sup> Jahid Syafullah, Suparmini, Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Strategi Dakwah Pada Pengajian Dewan Masjid Indonesia Desa Gedongan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar, (*INCONTECSS*. ISBN: 978-623-92318-1-1, 2019) 159

c. Hanya dengan internet

Tidak seperti SMS yang menggunakan pulsa, *Whatsapp* menggunakan koneksi internet untuk berkomunikasi seperti mengirim pesan, foto, video atau melakukan panggilan suara dan panggilan video. Dengan koneksi internet tentu lebih sedikit menghabiskan biaya dalam penggunaannya.<sup>18</sup>

3. *Intagram*

*Instagram* adalah salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat. Instagram hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat untuk dibagikan kepada temannya.<sup>19</sup> Fitur-fitur Instagram saat ini sangat banyak digunakan oleh pengguna Instagram khususnya komunitas yang menamakan diri mereka sebagai komunitas vidgram. Biasanya mereka mengunggah foto atau video pribadi, komedi, fashion, informasi, dan apa saja yang sedang hangat dibicarakan dengan penonton bisa mencapai satu juta tayangan. Hal tersebut dapat dijadikan motivasi bagi para *da'i* untuk menggunakan Instagram sebagai media dakwah mereka.

Saat ini sering kita jumpai beberapa akun Instagram yang isinya memuat tentang konten dakwah. Bisa berupa foto, kata-kata motivasi yang bersumber dari ajaran agama islam, atau video-video dakwah para ulama atau *da'i*. Dengan penggunaan Instagram sebagai media dakwah, tentu dapat mempermudah *da'i* dalam mencapai tujuan dakwah. Karena pesan dakwah yang *da'i* sampaikan

---

<sup>18</sup> Hamida Syari Harahab, Dessy Indah Kurniawati, *Whatsapp Sebagai Strategi Komunikasi Utadzah Dalam Menyampaikan Dakwah*, (*DiMCC Conference Proceeding*, Vol 1, 2018), 140

<sup>19</sup> Febri Nurrahmi, Putri Frabuana, *Efektivitas Dakwah Melalui Instagram*, (*Nyimak Journal of Communication*, Vol 4, No 1, 2020) 1

dapat dilihat dan didengar oleh masyarakat secara luas.<sup>20</sup>

Dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah, terdapat peranan penting dari media sosial sebagai strategi dakwah. Secara keseluruhan peranan media sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp* atau *Instagram* hampir sama, yaitu:

a. Sebagai Media Informasi

Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh *da'i* dalam media sosial adalah membagikan informasi kepada *mad'u* baik itu berupa ilmu, nasihat, kata mutiara, ayat Al-Qur'an beserta tafsirannya, video ceramah, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan dakwah Islam. Dengan begitu diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan *mad'u* sehingga dapat berfikir dan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

b. Sebagai Media Diskusi

Dengan banyaknya informasi dan wawasan yang berikan atau dibagikan, diharapkan para penerima informasi saling bertukar pendapat, mengkaji dan mendiskusikan yang bertujuan untuk menciptakan pembelajaran jarak jauh bagi penerima dakwah dalam mempelajari informasi dakwah Islam yang telah didapatkannya.<sup>21</sup>

c. Sebagai Media Silaturahmi

Dalam penggunaan media sosial sebagai media dakwah, terjadi interaksi antara pemberi informasi (*da'i*) dan penerima informasi (*mad'u*) yang diharapkan dapat mempererat tali persaudaraan yang erat. Sehingga tercipta keharmonisan dalam kegiatan dakwah dan timbulnya rasa cinta kepada sesama yang

---

<sup>20</sup> Ulya Dinillah, Aka Kurnia, Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah, (*Kaganga Journal Of Communication and Science*, Vol 1, No 1, 2019), 57

<sup>21</sup> Zulfikar Ghazali, Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual, (*Jurnal Al-Muttaqin*, Vol 4, No 1, 2017), 89

membentuk tali persaudaraan yang kuat antara satu orang dengan orang lain.<sup>22</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial sebagai media dakwah memiliki peran sebagai sarana untuk berbagi informasi dan saling berdiskusi tentang ajaran agama Islam, serta sarana untuk mengakrabkan *da'i* dengan *mad'u* tanpa harus bertatap muka langsung dan dapat mencakup jaringan yang luas. *Da'i* harus mempunyai tanggungjawab atas pesan dakwah yang disampaikannya. Materi atau pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial harus mempunyai sumber yang jelas sehingga tidak menimbulkan salah pemahaman tentang ajaran Islam.

