Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah
Volume 09 Nomor 01 (2019) 1-20
http://ejurnal.stainparepare.ac.id/index.php/komunida
ISSN 2088-0669; *E ISSN* 26143704

Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah

Nur Asiah
UIN Alauddin Makassar, DPK Universitas Hasanuddin
e-mail: asiah.amin76@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan perkembangan zaman, pola dakwah mengalami pergeseran. Dibandingkan dengan lisan, dakwah melalui tulisan menjadi lebih urgen dan efektif dilakukan yakni berdakwah melalui media sosial dengan internet dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah. Keunggulan dari dakwah dengan model ini tidak menjadikan materi dakwah akan hilang meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat seperti ungkapan Rasulullah saw , "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada".

Akan tetapi tujuan dakwah dengan model tersebut baru dapat terwujud jika didukung oleh media yang efektif. Artinya, dalam proses dakwah para pendakwah atau dai bukan hanya sekedar menyajikan materi secara lisan, tetapi menyampaikan materi dakwahnya melalui media sosial agar materi itu dapat dibaca dimana pun dan kapan saja seperti halnya peran media sosial saat ini.

Bila melihat dakwah sekarang ini, dipandang perlu evaluasi kritis mendalam, sebab gaya, model, metode serta media yang digunakan ikut berpengaruh pada implementasi, dinamika, arah, dan pelaksanaan dakwah Islam. Mengingat pentingnya media sosial sebagai sarana berdakwah, maka perlu adanya strategi, metode, pendekatan khusus bagi pendakwah/dai dalam berdakwah terkait penggunaan media sosial sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan dakwah. Jurnal ini mencoba memberikan kontribusi pemikiran untuk menjadikan inspirasi bagi para pendakwah untuk menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Kata Kunci : *Media Sosial, Dakwah*

Abstract

Along with the times, the propaganda pattern has shifted. Compared with oral, preaching through writing becomes more urgent and effective, namely preaching through social media with the internet and writings that contain the message of preaching. The superiority of preaching with this model does not make the material preaching will disappear even though the preacher, or the author has died as the Prophet said, "Indeed the ink of the scholars is better than the blood of the martyrs".

But the purpose of da'wah with that model can only be realized if it is supported by effective media. That is, in the process of preaching the preachers or preachers are not merely presenting material orally, but delivering the propaganda material through social media so that the material can be read anywhere and at any time as is the role of social media today.

When you look at da'wah nowadays, it is deemed necessary to have a deep critical evaluation, because the style, models, methods and media used also influence the implementation, dynamics, direction and implementation of Islamic da'wah. Given the importance of social media as a means of da'wah, the need for strategies, methods, and special approaches for preachers / da'wah in da'wah related to the use of social media as

a means of conveying da'wah messages. This journal tries to contribute thought to inspire preachers to use social media as a means of conveying propaganda messages.

Keywords: *Social media, Da'wah*

PENDAHULUAN

Islam sebagai agama yang paripurna, memuat seperangkat ajaran yang komprehensif dan universal. Agama Islam menyediakan segala hal yang dibutuhkan manusia untuk membangun peradabannya karena ajarannya senantiasa relevan pada segala tempat dan waktu. Akan tetapi perlu dipahami bahwa nilai-nilai ideal dalam ajaran Islam tidak akan bermakna manakala tidak sampai dan dipahami oleh umat manusia. Karenanya, menyampaikan dan memahamkan ajaran Islam kepada orang yang belum mengerti dan paham menjadi upaya penting yang harus dilakukan. Maka berdakwah menjadi hal yang sangat mendasar dalam Islam karena tanpanya maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Dakwah, sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. dapat disampaikan melalui berbagai cara dan media. Salah satunya adalah melalui media sosial.

Di zaman sekarang, tuntutan akan pergeseran dalam berbagai aspek kehidupan umat semakin marak. Islam sebagai agama wahyu akan selalu berhadapan dengan zaman yang terus berubah. Untuk itu, umat Islam selalu ditantang bagaimana mensintesakan keabadian wahyu dengan kesementaraan zaman. Akhir-akhir ini mulai memperbincangkan bagaimana idealnya model dan paket-paket dakwah di abad ke-21. Seiring dengan pergeseran ini, maka jenis media dakwahpun yang muncul kepermukaan sudah tidak dapat dibendung lagi termasuk media sosial yakni media sosial yang populer digunakan di Indonesia antara lain *facebok, twiter, youtube, blog*. Media sosial telah menjadi fenomenal dan semakin mengglobal dan mengakar.

