



## **Tabligh Melalui Media Sosial *LINE***

**M. Mukti Ariyandi Wijaya\*, Enjang AS., & Aang Ridwan**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

\* *Email: mubammad.mukti@student.uinsgd.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan bentuk pengelolaan tabligh melalui media sosial *LINE*, materi atau pesan yang disampaikan, dan segmentasi muballagh pada akun Teladan Rasul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Karena tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memberikan penjelasan tentang tabligh melalui media sosial *LINE*. Penelitian ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah: menentukan metode penelitian, menentukan jenis dan sumber data, menentukan teknik pengumpulan data, dan akhirnya mengolah dan menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pengelolaan tabligh melalui media sosial *LINE* adalah dengan menggunakan bentuk tabligh bi al-kitabah (media tulisan), dengan tampilan yang berbeda dengan menyisipkan gambar dan menggabungkan dengan tulisan atau pesan yang akan disampaikan menjadi kesatuan gambar quotes yang disampaikan melalui media sosial *LINE*, materi atau pesan yang disampaikan menggunakan materi yang bersumber dari al-Qur'an, Hadits Nabi Saw, dan nasihat para ulama dengan tema yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan kehidupan sehari-hari, dan segmentasi muballagh pada akun Teladan Rasul adalah seluruh manusia yang beragama Islam yang menggunakan media internet terutama pengguna aktif media sosial yang menggunakan, mengakses media tersebut serta melihat dan membaca pesan-pesan tabligh yang disampaikan Teladan Rasul dalam akunnya.

**Kata Kunci :** Internet, *LINE*, Media sosial, Tabligh, Teknologi

### **ABSTRACT**

*This research discussed form of tabligh management through social media LINE, material or message submitted, and segmentation of muballagh on account of Teladan*

*Rasul. The method used in this research is descriptive method. Because the main purpose of this research is to illustrate and explain the tabligh through LINE social media. This research is done by taking steps: determining the research method, determining the type and source of data, determining the technique of data collection, and finally processing and analyzing the data. The results show that the form of tabligh management through LINE social media is by using tabligh bi al-kekitabah (writing media), with different appearance by inserting images and combining with writing or message to be conveyed into unity of picture quotes delivered through social media LINE, material or message delivered using material derived from the Qur'an, Hadith of the Prophet, and advice of scholars with different themes adapted to everyday life, and segmentation muballagh on the account of Apostles Apostle is all human who are Muslims who use the internet media especially active users who use social media, access the media and see and read the messages tabligh delivered Teladan Rasul in his account.*

**Keywords:** *Internet, Line, Social media, Tabligh, Technology.*

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ilmu dakwah, *tabligh* diartikan lebih spesifik dan menjadi salah satu bentuk dakwah diantara bentuk-bentuk dakwah yang lain yang secara keilmuan dapat dibedakan walaupun dalam tataran praktis merupakan satu kesatuan. *Tabligh* merupakan bentuk dakwah dengan cara menyampaikan atau menyebarluaskan (transmisi) ajaran Islam melalui media mimbar atau media massa (baik elektronik atau cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak (Kusnawan, 2004: 56). *Tabligh* juga dapat menggunakan media komunikasi yang meliputi komunikasi lisan (*khitobah at-tatsiriyah* dan *khitobah ad-diniyah*), komunikasi tulisan (majalah, buletin, buku-buku, dan internet).

Banyak media yang bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan kebenaran dan kebaikan Islam. Era munculnya aplikasi media sosial (*Facebook*, *Twitter*, *Path*, dan sebagainya) dan pesan instan (*Whatsapp*, *LINE*, *BBM*) saat ini pun turut dimanfaatkan untuk menyampaikan kajian-kajian Islam secara mudah, cepat dan tanpa batas (Fatoni, 2014). Baik media sosial maupun pesan instan keduanya adalah aplikasi yang terdapat dalam perangkat elektronik seperti *smartphone*, tablet, dan komputer yang dioperasikan dengan perantaraan jaringan internet. Salah satunya yang paling fenomenal adalah menggunakan *LINE*. Pengguna aktif aplikasi pesan instan *LINE* di Indonesia sudah mencapai angka lebih dari 30 juta. Jumlah tersebut merupakan pengguna terbanyak keempat didunia setelah Jepang, Taiwan, dan Thailand. "Secara global, pengguna *LINE* sudah mencapai 181

juta,” kata ketua tim pemasaran *LINE* Indonesia, Galuh Candra Kirana di Jakarta.

Akun Teladan Rasul merupakan akun official *Line* yang didirikan oleh Arif Rahman Lubis. Akun ini berinovasi dalam melakukan dakwah untuk menjawab tantangan zaman, karena terkadang orang jenuh dengan model dakwah atau *tabligh* yang *face to face* terlebih kalangan remaja yang harus didekati dengan sesuatu hal yang membuatnya tertarik. Akun Teladan Rasul ini dapat dilihat kapan saja dan di mana saja, sehingga siapapun bisa dengan mudah memperoleh ilmu agama meskipun sedang melakukan pekerjaan.

Keunggulan akun Teladan Rasul dibandingkan dengan akun-akun yang lain terletak pada cara penyampaian isi atau pesan *tabligh*nya atau informasi tentang Islam yang disampaikan melalui tulisan (*tabligh bi al-kitabah*) yang dikemas dengan menarik, unik, dan sangat ramah dengan tambahan penonjolan teknik desain grafis yaitu sebuah gambar yang kreatif. Akun Teladan Rasul menggunakan media sosial *LINE* sebagai media *tabligh*. Isi pesan atau materi yang disampaikan juga sangat menarik untuk dibaca. Terlebih pesan atau materi yang disampaikan dikemas dalam bentuk *quotes* yang menarik perhatian. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai media sosial *LINE* yang digunakan sebagai media untuk bertabligh atau menyampaikan pesan-pesan keislaman. Dengan harapan dapat memberikan inspirasi bagi para *mubaligh* untuk menggunakan media sosial salah satunya *LINE* sebagai media untuk berdakwah.