### **c. Strategi Dakwah Media Sosial Dalam Presepsi Islam**

Perkembangan media sosial yang tidak terbendung ini memunculkan kekhawatiran dan harapan untuk lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka. Kekhawatiran muncul karena dampak negatif dari media sosial yang nyata. Media sosial dapat menggeser sendi-sendi kehidupan manusia yang sudah berlangsung lama dan dipegang teguh turun temurun. Karena media sosial banyak memproduksi gaya hidup baru dan budaya-budaya yang bisa merusak nilai dan tradisi masyarakat. Bahkan media sosial dapat melemahkan atau mengalahkan keyakinan dan kepercayaan yang diajarkan oleh agama.

Akan tetapi media sosial juga memberikan harapan akan lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih baik. Karena sejatinya media sosial bersifat netral tergantung siapa subyek dan tujuan media tersebut digunakan. Selama media digunakan untuk hal-hal positif dan konstruktif maka media sosial akan memberikan manfaat dan kemaslahatan bagi kehidupan manusia. Dengan media semua kebutuhan dan

---

<sup>22</sup> Zulfikar Ghazali, Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual, (*Jurnal Al-Muttaqin*, Vol 4, No 1, 2017), 90

pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah. Sehingga kehidupan manusia akan lebih produktif dan dinamis.

Banyak hal yang dapat dilakukan dengan media. Termasuk di dalamnya menginternalisasi dan mengekspresikan nilai-nilai agama dalam kehidupan. Yang mana ajaran agama Islam bersifat *rahmatan lil-'alamin* yang artinya Islam menjadi rahmat bagi seluruh alam. Maka dengan kehadiran media yang sudah mengglobal, menjadi peluang untuk menyebarkan nilai-nilai agama Islam yang sejuk dan damai kepada seluruh penduduk dunia. Bahkan bisa jadi agama menjadi kebutuhan dan sumber rujukan di tengah-tengah masyarakat modern yang membutuhkan asupan spiritual dari agama. Sehingga media sosial menjadi pilihan tepat untuk media dalam menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam.<sup>23</sup>

### 3. Budaya Gotong Royong

Gotong royong merupakan budaya yang sudah diwariskan secara turun-temurun oleh leluhur bangsa Indonesia. Sebagaimana yang disampaikan oleh presiden Soekarno bahwa pancasila sebagai dasar negara Indonesia jika diperas maka yang diperoleh adalah nilai-nilai gotong royong. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa gotong royong merupakan inti dari sikap budaya bangsa Indonesia dan menjadi karakteristik dari bangsa Indonesia.

Gotong royong lahir di masyarakat akibat dari refleksi nilai sosial yang tinggi di masyarakat yang terbangun atas nilai kesadaran pribadi dan kolektif yang lebih mengedepankan kepentingan umum dari pada kepentingan pribadi dalam menjalankan setiap kegiatan masyarakat secara suka rela. Hal tersebut dapat melahirkan sikap masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi sesama makhluk

---

<sup>23</sup> Dudung Abdul Rohman, Komunkasi Dakwah Melalui Media Sosial, (*Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, Vol 13, No 2, 2019) 125-126



sosial, menjauhkan dari nilai-nilai egoisme serta perilaku yang tertanam dapat membawa masyarakat ke arah yang positif.