Media sosial ini telah makin mutakhir. Keharusan untuk mendesain ulang media dakwah ini merupakan tuntutan modernisasi spiritualitas Islam yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Sebab, problema yang muncul di zaman modern jauh

lebih kompleks dan memerlukan respons yang Iebih beragam dan akomodatif

Pada tahun 2004, lahirnya *Facebook*, situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak. Kemudian *Twitter* di tahun 2006, situs jejaring sosial yang berbeda dengan yang lainnya. Pada tahun 2007 lahir Wiser, situs jejaring sosial pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007.

Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori *online* organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu maupun kelompok. Pada tahun 2011, *Google* meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama *Google+*, namun pada awal peluncuran. *Google+* hanya sebatas pada orang yang telah di *invite* oleh *Google*. Setelah itu *Google+* di luncurkan secara umum.

Media sosial tersebut telah banyak mengubah sisi kehidupan manusia. Teknologi Internet merupakan salah satu terobosan peradaban yang menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi dan pengetahuan, yaitu media digital. Media digital tersebut telah mengubah pola pikir manusia. Perubahan ini cepat atau lambat akan masuk ke sektor kehidupan yang lain.

Umat Islam sebagai bagian dari komunitas dunia, tentu tidak boleh pasrah dan menutup mata terhadap perkembangan yang ada. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana berdakwah seperti media sosial yang ada saat sekarang ini. Media sosial merupakan respon aktif-kreatif umat Islam terhadap perkembangan teknologi informasi. Media sosial memiliki cakupan geografis yang lebih luas bila dibandingkan dengan dakwah konvensional (Azyumardi Azra' 1999: 11).

Dari latar belakang tersebut, maka tulisan ini akan membahas bagaimana konsep dakwah menurut Islam? Dan bagaimana peran media sosial dalam berdakwah?

PEMBAHASAN

Konsep Dakwah

Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa Arab, dari kata *da'a-yad'u-da'watan* artinya memanggil, mengajak, dan menyeru. Sedang menurut istilah, para ahli memberi defenisi yang beragam. Muhammad Nasir mendefenisikan dakwah sebagai bentuk usaha menyerukan dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar dengan berbagai macam media kepada perorangan manusia maupun kepada seluruh umat (Shaleh, 1977: 8) sementara M. Arifin memberi defenisi dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan (Jumantoro, 2001: 18)

Dari berbagai defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah mengandung dua unsur mendasar. Pertama, dakwah ditujukan untuk seluruh umat manusia. Kedua, dakwah dilakukan secara sadar dan terencana baik dalam bentuk lisan, tulisan dan sebagainya dalam rangka mengajak *beramar ma'ruf nahi munkar* tanpa paksaan.

Dalam Islam, selain istilah dakwah dikenal pula istilah *tabligh*. Kata dakwah berarti panggilan, seruan atau ajakan, sedangkan kata *tabligh* berarti penyampaian materi. Jika dakwah berarti mengajak seseorang atau sekelompok orang mengenai agama Islam, maka tabligh berarti menyampaikan ajaran Islam kepada seseorang atau kelompok orang dengan tujuan agar orang atau kelompok itu bersedia menerima agama Islam demi kebaikan mereka di dunia dan keselamatan di akhirat kelak. Pelaku dakwah disebut da'i, sedangkan pelaku *tabligh* disebut muballigh. Tabligh adalah bagian dari dakwah, tetapi dakwah tidak hanya dilakukan dengan tabligh (Nanih Machendrawaty & Agus Ahmad Safei, 2001: 79).

Dalam pengertian yang luas dakwah adalah upaya untuk mengajak

seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) agar memeluk dan mengamalkan ajaran Islam atau untuk mewujudkan ajaran Islam ke dalam kehidupan yang nyata. Dakwah dalam konteks ini, dapat bermakna pembangunankualitas sumber daya manusia, pcngentasan kemiskinan, memerangi kebodohandan keterbelakangan serta pembebasan. Dakwah juga bias berarti penyebarluasan rahmat Allah, sebagaimana telah ditegaskan bahwa Islam adalah *rabmatanlil'alamin.* Melalui pembebasan, pembangunan dan penyebarluasan ajaran Islam, berarti dakwah merupakan proses untuk mengubah kehidupan manusia atau masyarakat dan kehidupan yang tidak Islami menjadi suatu kehidupan yang Islami. Atas dasar ini, esensi dakwah dalam Islam adalah kepada keimanan, memerintahkan kepada yang ma'ruf, dan melarang dariyang mungkar.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

"Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik."(QS. Ali Imran: 110).