*Tabligh* tidak hanya dilakukan secara lisan, melainkan dapat juga dilakukan secara tulisan. Yang disebut *bi al-kitabah*. Tata Sukayat (2009:91). mendefinisikan *tabligh bi al-kitabah* sebagai berikut: Dakwah dilaksanakan melalui aktifitas yang melibatkan tulisan seperti risalah, majalah, artikel, cerpen, sajak, poster, buku, internet, koran, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif.

Keuntungan menggunakan metode *tabligh bi al-kitabah*, tentunya tidak akan musnah, meskipun *mubaligh* atau penulisnya sudah meninggal dunia (Ridwan, 2010). Karya mereka akan tetap hidup dan berkembang di masyarakat. Rasulullah Saw bersabda, “*sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada*”

Untuk memahami posisi *LINE* dalam proses *tabligh*, akan dijelaskan mengenai teori S-M-C-R, model dalam ilmu komunikasi. Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah *Source* yang berarti sumber, komunikator atau *mubaligh*, sedangkan M adalah singkatan dari *Message* yang berarti pesan, sementara C adalah *Channel* yang berarti media, dan R adalah singkatan dari

*Receiver* yang berarti penerima, komunikasi ataupun *muballagh* dengan demikian berdasarkan teori tersebut, *LINE* menduduki posisi C yakni *Channel* yang berarti saluran ataupun media yang digunakan dalam bertabligh (Onong, 2003:256).

Menurut Berlo, dengan demikian proses komunikasi dapat terjadi apabila empat komponen tersebut terdapat saling berhubungan, saling berproses dalam mewujudkan komunikasi yang dikehendaki. Teori dasar komunikasi inilah yang melandasi munculnya media komunikasi. Media komunikasi menjadi dasar munculnya media belajar atau pembelajaran. Karena pada dasarnya proses pembelajaran adalah proses komunikasi yang terjadi antara sumber dan penerima atau antara *Mubaligh* dan *Muballagh* pada proses *tabligh*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti fenomena tersebut lebih dalam lagi khususnya mengenai “Tabligh Melalui Media Sosial *LINE* (Studi Deskriptif pada Akun Official “Teladan Rasul”)”. Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian adalah bagaimana pengelolaan akun Teladan Rasul dalam menyampaikan pesan *tabligh* melalui media sosial *LINE*, bagaimana materi atau pesan yang disampaikan dalam akun Teladan Rasul, bagaimana segmentasi *muballagh* pada akun Teladan Rasul, bagaimana dampak positif dan negative media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini ditunjukkan untuk menggali lebih dalam lagi mengenai *tabligh* dengan menggunakan media sosial *LINE* sebagai media di dalam penyampaian. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif yakni memberikan gambaran mengenai *tabligh* melalui media sosial *LINE* yang ada pada akun official Teladan Rasul.

Dengan menggunakan metode deskriptif ini dapat menggambarkan secara mendalam mengenai *tabligh* Islam menggunakan media sosial *LINE*. Sehingga penelitian ini dapat menghasilkan suatu pemahaman yang mendalam, serta untuk menghasilkan rekomendasi guna memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi sebagai media *tabligh*.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu segala informasi yang berkaitan dengan *tabligh* yang dilakukan melalui media sosial *LINE* pada akun Teladan Rasul, yang dirumuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini mulai dari pengelolaan akun Teladan Rasul dalam menyampaikan pesan *tabligh* melalui media sosial *LINE*, materi atau pesan yang disampaikan

dalam akun Teladan Rasul, bentuk media yang digunakan, dan segmentasi *muballagh* pada akun Teladan Rasul, untuk kemudian data-data tersebut dikumpulkan dan dianalisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data *primer* dan *sekunder*. Sumber data *primer* dalam penelitian ini yaitu data yang berkaitan dengan media sosial *LINE* pada akun Teladan Rasul. Adapun sumber data *sekunder* diambil dari bahan-bahan pustaka. Yang berupa buku-buku, artikel, internet, dan lainnya yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu: Teknik observasi yaitu kegiatan observasi ini dilakukan dengan membuka media sosial *LINE* dengan menggunakan perangkat telepon cerdas (*smartphone*) atau komputer, khususnya akun Teladan Rasul. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan data mengenai bentuk pengelolaan *tabligh* yang dilakukan oleh akun Teladan Rasul yang menggunakan media sosial *LINE* sebagai media *tabligh*, serta informasi lain yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Teknik Wawancara. adalah teknik wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpul datanya (Sugiyono, 2014: 140). Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini dilakukan kepada *founder* atau pemilik akun Teladan Rasul untuk mencari informasi lebih mendalam dan akurat. Dan Teknik Dokumentasi. Studi Dokumentasi, digunakan untuk menunjang dan memperkuat hasil penelitian. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, penulis melakukan studi dokumentasi melalui buku-buku, majalah, surat kabar, dan lainnya yang masih ada hubungannya dengan penelitian di atas.

Pada dasarnya data yang diperoleh dalam penelitian adalah data-data yang masih bersifat gambaran umum sehingga memerlukan penganalisaan secara objektif. Data tersebut dimanfaatkan dan dikerjakan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian. Setelah terkumpul data-data secara lengkap, selanjutnya data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan tiga langkah sebagai berikut: Memeriksa semua data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara, dan

dokumentasi termasuk dilakukan *editing* dan penyortiran terhadap data yang tidak diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis benar-benar sesuai dengan kebutuhan. Membuat kategori-kategori data sesuai dengan jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Mengumpulkan data. Data yang telah di kumpulkan dalam bentuk narasi. Setelah itu membuat kesimpulan hasil penelitian setelah semua permasalahan terjawab serta berbagai data dan informasi lengkap.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun Teladan Rasul adalah sebuah akun official media sosial *LINE* yang dibuat dari aplikasi *LINE@* (Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016). Dengan aplikasi *LINE@* para *onLine shop*, pembisnis, pelaku dakwah atau *tabligh* dapat membuat, mempromosikan, dan menyebarkan informasi yang bermanfaat. Begitupun akun Teladan Rasul dibuat untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat, pesan-pesan yang mengandung nilai keislaman yang dibuat secara menarik dan kreatif sehingga banyak dibaca dan di minati oleh pengguna media sosial *LINE* khususnya di kalangan kancan pemuda. Akun Teladan Rasul merupakan bagian dari pengembangan kegiatan dakwah khususnya dalam kegiatan *tabligh* (menyampaikan pesan Islami) yang dilakukan dan yang merebah kepada *tabligh* melalui dunia maya (internet).