Kepedulian antar masyarakat merupakan hasil dari penafsiran masyarakat itu sendiri tentang konsep tolong-menolong. Masyarakat sudah berprinsip bahwa apabila jika hari ini mereka menolong maka lain hari ketika mereka membutuhkan bantuan maka orang yang pernah mereka tolong akan gantian menolong mereka atau bantuan yang diberikan kelak akan memberikan manfaat kepada dirinya maupun orang banyak. Pemikiran seperti itu sudah membudaya di masyarakat.<sup>24</sup>

Dalam praktiknya ada beberapa contoh kegiatan gotong royong seperti: gotong royong membersihkan selokan, membantu tetangga yang punya hajat, membersihkan masjid, membangun fasilitas umum dan lain-lain. Dengan gotong royong dapat mempermudah pekerjaan yang berat karena dikerjakan secara bersama-sama. Baik untuk urusan pribadi seperti tetangga yang punya hajat maupun untuk kepentingan orang banyak seperti membangun fasilitas umum, membersihkan masjid, membersihkan selokan dan lain-lain. Selain itu dengan kegiatan gotong royong dapat mempererat tali silaturahmi dan meningkatkan keharmonisan antar masyarakat. Karena saat melakukan kegiatan gotong royong mereka saling berinteraksi dan saling tolong-menolong dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan supaya penelitian yang dilakukan oleh peneliti jelas arahnya. Maka dari itu, peneliti memberikan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berkaitan dengan

---

<sup>24</sup> Bagas, Mansyur Radjah, Tergerusnya Gotong Royong Di Desa Tadang Palie Kecamatan Ulaweng Kabupaten Bone, (*Hasanuddin Journal of Sociology*, Vol 1, Issue 2, 2019), 117-118

dakwah melalui media sosial. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

*Pertama*, penelitian dengan judul “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @taubatters)” yang diteliti oleh Darsam, 15.01.04.0007 tahun 2019. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, IAIN Palopo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pesan-pesan dakwah dan strategi dakwah akun instagram @taubatters. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pesan-pesan dakwah akun instagram @taubatters memiliki tiga pokok dalam bentuk foto dan video, yaitu: pesan akidah (7 gambar), pesan syariah (22 gambar), dan pesan akhlak (16 gambar) dan strategi dakwah yang dilakukan akun @taubatters dibagi menjadi 3 tahap strategi dakwah, yaitu perumusan, implementasi, dan evaluasi.

*Kedua*, penelitian dengan judul “Efektivitas Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Negri Salatiga Tahun 2019)” oleh Anzilatul Qodriyah, 43010150017 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Salatiga tahun 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan Facebook sebagai media dakwah, faktor pendukung dan penghambat serta efektivitasnya bagi mahasiswa KPI IAIN Salatiga. Dengan kesimpulan penerapan dakwah melalui Facebook oleh mahasiswa KPI IAIN Salatiga menggunakan fitur pesan atau *inbox* dan grup dengan mengirimkan cuplikan video. Faktor pendukung penggunaan Facebook sebagai media dakwah yaitu lebih hemat waktu dan biaya serta mempermudah penyampaian pesan dakwah kepada orang banyak. Sedang faktor penghambat jika pesan dakwah kurang menarik maka ma’u dakan merasa bosan dan malas membaca broadcast, isi pesan dakwah yang belum pasti sumbernya dan tidak mendapat feedback langsung dari mad’u. Penggunaan Facebook kurang efektif karena sering tidak tepat sasaran karena digunakan oleh berbagai kalangan serta Facebook dianggap sudah ketinggalan zaman dan menganggap Facebook sebagai media hiburan.

*Ketiga*, penelitian dengan judul “Implementasi Dakwah Melalui Media Sosial Untuk Mendorong Netizen Bersedekah (Studi kasus Instagram Komunitas Ketimbang Ngemis di Kudus) oleh Fitria Zulfa Sofiana, 1440210004 prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, IAIN Kudus tahun 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja program pada akun komunitas Ketimbang Ngemis, strategi dakwah dan sikap dan perilaku netizen dengan adanya komunitas ketimbang ngemis. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program dari aun komunitas ketimbang ngemis penyaluran dana, garage sale yaitu netizen menyumbangkan pakain kepada komunitas Ketimbang Ngemis untu dijual kembali dan hasil penjualan akan didonasikan, strategi dawah yang digunakan yaitu *bil al-qalam* yaitu dakwah menggunakan tulisan dengan media elektronik dan media sosial *Instagram*, dan respon da sikap dari netizen pun beragam tapi mayoritas dari mereka merasa iba, kasihan, dan berempati untuk membantu sosok mulia tersebut.