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim untuk mengajak manusia ke jalan Allah, seperti yang telah ditegaskan Allah dalam firman-Nya:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."(QS.AI-Nahl:125).

Kata *ud'u* yang memiliki makna serulah merupakan *fiil amar* yang dalam kaidah *ushul fiqh* mengandung arti perintah. Setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada hukum lain. Jadi melaksanakan dakwah hukumnya wajib meskipun kemudian muncul perbedaan di kalangan ulama apakah kewajiban yang dimaksud adalah *fardlu 'ain* (berlaku untuk setiap individu) atau *fardlu kifayah*

(cukup bila dilakukan oleh sebagian orang) saja.

Dakwah dapat dilakukan secara kolektif maupun pribadi. Kewajiban berdakwah bagi setiap muslim tidak harus membutuhkan kecakapan yang tinggi. Menyeru manusia kepada Allah juga berarti menyempurnakan ibadah kita dan dihitung sebagai salah satu amal salih yang dijanjikan pahala. FirmanAllah:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

"Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal salih dan berkata, "Sesungguhnya aku termasuk orangyangberserah diri(muslim)." (QS. Fushshilat: 33)

Terkait dengan pahala, Nabi Muhammad saw. bersabda:

"Barang siapa yang mengajak orang lain kepada kebaikan, maka dia akan mendapatkan pahala yang saran dengan orang yang mengerjakannya." (HR. Muslim).

Karena dakwah adalah kewajiban setiap muslim, maka dibutuhkan pemahaman yang jelas tentang tujuan dakwah agar memberikan hasil yang diinginkan. Secara umum, tujuan dakwah dapat diformulasikan sebagai berikut:

a. Membimbing manusia kepada agama Allah
b. Memberikan bukti kepada mereka yang menjauh atau menentang agama.
c. Melaksanakan kewajiban yang Allah berikan kepada setiap muslim.
d. Memuliakan kalimat Allah di muka bumi.

Mendakwahkan Islam berarti memberikan jawaban Islam terhadap berbagai permasalahan umat. Meskipun misi dakwah dari dulu sampai kini tetap sama yaitu mengajak umat manusia ke dalam sistem Islam, namun tantangan dakwah berupa problematika umat senantiasa berubah dari waktu kewaktu. Permasalahan yang dihadapi oleh umat selalu berbeda baik secara kualitatif ataupun kuantitatif. Namun demikian, permasalahan-permasalahan umat tersebut perlu diidentifikasi dan dicarikan alternatif pemecahannya secara relevan dan strategis melalui pendekatan-pendekatan dakwah yang sistematis, *smart* dan profesional (Usman: 2004).

Jika dipetakan, umat Islam dewasa ini terbagi ke dalam tiga kelompok, yaitu: *pertama,* kelompok Islam yang berjuang untuk menegakkan khilafah (pemerintahan) Islam; *kedua,* kelompok Islam yang mengagungkan kebudayaan

barat dan menentang gerakan untuk mewujudkan pemerintahan Islam secara formal; dan *ketiga*, kelompokIslam yang tidak memiliki kepedulian terhadap permasalahan umat Islam secara keseluruhan." (al-Baghdadi, 1997: 21).

Realitas sosial di atas ada yang tidak sesuai dengan cita ideal Islam, karenanya harus diubah melalui dakwah Islam. Mengingat kenyataan-kenyataan sosial tersebut banyak dijumpai dalam beberapa komunitas Islam dengan permasalahan yang berbeda-beda, maka diperlukan paradigma baru dalam melakukan dakwah Islam yang mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat. Usaha-usaha dakwah tersebut tidak cukup hanya dengan melakukan program dakwah yang konvensional, sporadis, dan reaktif, tetapi harus bersifat profesional, strategis, dan pro-aktif. Menghadapi *mad'u* (sasaran dakwah) yang semakin kritis dan tantangan dunia global yang semakin kompleks dewasa ini, maka diperlukan strategidakwah yang mantap, sehingga aktivitas dakwah yang dilakukan dapat bersaing di tengah bursa inforrnasi yang semakin kompetitif.