Dengan memanfaatkan media *internet* yang menjadi salah satu kemajuan tekhnologi pada modern ini, Teladan Rasul mencoba mengembangkan *tablighnya* dengan menggunakan internet sebagai media didalam dakwahnya, salah satu aplikasi *internet* yang digunakan adalah media jejaring sosial *LINE*. “Akun Teladan Rasul mencoba menggunakan media sosial *LINE* sebagai media *tabligh* yang berdiri pada tahun 2011 sampai pada sekarang ini, *followers* atau pengikutnya juga sudah mencapai 47.642 *followers* dan itu terus bertambah *followers* tiap harinya tanpa biaya apapun dengan menggunakan aplikasi *LINE@*” (Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016).

Fungsi utama akun Teladan Rasul saat ini adalah sebagai *mediator*, *innovator*, dan *dinamisator*. Sebagai *mediator* berarti akun Teladan Rasul menjadi media penyambung silaturahmi antara umat dengan ulama, umat dengan umaro, ulama dengan ulama, ulama dengan umaro, dan umat dengan masyarakat umum. Sebagai *innovator*, “akun Teladan Rasul harus menjadi akun sosial media terdepan di dunia untuk mendakwahkan indahny Islam, berdasarkan visi misi dari akun Teladan Rasul”

(Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016). Akun Teladan Rasul juga harus menjadi wadah terdepan dalam pengembangan dalam pemikiran dan aktualisasi dalam ajaran Islam. Akun Teladan Rasul diharapkan mampu memberikan terobosan-terobosan terbaru dalam berbagai kegiatan keislaman. Sedangkan dalam *dinamisator*, akun Teladan Rasul menjadi salah satu misi penggerak kegiatan-kegiatan dakwah Islamiyah di Indonesia. Dengan tampilan yang interaktif serta menyuguhkan pesan-pesan *tabligh* yang terbaru, menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki oleh akun Teladan Rasul ini, sehingga tak sedikit pengguna media sosial *LINE* yang mengunjungi dan membaca pesan *tabligh* yang disampaikan atau disiarkan.

### **Bentuk Pengelolaan Akun Teladan Rasul**

Sebelum pesan *tabligh* tersampaikan dengan baik kepada *muballagh* (objek *tabligh*), tentunya ada suatu proses untuk menyampaikan pesan *tabligh* tersebut dan adanya sebuah pengelolaan yang baik untuk mengelola pesan yang akan disampaikan kepada *muballagh* menjadi pesan yang mudah diterima dengan tambahan menampilkan pesan yang menarik. Jika tidak ada pengelolaan yang baik maka pesan *tabligh* tidak akan tersampaikan sesuai tujuan *tabligh* tersebut. Pengelolaan *tabligh* yang dilakukan di internet sama dengan pengelolaan *tabligh* yang dilakukan melalui media sosial, yaitu pengelolaan yang dilakukan dengan *tabligh bi al-kitabah* (tulisan) tetapi sebagian menggunakan *tabligh bil 'ilam* (*tabligh* yang dilakukan dengan audio-visual).

Adapun “bentuk pengelolaan akun Teladan Rasul dalam menyampaikan pesan *tabligh* melalui media sosial *LINE* adalah dengan cara *tabligh* melalui media tulisan (*tabligh bi al-kitabah*)”. *Tabligh* melalui tulisan ini dilaksanakan dengan tehnik penulisan yang baik yaitu dengan menulis suatu pesan *tabligh* secara singkat, padat, jelas, dan mempunyai makna yang dalam. “*Tabligh* melalui tulisan ini dilihat di media sosial *LINE* pada akun Teladan Rasul dimana pesan-pesan *tabligh* tersebut disampaikan melalui tulisan dengan tampilan gambar *quotes* untuk menarik *muballagh* atau *followers* akun Teladan Rasul untuk membacanya”. “Dalam penulisan pesan *tabligh* pada akun Teladan Rasul sang *mubaligh* atau pengelola akun Teladan Rasul yang berjumlah 3 orang dibawah naungan Arif Rahman Lubis sebagai *founder* akun Teladan Rasul, penulisan di tulis dengan bahasa yang mudah di pahami (*qaulan maysuran*) dan bahasa yang penuh edukatif persuasive (*qaulan sadidan*)” (Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016).

“Disini pengelola akun Teladan Rasul ingin mengajak pembaca atau

*followers* akun Teladan Rasul agar lebih memaknai Islam dengan pesan-pesan *tabligh* yang singkat, padat, jelas serta mudah di pahami tanpa harus menggurui tetapi bersifat mengingatkan akan indahnya Islam, akan keteladanan Rasulullah SAW dalam kehidupan sehari-hari, yang nantinya akan menjadi bekal dalam kehidupan”. Dengan sebuah tulisan singkat, padat, jelas tapi kaya akan makna akun Teladan Rasul berusaha mengamalkan hadits dan anjuran Nabi SAW yaitu: *”sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat”*.

Quotes merupakan bahasa inggris yang diterjemahkan sebagai kalimat kutipan yang biasanya diambil dari perkataan seseorang yang terkenal, kutipan percakapan dari buku, film, atau musik. Quotes juga bisa diambil dari sumber yang sudah terjamin seperti al-Qur’an, Hadits, nasihat para ulama dan sebagainya. Ada berbagai macam jenis quotes yang bisa dipergunakan dalam berinteraksi dengan orang lain untuk menggambarkan sesuatu atau keadaan yang sesuai dengan isi dari quotes tersebut. Beberapa jenis quotes yang sering dipakai antara lain : 1) Quotes Motivasi, yaitu kutipan yang dipergunakan untuk memotivasi orang lain. Biasanya dikutip dari orang-orang terkenal yang memang sudah pernah merasakan hal yang sama, namun mampu melaluinya dengan sukses. 2) Quotes Terkenal, biasanya berupa kutipan atau peribahasa yang lazim diketahui oleh masyarakat luas namun tidak diketahui siapa pencetus utamanya (*anonym*). 3)