Persamaan dari ketiga penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang dakwah yang dilakukan melauai media sosial seperti *facebook* dan *instagram* yang saat ini sedang populer

Perbedaan dari ketiga penelitian yaitu:

*Pertama*, objek yang diteliti berbeda dimana penelitian oleh Darsam akun Instagram @taubatters, Anzilatul Qodriyah meneliti mahasiswa KPI IAIN sebagai mad'u pengguna Facebook, dan Fitira Zulfa meneliti akun Instagram komunitas Ketimbang Ngemis.

*Kedua*, tujuan dari penelitian. Dari ketiga penelitian tersebut, penelitian yang pertama dan ketiga sama-sama mempunyai tujuan yaitu mengetahui strategi dakwah melalui media sosial. Untuk penelitian yang kedua mempunyai tujuan untuk mengetahui efektivitas dari dakwah media sosial Facebook. Secara garis besar sesuai judul ketiga penelitian memiliki maksud dan tujuan seperti diatas. Tapi ketiga penelitian tersebut juga mempunyai tujuan yang berbeda lagi. Seperti penelitian pertama punya tujuan untuk mengetahui pesan dakwah, penelitian kedua punya tujuan mengetahui

bagaimana penerapan serta faktor pendukung dan penghambat, yang ketiga mempunyai tujuan untuk mengetahui apa saja program dan sikap/respon netizen.

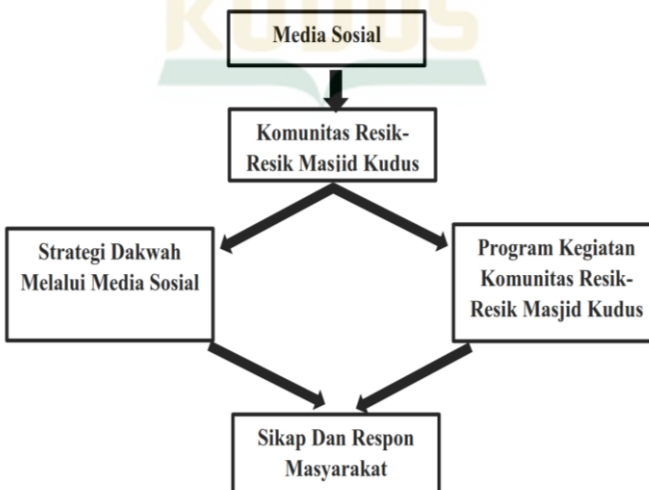
Posisi peneliti dalam penelitian yang berjudul “Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Gotong-Royong Di Kudus” sebagai penambah referensi baru dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya tentang dakwah melalui media sosial.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan penjelasan sementara tentang gejala yang di teliti secara logis dan sistematis yang bertujuan membantu peneliti untuk lebih memusatkan penelitiannya. Dengan membuat suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap teori.

Setelah melihat teori dari beberapa ahli tentang strategi dakwah melalui media sosial di atas, maka dalam penelitian ini akan disusun kerangka berpikir dengan menghasilkan penerapan strategi dakwah melalui media sosial serta bagaimana sikap dan respon masyarakat dengan adanya dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh komunitas “Resik-Resik Masjid Kudus”.

**Bagan 2.1 Kerangka Berfikir**



Dari Kerangka berfikir tersebut dapat dijelaskan bahwa komunitas Resik-Resik Masjid Kudus menggunakan media sosial sebagai strategi berdakwah serta membuat program kegiatan yang nantinya akan memunculkan sikap dan respon masyarakat terhadap kegiatan dakwah komunitas Resik-Resik Masjid Kudus.