Dalam kaitannya dengan dakwah Islam, prinsip membangun intelektual umat diharuskan terjun langsung ke lapangan pemikiran dan kepraktik. Inilah sesungguhnya bentuk konkret dari prinsip ilmu dan amal yang mesti dilakukan terus-menerus. Kedua prinsip, yakni ilmu dan amal, tersebut bagaikan satu keping mata uang logam, antara sisi satu dengan lainnya berbeda tetapi pada dasamya ia tetap satu. Begitu juga manusia sebagai dengan manusia sebagai subjek dakwah, ia harus merupakan cermin daripikiran, perasaan, proses dan karya. Dari situlah ujian dan hasilitu ditentukan. Bahkan dalam Alquran pun disebutkan bahwa orang yang merasa sudah berimanpun juga diuji, apalagi yang belum dan tidak beriman.

Pengertian Media

Media atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan *(a source)* dengan penerima pesan *(a reciever).* Jadi dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari

komunikator kepada khalayak. Banyak ahli dan juga organisasi yang memberikan batasan mengenai pengertian media (Wikipedia).

Beberapa para ahli mendefenisikan media sebagai berikut:

a. Menurut Syaiful Bahri Djamarah: Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan.
b. Menurut Schram: Media adalah teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran.
c. Menurut *National Education Asociation* (NEA): Media adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya.
d. Menurut Briggs: Media adalah alat untuk memberikan perangsang bagi siswa supaya terjadi proses belajar.
e. *Asociationof Education Comunication Technology* (AECT): Media adalah segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan.
f. Menurut Gagne: Media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsang siswa untuk belajar.
g. Menurut Miarso: Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan siswa untuk belajar (Asnawir dan Basyiruddin, 2001: 34).

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

a. Media Visual: media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.
b. Media *Audio*: media *audio* adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.
c. Media *Audio* Visual: media *audio* visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan

penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VIC. Internet termasuk dalam bentuk media *audio* visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut multimedia karena berbagai format ada dalam internet.

Ada beberapa media baru *(new media)* dengan produknya sebagai media dakwah di era digitalisasi.

a. Pertama, *new media* dengan audio digitalnya yang diputar dengan MP3 (MP3, MPEG, Audio Layer 3), AAC (*Advanced Audio Coding*) WMA (Windows Media Audio), Real Audio dan lain-lain-nya menjadi media dakwah yang baik. Audio digital itu yang berisi musik-musik Islami/religi. Dengan media tersebut, kita dapat mendengarkan musik-musik Islami tersebut. Secara tidak langsung kita akan mendapatkan nilai-nilai keislaman.
b. Kedua, *new media* dengan VCD (*Compact Discs*) dan DVD (*Digital Versatile Disc or Digital Video Disc*)-nya menjadi sarana dakwah yang sangat efektif dan efisien. Rekaman kegiatan pengajian dan ceramah-ceramah para mubaligh telah banyak yang disimpan dalam VCD maupun DVD sehingga dengan mudah dapat didistribusikan ke daerah-daerah sasaran dakwah yang dekat maupun yang jauh dengan cepat. Dengan media tersebut, kita dapat belajar dan menyimak pelajaran dari para *asatidz* di waktu lain, dengan suasana lebih santai beserta orang-orang yang dikasihi.
c. Ketiga, *new media* dengan aplikasinya yang maju dan serba digital, dapat dimanfaatkan juga menjadi dakwah lewat jual beli dengan prinsip-prinsip ekonomi syari'ah. Sebab pemberdayaan ekonomi umat mengandung tiga misi. *Pertama* ialah misi pembangunan ekonomi dan bisnis yang berpedoman pada ukuran-ukuran ekonomi dan bisnis yang lazim dan bersifat universal; *kedua* ialah pelaksanaan etika dan ketentuan hukum syariah yang harus menjadi ciri kegiatan ekonomi umat Islam, dan *ketiga* ialah membangun kekuatan ekonomi umat Islam, sehingga menjadi sumber dana pendukung dakwah Islam yang dapat ditarik melalui zakat, infak, sedekah, wakaf dan

lain-lain.