Quotes Cinta, biasanya berupa kata-kata mutiara yang bisa dikutip dari penggalan sajak, cerita, film atau peribahasa, 4) Quotes Lucu, biasanya dikutip dari perkataan public figure, artis, buku, musik atau film yang bernada humor. Seperti kutipan “Demi Tuhan !” dari Arya Wiguna ketika menggertak Eyang Subur awalnya merupakan ekspresi kemarahan namun kemudian bergeser hingga dikutip untuk menunjukkan keadaan genting namun memiliki kelucuan tersendiri, 5) Quotes Bijak, biasanya merupakan kata-kata bijak yang diambil dari orang terkenal. Bisa juga diambil dari buku atau film yang menginspirasi. Seperti kutipan dari Mario Teguh, “Tugas kita bukanlah untuk menjadi sukses namun untuk berani mencoba. Karena dari keberanian untuk mencoba itulah akan mendapatkan kesuksesan”. Kutipan tersebut mendorong seseorang untuk tidak mudah menyerah dan selalu berusaha agar meraih kesuksesan dari usahanya. Begitupun kutipan dari ayat-ayat al-Qur’an, hadits Nabi, nasihat para ulama yang akan mendorong kita untuk menjadi manusia yang lebih baik lagi dan kembali ke jalan Allah SWT yaitu jalan yang diridhoi Allah SWT.

Dalam pengelolaan pesan-pesan *tabligh*nya, akun Teladan Rasul membagi pekerjaan besar yaitu: “*Pertama*, mencari materi atau pesan *tabligh* yang mengandung kalimat edukatif atau persuasiv atau kalimat mutiara yang nantinya akan dijadikan sebagai pesan *tabligh* yang singkat, padat, jelas, mudah dipahami serta mengandung makna yang mendalam dalam bentuk *quotes* motivasi. *Kedua*, pemrosesan data dalam bentuk *editing* dengan memadukan tulisan dan gambar yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan menjadi kesatuan gambar *quotes*, dalam proses *editing* pengelola akun Teladan Rasul menggunakan software yang ada di komputer yaitu Adobe Photoshop dan Corel Draw atau aplikasi editing gambar yang ada di *handphone*. *Ketiga*, pekerjaan akhir yang dilakukan yaitu *memposting* gambar *quotes* yang sudah jadi ke dalam media sosial dan men-*share* (menyebarkan atau mempublikasikan pesan *tabligh*) ke pengguna media sosial lainnya atau kepada *followers* akun Teladan Rasul, dengan menyisipkan sebuah kalimat yang menerangkan lebih jelas tentang pesan singkat dalam bentuk *quotes* tersebut” (Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016).

*Tabligh bi al-Kitabah* atau *tabligh* melalui media cetak (tulisan) yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa tulisan bisa berupa buku, majalah, jurnal, surat kabar, pamflet, dan lain-lain yang berisikan pesan-pesan keislaman. Termasuk dalam kategori ini bentuk-bentuk media cetak lain berupa lukisan, kaligrafi, foto atau gambar yang mengandung pesan-pesan keislaman atau menggugah rasa simpatik terhadap nilai-nilai keislaman (Enjang AS dan Aliyudin, 2009: 57).

Kelebihan dari *Tabligh bi al-Kitabah* adalah pesan-pesan *tabligh* yang di sampaikan oleh *mubaligh* masih bisa dibaca di lain waktu, tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Kekurangannya yaitu bersifat *delay*, tidak bisa bersifat langsung sampai kepada *muballagh*, memerlukan proses waktu didalam penyampaiannya. *Feedback* nya bersifat *delay*, tidak bisa berinteraksi langsung antara *mubaligh* dengan *muballagh*.

Menurut analisis penulis, dari tulisan singkat yang dikemas dan disajikan dalam bentuk gambar *quotes*, akun Teladan Rasul mengajak para pengguna sosial media khususnya pengguna LINE dan *followers* akun Teladan Rasul untuk membaca dan memahami ayat al-Qur’an, Hadits, nasihat para ulama ataupun kisah inspiratif dari *quotes* tersebut. Karena pada saat ini sedikit sekali yang mau membaca tulisan *tabligh* yang panjang terlebih jika dari judulnya tidak menarik untuk dibaca. Karena di zaman sekarang ini banyak orang yang menginginkan sesuatu yang serba *instant* termasuk untuk mendapatkan ilmu pengetahuan terlebih pengetahuan

agama. Banyak orang yang tidak mau bertele-tele membacanya tetapi menginginkan langsung kepada topik atau intisarinya saja, ini semua karena minat membaca pada saat ini menurun karena pengaruh teknologi yang menyebabkan banyak orang yang menginginkan serba instant. Maka, akun Teladan Rasul menyuguhkan tulisan yang mengandung pesan *tabligh* yang dikemas dalam bentuk gambar atau *quotes* yang menarik untuk dibaca.

### **Materi atau pesan yang disampaikan dalam akun Teladan Rasul**

“Materi atau pesan yang disampaikan dalam akun Teladan Rasul adalah materi-materi tentang keislaman yang berhubungan dengan ibadah, akhlak, syariah, muamalah dan sebagainya yang bersumber dari al-Qur’an, Hadits Rasulullah Saw, nasihat para ulama, dan kisah hikmah yang inspiratif” (Wawancara Arif Rahman Lubis, 26 Juli 2016). Materi yang disampaikan merupakan materi yang berhubungan dengan ibadah sehari-hari. Materi ini dipilih secara cermat dan disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi pada saat ini.

Materi atau pesan *tabligh* adalah pesan-pesan yang berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek *tabligh*, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasulullah (Anshari, 1993: 140). Materi atau pesan *tabligh* merupakan salah satu unsur penting dalam *tabligh*. Ketika seseorang akan bertabligh, maka penting mengetahui karakter atau ciri-ciri pesan yang akan disampaikannya (Aep Kusnawan, 2004: 3). Ketika seseorang akan menggunakan suatu media, baik mimbar, cetak, maupun elektronik, yang terbesit dalam pikiran pelaku *tabligh* (*mubaligh*), bukan hanya bagaimana cara menggunakan media-media itu, tetapi juga pesan apa yang akan disampaikan melalui media itu. Materi *tabligh* yang disampaikan oleh seorang *mubaligh* juga harus sesuai dengan kebutuhan manusia sebagai objek *tabligh* itu sendiri, harus menyesuaikan dengan tema, waktu dan kondisi. Jangan sampai terjadi ketidak sinambungan antara pesan *tabligh* yang di sampaikan dengan kondisi waktunya.