d. Keempat, *new media dengan software* aplikasinya dapat memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan dakwah. Hal lain yang bisa kita manfatkan adalah dalam hal efisiensi. Jika secara fisik kitab-kitab hadits yang jumlahnya puluhan bahkan ratusan itu, dengan kemajuan teknologi informasi cukup disimpan dalam sebuah komputer/flashdisk yang mudah dibawa dan dibaca dimanapun. Dengan melakukan digitasi teks telah banyak tersedia buku-buku elektronik *(e-books)* yang dapat kita nikmati baik buku-buku tafsir, tarikh, kitab-kitab hadits, kitab-kitab fiqih dan lain-lain. Aplikasi tersebut antara lain Alquran digital: memudahkan pencarian ayat dan topik-topik dalam Alquran, Maktabah Syamilah dan lain-lain.
e. Kelima, *new media* dengan aplikasi ponsel selular juga dapat digunakan untuk kepentingan dakwah. Hal ini nampak dari begitu banyaknya pemakai seluler, mulai dari pengusaha kelas atas hingga pengusaha kelas bawah, bahkan tidak sedikit para remaja pengangguran, pelajar yang belum memiliki penghasilanpun banyak yang menggunakan selular. Melihat begitu semaraknya seluler, maka alangkah besar manfaatnya jika seluler digunakan sebagai media dakwah, yaitu dengan cara memanfaatkannya sebagai media untuk mengirin pesan-pesan normatif yang mengundang *tsaqafah Islamiyah.*
f. Keenam, *new media* dengan elektronik *mail (e-mail),* dapat mempermudah dan mempercepat mengakses informasi dimana saja dan kapan saja berbeda. Dengan adanya komunikasi dalam penyampaian informasi tidak lagi dibatasi jarak maupun waktu. Dengan adanya *e-mail* orang bisa menyampaikan pesan secara langsung walaupun dengan jarak yang jauh. Hal ini sangatlah efektif dan efisien dalam pengembangan dakwah Islamiyah (Riyana Cepi, 2006: 53).

Media Sosial

Media sosial (medsos) adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial

dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Riyanto, 2002: 81). Media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya hampir tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Media sosial merupakan hasil produk dari kemajuan arus Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content.*

Perkembangan dari media sosial itu sendiri sebagai berikut 1978 awal dari penemuan sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik, ataupun mengunggah dan mengunduh Perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Tahun 1999 lahir situs GeoCities, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewaan penyimpanan data-data *website* agar halaman *website* tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan GeoCities ini menjadi tonggak dari berdirinya *website-website* lain. Tahun 1997 muncul situs jejaring sosial pertama, yaitu sixdegree.com. Walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com dianggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial dibanding Classmates.com. Pada tahun 1999 muncul situs untuk membuat blog peribadi, yaitu blogger.Situs ini menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari *blogger* ini bisa memuat hal tentang apapun, termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah. Sehingga bisa dikatakan *blogger* ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah media sosial.

Di tahun 2002 berdiri *Friendster*, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi *booming*, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal. LinkedIn berdiri tahun 2003 yang tak hanya berguna untuk bersosial, LinkedIn juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sebuah media sosial makin berkembang. Tahun 2003 berdiri *MySpace*, yang menawarkan kemudahan

dalam menggunakannya, sehingga *MySpace* dikatakan situs jejaring sosial yang *user friendly*. Kemudian di tahun 2004 lahir *Facebook*, situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak. Tahun 2006 lahir *Twitter*, situs jejaring sosial yang berbeda dengan yang lainnya, karena pengguna dari Twitter hanya bisa *mengupdate* status atau yang bernama Tweet ini yang hanya dibatasi 140 karakter. Tahun 2007 lahir *Wiser*, situs jejaring sosial pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April 2007). Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori *online* organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu maupun kelompok. Tahun 2011 lahir *Google+*,*google* meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama *Google+*, namun pada awal peluncuran, *Google+* hanya sebatas pada orang yang telah diinvite oleh Google. Setelah itu *Google+* diluncurkan secara umum.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagao model *content* lainnya.

Menurut Antiny Mayfield dari *iCrossing*, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia Biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan

meniptakan *personal branding.*

Perkembangan dari media sosial ini sungguh pesat, ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah anggota yang dimiliki masing-masing situ jejaring sosial ini.

Kerangka sarang lebah mendefinisikan bagaimana media sosial layanan fokus pada beberapa atau semua tujuh blok bangunan fungsional (identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, reputasi, dan kelompok). Bangunan blok tersebut membantu memahami kebutuhan pertunangan dari audiens media sosial. Sebagai contoh, pengguna *LinkedIn* peduli kebanyakan tentang identitas, reputasi dan hubungan, sedangkan blok utama *YouTube* bangunan berbagi, percakapan, kelompok dan reputasi.

Banyak perusahaan membangun wadah sosial sendiri yang mencoba untuk menghubungkan blok bangunan tujuh fungsional sekitar merek mereka. Ini adalah komunitas swasta yang melibatkan orang-orang di sekitar tema yang lebih sempit, seperti di sekitar panggilan tertentu, merek atau hobi, dari wadah media sosial seperti *facebook atau Google+*.

Sementara jejaring sosial merupakan situs di mana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook, Myspace, Plurk, dan Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast,* maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media social 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.

Islam Mengatur Peran Media Informasi

Kebebasan penggunaan internet saat ini terjadi karena internet telah menjadi alat bagi sistem demokrasi untuk menghasilkan keuntungan material dan menyebarkan ide-ide rusaknya. Dengan demikian, diperlukan *counter attack* oleh Islam untuk bicara tentang media informasi, termasuk internet. Karena bagaimanapun, peran penting media informasi di dalam masyarakat, khususnya Daulah Khilafah, tidak boleh dipandang rendah. Hal ini karena tugas media informasi adalah untuk melaksanakan kewajiban menegakkan yang makruf dan mencegah yang munkar, yang juga merupakan tugas dari semua warga negara. Rasulullah saw. bersabda: "Demi Dia yang nyawaku berada di tangan-Nya, kalian wajib menyeru pada kebaikan dan mencegah kemunkaran, atau (kalau hal itu tidak dilakukan) Allah akan menimpakan siksa-Nya atasmu dan jika engkau memohon pada-Nya, maka Dia tidak akan menjawab doamu."

Media dan informasi juga erat kaitannya dengan perjalanan pembentukan sebuah generasi bangsa. Media informasi diperlukan untuk menggambarkan Islam dengan benar dan membina kepribadian generasi sehingga terdorong untuk hidup dengan cara yang Islami dan menjadikan syariah Islam sebagai tolok ukur dalam segala kegiatan hidupnya. Media informasi juga berperan dalam mengungkap kesalahan pemikiran, paham, dan ideologi serta aturan-aturan sekuler. Dengan cara itu, generasi bangsa akan menjadi paham tentang mana yang benar dan mana yang salah, serta terhindar dari pemikiran, pemahaman, dan gaya hidup yang tidak Islami. Bila generasi memiliki pemahaman Islam yang tinggi, maka mudah bagi negara untuk mandiri dengan menyingkirkan nilai-nilai sekularisme dan mengokohkan nilai-nilai Islam yang agung itu di tengah masyarakat.

Pada era sekarang ini, informasi bersifat interaktif, bukan satu arah, sehingga terjadi sebuah komunikasi. Generasi bangsa akan dengan cepat dan mudah merespon informasi yang mereka dapatkan sesuai dengan pemahaman mereka. Media tidak bisa berjalan sendiri karena media merupakan salah satu referensi pusat informasi harus menyuguhkan fakta-fakta aktual yang bermanfaat bagi publik. Setiap media setidaknya harus memiliki politik pemberitaan atau kebijakan pemberitaan yang mempunyai warna tersendiri. Fakta adalah fakta,

tetapi interpretasi terhadap fakta bisa bermacam-macam. Fakta yang sederhana mampu menjadi *booming* pada saat media informasi yang menyuguhkannya.

Informasi yang sehat merupakan perkara penting bagi negara, yaitu untuk menyatukan negeri-negeri muslim dan mengemban dakwah Islam ke seluruh umat manusia. Adanya strategi informasi yang spesifik untuk memaparkan Islam dengan pemaparan yang kuat dan membekas akan mampu menggerakkan akal manusia agar mengarahkan pandangannya pada Islam serta mempelajari dan memikirkan muatan-muatan Islam. Hal ini dilakukan dengan dikeluarkannya undang-undang yang menjelaskan garis-garis umum politik negara dalam mengatur informasi sesuai dengan ketentuan hukum-hukum syariah. Hal itu dalam rangka menjalankan kewajiban negara dalam melayani kemaslahatan Islam dan kaum muslim; juga dalam rangka membangun masyarakat Islami yang kuat, selalu berpegang teguh dan terikat dengan tali agama Allah swt., serta menyebarluaskan kebaikan dari dan di dalam masyarakat Islami tersebut.