Pesan *tabligh* berisi semua bahan atau mata pelajaran yang berisi tentang pelajaran agama yang akan disampaikan oleh *mubaligh* kepada *muballagh* dalam suatu aktivitas *tabligh* agar mencapai tujuan yang telah ditentukan. Secara umum, materi *tabligh* bisa diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu; (1) Masalah Aqidah; (2) Masalah Syariat; (3) Masalah Muamalah; (4) Masalah Akhlak. (Tata Sukayat, 2008: 26).

Pada kenyataan saat ini, pesan yang disampaikan oleh *mubaligh* kepada

*muballagh* dapat menggunakan beragam media, seperti media massa, media elektronik, media cetak, dan melalui media internet yang sudah berkembang pada saat ini, melalui beragam media tersebut pesan dapat disampaikan, selain itu agar pesan lebih mudah dipahami maka pada penyampaianya haruslah disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi. Hal ini yang dilakukan oleh akun Teladan Rasul. Akun Teladan Rasul menggunakan dan memanfaatkan media sosial yang ada di internet untuk menyampaikan pesan-pesan *tabligh* dan materi pesan-pesan tersebut adalah materi yang sedang hangat dan sesuai dengan tingkat *muballagh*nya.

Pesan yang disampaikan oleh akun Teladan Rasul ini bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi atau mengajak *muballagh* agar menjadi lebih baik lagi, dan untuk menghibur dengan tampilan yang kreatif dan edukatif. Hal ini sesuai dengan tujuan pesan menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Metodologi Penelitian Komunikasi, tujuan tersebut terbagi menjadi dua macam, yakni tujuan umum dan khusus, dan untuk tujuan umum dirumuskan dalam tiga hal, antara lain, sebagai berikut: 1) Memberitahukan (informatif) yakni tujuannya untuk menambah pengetahuan komunikasi dan diharapkan memperoleh penjelasan, menurut minat yang memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan. 2) Mempengaruhi (persuasif) yakni tujuannya agar orang mempercayai sesuatu, melakukannya atau terbakar semangatnya dan antusiasmenya. Keyakinan, tindakan dan semangat adalah bentuk reaksi yang diharapkan. 3) Menghibur (rekreatif) yakni tujuannya agar reaksi komunikasi yang diharapkan lebih perhatian, senang dan terhibur dengan humor (Rakhmat, 2012: 23).

Sejatinya, pesan *tabligh* adalah pesan yang banyak menyiratkan mengenai ajakan dan seruan dan dalam hal ini pesan *tabligh* yang ada kaitannya dengan Islam atau pesan *tabligh al-Islamiyah* berarti pesan yang memuat *tabligh al-Islamiyah*. Sebuah pesan tentu memiliki tujuan, dan tujuan khusus pesan *tabligh al-Islamiyah* adalah *amar ma'ruf nahi munkar*.

Pesan *tabligh* haruslah bersifat aktual mengikuti perkembangan zaman, serta informatif, dan agar sebuah pesan *tabligh* dapat dipahami oleh masyarakat maka pesan *tabligh* tersebut harus mampu menyentuh hati serta pikiran *muballagh*. Pesan *tabligh* tersebut harus dikemas semenarik mungkin dengan metode kreatif, inovatif, serta pula terdapat unsur edukasi.

Materi atau pesan agar dapat mengena dan diterima oleh *muballagh* sebagai sasaran dari *tabligh* yang akan dilakukan, maka pesan yang ditampilkan tersebut haruslah dibuat semenarik mungkin dengan gaya

penyampaian yang mudah dipahami, bila perlu dilengkapi dengan variasi yang menyuguhkan suatu hal dengan tema-tema yang berbeda, dengan begitu pesan akan lebih mengena dan cepat dipahami oleh *muballagh* sebagai obyek *tabligh*. Hal ini yang dilakukan oleh pengelola akun Teladan Rasul dimana sebelum mem-*posting* dan men-*share* pesan-pesan *tabligh* kepada sasaran *tabligh*nya, pesan tersebut dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan bahasa yang singkat tapi mudah dipahami serta dengan tema yang berbebeda-beda dengan menyesuaikan dengan situasi, kondisi, dan konteks objek *tabligh* berada. Sehingga pesan *tabligh* yang disampaikan dapat menyentuh kompleksitas dan problematika masyarakat sebagai objek *tabligh*.

### **Segmentasi *muballagh* pada akun Teladan Rasul**

Segmentasi atau sasaran *tabligh* pada akun Teladan Rasul adalah pengguna aktif sosial media beragama Islam dengan kategori umur 15-30 tahun.

Pada dasarnya yang menjadi segmentasi *muballagh* (obyek *tabligh*) apabila dikaitkan dengan universalitas Islam maka yang menjadi objeknya itu yaitu seluruh umat manusia sebagai makhluk Allah yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar, kehendak dan bertanggungjawab, atas perbuatan sesuai dengan pilihannya, mulai dari individu, keluarga, kelompok, golongan, kaum, massa dan umat manusia seluruhnya (Enjang & Aliyudin, 2009: 96). Sebab Islam itu untuk semua umat manusia di muka bumi (*rahmatan lil'alam*). *Muballagh* merupakan manusia secara keseluruhan yang tidak dibatasi oleh agama, jenis kelamin, usia, suku, ras, geografis, wama kulit, bahasa, profesi dan lain sebagainya (Sukayat, 2015: 30).

Manusia dalam konteks objek *tabligh* dapat dipelajari dan diklasifikasikan dalam berbagai sudut pandang. Semuanya diarahkan dalam rangka mengefektifkan gerakan *tabligh* yang dilakukan. Umpamanya dalam sudut pandang sosiologi manusia sebagai objek *tabligh* dapat digolongkan menurut kelasnya masing-masing serta menurut lapangan kehidupannya. Dapat dilihat dari sudut geografi, ekonomi, profesi, usia, pendidikan (intelektualitas), jenis kelamin, dan lain-lain. Masdar Helmy umpamanya mengelompokan objek *tabligh* sebagai berikut: petani, pedagang, karyawan, pelaut, mahasiswa, dosen, guru, murid, pelajar, pensiun, penganggur, pejabat, buruh, penjahat, ABRI, sipil, wakil rakyat, dan pemimpin-pemimpin, segala golongan dan lain-lain (Helmy, 1986: 53).

Dengan memahami klasifikasi dan karakter dari masing-masing

*muballagh*, maka akan membantu mubaligh dalam menentukan kebijakan-kebijakan tablighnya. Umpamanya dalam menentukan materi, metode, pola, strategi, media, tujuan dari kegiatan tabligh sesuai dengan fakta objektif dari muballaghnya (Enjang dan Aliyudin, 2009: 97).

Obyek *tabligh (muballagh)* adalah salah satu hal terpenting dalam tabligh. Karena jika pelaku *tabligh (mubaligh)* mengetahui dan memahami karakteristik obyek tabligh (*muballagh*) sebagai sasaran *tablighnya* akan lebih memudahkan *mubaligh* dalam mencari materi dan menyampaikan materi sesuai kadar kemampuan *muballagh* tersebut. Ini juga berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan cara tabligh yang akan dilakukan. “Adapun yang menjadi sasaran *muballagh* pada akun Teladan Rasul ini adalah manusia yang menggunakan media internet sebagai media untuk mencari informasi yang terkait dengan keislaman terutama pengguna aktif internet khususnya media sosial seperti *LINE*, Facebook, Twitter, dan Instagram, yang menggunakan, mengakses media sosial tersebut serta melihat dan membaca pesan-pesan *tabligh* yang disampaikan Teladan Rasul dalam akunnya. Jika dikategorisasikan segmentasi *muballagh* pada akun teladan Rasul ini adalah manusia pengguna aktif media sosial dari usia 15-30 tahun, karena materi atau pesan yang disampaikannya lebih kepada materi pada usia tersebut”.

Dalam penyampaian materi atau pesannya juga Teladan Rasul menyampaikan dengan bahasa yang baik, edukatif dan persuasif serta tidak menggunakan bahasa yang menyinggung perasaan orang lain, menghina suku, ras, ormas, dan lain sebagainya. Berdasarkan pengamatan penulis, jika dilihat dari materi atau pesan yang disampaikan oleh akun Teladan Rasul banyak disukai (*like*) oleh kaum pemuda. Tanda suka (*like*) pada media sosial inilah yang menjadi penilaian atau *feedback* pesan yang disampaikan tersebut. Semakin banyak yang menyukai (*like*) maka semakin banyak pesan tersebut dilihat, dibaca dan menyentuh hati netizen (sebutan untuk pengguna aktif internet) dalam media sosial tersebut.

Melalui media sosial pesan akan tersampaikan dengan cepat hanya dalam beberapa detik saja, akan menjadi sangat mudah di dalam menyebarkan pesan-pesan yang mengandung nilai *tabligh al-Islamiah*. Dengan pesan tersebut juga sasaran *tabligh (muballagh)* akan tersentuh hatinya untuk menjadi manusia yang lebih baik lagi dan mendorong manusia melakukan suatu perbuatan sesuai yang di ajarkan oleh Rasulullah Saw. Begitu besarnya dampak atau efek dari media sosial tersebut. Semakin banyak pesan *tabligh* tersampaikan oleh media sosial maka semakin banyak *muballagh* melihat dan membacanya, sehingga menimbulkan pengetahuan

dan pemahaman baru tentang agama Islam yang dapat merubah pemikiran serta perbuatan menjadi lebih baik.

Selain itu, akun Teladan Rasul juga melakukan beberapa upaya didalam tablighnya, antara lain:

Menyuguhkan pesan-pesan *tabligh* yang dikemas dengan bahasa yang lugas, sehingga bisa dengan mudah dimengerti oleh pembaca.

Pesan-pesan *tabligh* yang disampaikan mencakup semua kategorisasi, mulaidari anak muda, dewasa, sampai kepada orang tua.

Selalu memposting pesan *tabligh* setiap hari, hal ini dilakukan agar *muballagh* khususnya pengguna aktif media sosial yang menjadi segmentasinya atau sasaran tablighnya selalu menambah pengetahuan dan pemahaman kajian keislamannya, dan tidak monoton didalam penyampaian pesan-pesan tablighnya karena pesan yang disampaikan selalu inovatif dan kreatif.

Menyuguhkan tampilan yang menarik, sehingga pengunjung (*followers*) media sosial akun Teladan Rasul yang ada di Fanspage Facebook, Twitter, Instagram dan *LINE*, tidak jenuh dengan tampilan yang ada.

Menyediakan kolom khusus komentar, konsultasi dan diskusi. Kolom diskusi ini bertujuan untuk bisa saling tukar pikiran didalam menyikapi berbagaimasalah yang ada, tidak hanya dilakukan oleh seorang *mubaligh* dengan *muballagh* tetapi bisa juga dilakukan antar sesama *muballagh* dengan *muballagh* lainnya.

Menampilkan beberapa gambar *quotes* yang di dalamnya terdapat muatan pesan tabligh, hal ini dilakukan agar menjadi pembeda didalam *tabligh* yang dilakukannya, antar *tabligh* yang dilakukan dengan cara *tabligh bi al-kitabah* dengan tulisan buku yang sudah ditulis oleh Arif Rahman Lubis sebagai penggagas Teladan Rasul dengan tabligh menggunakan media jejaring sosial, seperti Fanpage Facebook, Twitter, Instagram dan *LINE*.

Selain gambar dengan menyisipkan *quotes* atau kutipan pesan tabligh dan juga tulisan melalui buku, Teladan Rasul juga menampilkan sebagian video yang bermuatan tabligh. Ini merupakan sebagai daya tarik tersendiri sekaligus warna di dalam tabligh yang dilakukannya.

### **Dampak Positif dan Negatif Media Sosial**

Era globalisasi ini, telah mewabah telepon seluler yang dilengkapi dengan aplikasi media sosial atau yang sering dikenal dengan *smartphone*. Media jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Whatsapp, *LINE* dan sebagainya telah merasuki kehidupan manusia sekarang ini.