Media informasi yang beroperasi di daulah khilafah memiliki hak penuh untuk menilai khalifah dan pemerintahannya, menginvestigasi adanya kesewenang-wenangan pemerintah atau isu lain yang memiliki muatan bahaya atau termasuk kepentingan publik dalam skala besar. Media berhak menginvestigasi dan menerbitkan semua itu tanpa perlu diliputi ketakutan akan kemungkinan tekanan atau penahanan. Media informasi juga mempunyai tanggungjawab besar untuk mempropagandakan kekuatan militer dan pertahanan daulah khilafah kepada masyarakat luar. Dengan demikian, media informasi memainkan peranan penting dalam membantu meraih tujuan-tujuan politik luar negeri daulah khilafah.

Disamping itu, ada informasi-informasi tertentu yang sangat erat kaitannya dengan urusan negara, sehingga tidak dapat dipublikasikan secara bebas. Misalnya, informasi menyangkut pertahanan dan keamanan, seperti tentang gerak pasukan, atau berita tentang kemenangan dan kekalahan. Jenis informasi seperti ini harus dihubungkan secara langsung kepada khalifah, sehingga bisa diputuskan mana yang harus dirahasiakan dan mana yang bisa dipublikasikan. Allah swt. berfirman: *"Dan apabila datang kepada mereka suatu berita tentang keamanan*

ataupun ketakutan, mereka lalu menyiarkannya. Dan kalau mereka menyerahkannya kepada Rasul dan ulil amri di antara mereka, tentulah orang-orang yang ingin mengetahui kebenarannya (akan dapat) mengetahuinya dari mereka (Rasul dan ulil amri). Kalau tidaklah karena karunia dan rahmat Allah kepada kamu, tentulah kamu mengikut syaitan, kecuali sebahagian kecil saja (di antaramu).” (QS. An-Nisaa’: 83) (Buku Jalan Baru Intelektual Muslimah 2012).

Internet dengan media sosial merupakan bentuk visual yang diterima oleh panca indera kita, yang kemudian diolah oleh akal kita hingga menjadi sebuah pemahaman dan perilaku. Kaitannya dengan hal ini, Islam juga memerintahkan kita untuk menjaga akal. Islam pun menganjurkan untuk menuntut ilmu, merenung (tadabbur) dan berijtihad sebagai usaha untuk mengembangkan kemampuan akal pada diri manusia (Kitab *“Dirosah al-Fikr”*). Maka, penggunaan media sosial sebagai sarana propaganda hendaknya berperan menampilkan kemampuan dan kekuatan Islam dalam mewujudkan *rahmatan lil alamin*, bukan menampilkan akses yang melalaikan. Karena jelas, Islam tidak membiarkan akal manusia hanya dibuai oleh kenikmatan visual. Mengingat media sosial saat ini masih menjadi bagian produk andalan media massa kapitalistik-sekuler yang berstandar kebahagiaan duniawi yang semu. Walhasil, berdasarkan uraian di atas, sah-sah saja mengakses dan menggunakan internet, termasuk media sosial. Akan tetapi tetap harus proporsional, tidak kelewatan dan sesuai aturan Islam.

Peran Media Sosial dalam Berdakwah

Peranan media sosial atau *social media* dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di Internet. Pasalnya, kebutuhan masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitas kesehariannya, mereka tidak sempat menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet dari bangun tidur hingga tidur lagi. Namun mereka mempunyai alternatif untuk mendapatkan informasi yaitu menggunakan internet. Dengan kemudahan itu, maka saat ini

informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi da'i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, da'i juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata.Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat dari ruang dan waktu.