Hampir tiap individu menggunakan media sosial dari yang muda hingga yang tua baik untuk berbisnis, menyebarkan informasi yang bermanfaat (berdakwah) maupun hanya sebatas terhubung dengan teman. Dengan adanya media sosial memang sangatlah membantu kita dalam berhubungan dengan orang lain, baik teman maupun saudara. Namun dari semua itu, ada pula dampak positif dan negatif dari penggunaan media sosial.

Dampak positif media sosial adalah : 1) Sebagai Media Komunikasi dan dapat mempererat tali silaturahmi. Media sosial seringkali menjadi ajang dalam mempertemukan teman lama baik dari teman SD, SMP, atau SMA dalam hal bersilaturahmi, penggunaan media sosial ini juga sangat cocok untuk dapat berinteraksi dengan orang yang berjauhan tempat tinggalnya. 2) Sebagai tempat promosi. Dengan adanya media sosial, kita dapat mempromosikan sejumlah barang/jasa kepada teman-teman di media sosial selain dengan cara konvensional. 3) Dapat menjadi media dakwah. Dengan media sosial, para pendakwah dapat memberikan pesan-pesan yang mengandung nilai keislaman melalui postingan di media sosial tersebut dengan memanfaatkan fitur yang ada di media sosial tersebut menjadi media yang bermanfaat. 4) Dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Akhir-akhir ini banyak akun media sosial yang selalu membagi wawasan dan pengetahuan, hal ini sangat menarik karena kita dapat menambah wawasan dan pengetahuan secara praktis. Seperti pada akun Teladan Rasul di media sosial *LINE*. 5) Sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi. Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui media sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita bisa melihat informasi tersebut. 6) Menyediakan ruang untuk berkirim pesan positif. Penggunaan sosial media saat ini sudah banyak digunakan oleh para tokoh agama, ulama, ataupun motivator. 7) Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial. Pengguna dapat belajar bagaimana beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan. 8) Mengakrabkan hubungan pertemanan dan memperluas jaringan pertemanan. Media sosial akan mengakrabkan suatu pertemanan, kala seseorang malu bertanya di dunia nyata. Dengan menggunakan media sosial kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.

Sedangkan dampak negatif media sosial, yaitu: 1) Sulit untuk bersosialisasi dengan orang di sekitar. Ini disebabkan karena pengguna media sosial menjadi malas belajar berkomunikasi secara langsung secara nyata. Orang yang aktif di media sosial, jika bertemu langsung nyatanya

adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul secara nyata. 2) Media sosial akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri (apatis dan individualis); seseorang yang menggunakan media sosial menjadi apatis tidak mempunyai rasa simpati dan empati. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitarnya, karena kebanyakan menghabiskan waktu di media sosial. 3) Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal. Banyak pengguna media sosial menggunakan bahasa informal dan ada yang membuat bahasa baru sesuai *trendy* sehingga tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa yang baik dan benar di media sosial sehingga ada istilah dari “kata” berujung penjara; kata disini mengisyaratkan bahwa seseorang jika membagikan sebuah *postingan* atau status yang merugikan orang lain alias mencemarkan nama baik orang tersebut maka orang yang membagikan status tersebut dapat dijerat hukuman denda maupun penjara. Hal ini dikarenakan para pengguna media sosial telah dilindungi oleh UU ITE (Undang-undang Informasi Transaksi Elektronik). Jadi, jika ada yang dirugikan dapat dilaporkan ke polisi tergantung status yang dibuat. 4) Berkurangnya privasi pribadi. Dalam media sosial pengguna bebas menuliskan dan men-share apa saja sesuai kehendaknya. Seringkali pengguna media sosial memublish hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial. 5) Kecanduan; manusia yang sering mengakses media sosial dapat menjadi kecanduan. Buktinya saat ada teman mengajak berkumpul, mereka malah asyik sendiri dengan handphone atau gadget mereka. Ada yang meng-*update postingan* atau status, sibuk dengan pemberitahuan chat dan lain sebagainya. Sehingga kualitas berbincang dengan teman secara tatap muka menjadi berkurang. 6) Tingkat kejahatan meningkat. Kejahatan ini dikenal dengan nama *cyber crime*. Sering terjadi penipuan di media sosial dengan mengatasnamakan sebuah perusahaan terkenal atau instansi tertentu. Maka dari itu berhati-hatikan dalam penggunaan media sosial. Media sosial seperti pisau, pisau apabila digunakan oleh orang yang positif maka tidak akan terjadi sesuatu yang tidak diinginkan tetapi apabila di pakai oleh orang yang negatif maka akan terjadi perilaku kejahatan. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya: *carding, hacking, cracking, phising* dan *spamming*. 7) Pornografi. Anggapan yang mengatakan bahwa internet identik dengan pornografi, memang tidak salah. Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi.

Saat teknologi internet dan *mobilephone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau

twitter misalnya, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya tentang Tabligh melalui Media Sosial *LINE*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai pesan tablighnya akun Teladan Rasul menggunakan bentuk *tabligh bi al-kitabah* (bentuk pengelolaan tabligh melalui media tulisan). Dengan pengelolaan tabligh melalui media tulisan (*tabligh bi al-kitabah*) pesan yang disampaikan dapat diterima oleh ratusan, ribuan, ratusan ribu, bahkan jutaan orang pembaca dalam waktu hampir bersamaan. *Tabligh bi al-kitabah* juga tidak akan terhapuskan oleh zaman terlebih yang disajikan dalam bentuk gambar *quotes* yang dapat memotivasi banyak orang. Dalam pengelolaan pesan *tablighnya*, akun Teladan Rasul membagi pekerjaan besar yaitu: “*Pertama*, mencari materi atau pesan *tabligh* yang mengandung kalimat edukatif atau persuasiv atau kalimat mutiara yang nantinya akan dijadikan sebagai pesan *tabligh* yang singkat, padat, jelas, mudah dipahami serta mengandung makna yang mendalam dalam bentuk *quotes* motivasi. *Kedua*, pemrosesan data dalam bentuk *editing* dengan memadukan tulisan dan gambar menjadi gambar *qoutes*, dalam proses *editing* pengelola akun Teladan Rasul menggunakan software Adobe Photoshop dan Corel Draw. *Ketiga*, *memposting* gambar *quotes* yang sudah jadi ke dalam media sosial dan *men-share* (menyebarkan atau mempublikasikan) ke pengguna media sosial lainnya atau kepada *followers* akun Teladan Rasul, dengan menyisipkan sebuah kalimat yang menerangkan lebih jelas tentang pesan singkat dalam bentuk *quotes* tersebut.

Materi atau pesan yang disampaikan dalam akun Teladan Rasul adalah materi-materi tentang keislaman yang berhubungan dengan ibadah, akhlak, syariah, muamalah dan sebagainya yang bersumber dari Alquran, Hadits Rasulullah Saw, nasihat para ulama, dan kisah hikmah yang inspiratif dengan tema yang berbeda-beda antara lain tema tentang menjadi muslim yang baik, niat dan ikhlas, sahabat, akhlak Rasul, pernikahan dan lain sebagainya. Tema ini berdasarkan pendekatan atau permasalahan yang

terjadi di sekeliling objek *tabligh*. Sasaran *muballagh* pada akun Teladan Rasul adalah manusia yang menggunakan media internet sebagai media untuk mencari informasi yang terkait dengan keislaman terutama pengguna aktif internet khususnya media sosial seperti *LINE*, Facebook, Twitter, dan Instagram, yang menggunakan, mengakses media sosial tersebut serta melihat dan membaca pesan-pesan *tabligh* yang disampaikan Teladan Rasul dalam akunnya. Jika dikategorisasikan segmentasi *muballagh* pada akun teladan Rasul ini adalah manusia pengguna aktif media sosial dari usia 15-30 tahun, karena materi atau pesan yang disampaikannya lebih kepada materi pada usia tersebut.

Dampak Positif dari media sosial yaitu bagaimana cara si pengguna dalam menggunakan media sosial. Jika si pengguna dalam menggunakan media sosial untuk hal-hal baik maka dia akan mendapatkan dampak positif dari media sosial tersebut. Namun jika si pengguna menggunakan media sosial untuk hal-hal yang cenderung tidak baik, maka dampak negatif yang akan dia dapat. Kemajuan teknologi itu ibarat pisau bermata ganda, disatu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan sisi lainnya bisa mencelakai orang lain.

Karena memang media sosial itu sangat tergantung pada dan di tangan siapa, ketika berada di tangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada di tangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunaannya yang sangat menentukan ke arah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung ditangan penggunanya. Maka dari itu sebagai pelaku *tabligh* (*mubaligh*) dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi, salah satunya yaitu melalui media sosial *LINE*.

Dari hasil penelitian ini, media sosial *LINE* merupakan media modern yang dapat dijadikan sebagai media *tabligh* masa kini. Oleh karena itu perlu keterlibatan para pelaku *tabligh* (*mubaligh*) untuk membudayakan menulis pesan-pesan yang mengandung nilai *tabligh* dan menyebarkannya melalui media sosial seperti pada akun Teladan Rasul ini. Bagi para pelaku *tabligh*, organisasi, lembaga, badan Islam, dan orang Islam lainnya yang ingin menyampaikan pesan-pesan dakwah atau *tabligh* melalui media sosial, akun Teladan Rasul ini dapat dijadikan sebagai contoh yang baik dan menarik baik dari segi materi ataupun gambar *quotes* yang menjadi keunikannya. Bagi semua umat muslim terutama anak muda yang aktif di media sosial dan memiliki akun media sosial *LINE* disarankan untuk mem-*follow* akun

Teladan Rasul dan mengikuti informasi-informasi yang disajikan karena banyak informasi menarik dan bermanfaat yang berkaitan dengan kehidupan kita sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. M. (1997). *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Al-Amin Press, Jakarta.
- Anshari, H. (1993). *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Arifin, M. Ed (1997). *Psikologi Dakwah, Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Enjang AS dan Aliyudin, (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Enjang AS. & Tajiri, A. (2009). *Etika Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi. (2013). *Panduan Akademik Fakultas Dakwah*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Fatoni, U. (2014) Religions @Facebook: A Case Study of Indonesia. *The Santa Barbara Global Studies Conference UCSB*.
- Hafiduddin, D. (1998), *Dakwah Aktual*. Bandung: Gema Insani Perss,.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Malang: Press.
- Helmy, M. (1986). *Ilmu Dakwah*. Lampung: Yayasan Amanah.
- Kafie, J. (1993). *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Offset Indah.
- Kontjaraningrat. (1983) *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: P.T Gramedia.
- Kusnawan, A. (2004), *Berdakwah Lewat Tulisan*. Bandung: Mujahid Perss.
- Kusnawan, A. (2004), *Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Perss.
- Kusnawan, A. (2004), *Ilmu Dakwah Kajian berbagai Aspek*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Kusnawan, A. (2009), *Dimensi Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Malim, M. (2005). *Dinamika Dakwah (dalam Perspektif Al-Quran & As-sunah)*. Jakarta: Media Dakwah.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

M. Mukti Ariyandi Wijaya, Enjang AS., & Aang Ridwan

- Muhtadi, A.S. (2002), *Metodologi Penelitian Dakwah*. Bandung: Gerbang Masyarakat Baru Press.
- Muhtadi, A.S. (2012), *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhyidin, A. (2002), *Dakwah dalam Perspektif Al-Quran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Munir M., & Ilaihi, W. (2012). *Manajemen Dakwah*. Bandung: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natsir, M. (1984). *Fiqh Dakwah*. Jakarta: CV. Ramdani.
- Pamungkas, M. I. (2012). *Akhlak Muslim Modern Membangun Karakter Generasi Muda*. Bandung: Marja.
- Rakhmat, J. (1992). *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2001), *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ridwan, A. (2009). Humor dalam Tabligh Sisipan yang Sarat Estetika. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5(15) 921-956
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukayat, S. (2009), *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukayat, S. (2015), *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi'Asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syukir. (1993), *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, Jakarta: LESFI.
- Wiryanto. (2004), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarna Indonesia.
- Zaidan, A. K. (1983), *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Media Dakwah,.