Di antara contoh berdakwah dengan media sosial adalah sebagai berikut. Pertama, *facebook* merupakan salah satu jejaring sosial yang ada di internet. *Facebook* mempunyai jutaan pengguna dengan bermacam-macam latar belakang pendidikan, profesi, pekerjaan, kasta dan lain-lain. Dari pengusaha papan bawah dan atas, birokrat sampai kalangan-kalangan paling elitpun bisa ditemukan disini. Dari kalangan anak-anak hingga orang tua, dari kalangan terpelajar hingga awam. Dari artis, selebritis hingga ustadz akan ditemukan disini. Berdakwah menggunakan *facebook* mempunyai ragam bentuk manfaat. Walaupun oleh sebagian orang, *facebook* dianggap lebih banyak mudaratnya bahkan mereka mengatakan bahwa *facebook* adalah sumber dari kesesatan di dunia maya, internet. Tetapi kita sebagai umat Islam, harus memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Misalnya saling bertukar pesan-pesan dakwah yang ringan dan mudah dipahami dan mudah dilaksanakan, saling mengingatkan kepada amalan-amalan kebaikan, mengundang untuk mengikuti acara-acara keagamaan yang terdekat. Jadi pada dasarnya kemajuan teknologi seperti *facebook* misalnya bersifat netral, maka penggunanyalah yang sangat menentukan ke arah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunanya.

Pertimbangan utama untuk menjadikan *facebook* sebagai media dakwah tentu saja berkaitan erat dengan posisi *facebook* itu sendiri sebagai jaringan sosial yang terkemuka dan paling diminati di seluruh dunia. Memanfaatkannya sebagai media dakwah tentunya juga merupakan bagian dari proses kulturasi dakwah, yaitu dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultural masyarakat. Karena memang sejatinya dakwah harus mampu memasuki ranah kultur sebagai kecenderungan masyarakat maka mememilih *facebook* sebagai media dakwah merupakan suatu keharusan bagi dai, sekaligus juga menolak asumsi umum kalau para dai merupakan kelompok yang anti terhadap kemajuan

(Eti Rochaety,dkk, 2005: 78).

Berdakwah di bidang *Twitter* juga tidak ketinggalan. Demikian halnya menggunakan fasilitas *blog* (*website* pribadi) dan website. *Blog* pada awalnya adalah media sosial yang digunakan hanya untuk menulis catatan harian pribadi yang ada di internet. Bahkan tak jarang para *blogger* menjadikannya hanya sekedar "*diary* internet".Beberapa tahun kemudian dari perkembangannya itu, blog digunakan untuk kepentingan pribadi baik ekonomi, sosial, politik, budaya maupun yang lainnya. Sedangkan *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di *World Wide Web (WWW).*

Perbedaan dakwah melalui blog dan *website*, jika *website* biasa hanya menyediakan "komunikasi satu arah", pengunjung hanya menerima apa yang mereka baca di halaman *website* tersebut tanpa bisa mengomentarinya (pengunjung menjadi pasif), sedangkan *blog* memberikan "komunikasi dua arah" pada pengunjung, konten yang dipublikasi dapat diberi komentar dan komentar dapat dibalas dengan pengunjung lain atau pemilik *blognya* (pengunjung menjadi aktif). Hal itu akan lebih bermanfaat lagi ketika *blog* digunakan untuk kepentingan dakwah, begitu juga *website* jika digunakan sebagai media dakwah yang efektif dan efisien.

Blog adalah *website* yang mengandung isi dalam urutan waktu terbalik dan terdiri atas posting-posting. Dimana posting terbaru akan ditampilkan terlebih dahulu, kemudian *posting* yang lebih lama. Dengan kata lain tulisan-tulisan yang *diposting* akan dimunculkan berdasarkan tanggal, artinya tanggal tulisan terbaru akan ditampilkan paling atas atau depan. Sedangkan tulisan yang lama berada di paling bawah.

Dengan demikian perlu adanya perubahan dan pemamfaatan media sosial sebagai media dakwah. Sebagai ilustrasi, saat ini banyak remaja putri menggunakan model celana *jablai* yang terinspirasi dari lagu dangdut dan film *jablai*. Sebagai sebuah model, celana *jablai* berbeda dengan celana model lain meskipun dibuat berdasarkan pendekatan, metode, dan teknik yang sama. Perbedaan tersebut terletak pada sajian, bentuk, warna, dan desainnya. Kembali ke

dakwah setiap pendakwah dapat berkreasi dengan berbagai media yang khas secara menarik, menyenangkan, dan bermanfaat bagi audiens. Media tersebut dapat pula berbeda dengan penceramah atau pendakwah yang lain meskipun dalam persepsi pendekatan dan metode yang sama.

Oleh karena itu, penceramah atau pendakwah perlu menguasai dan dapat menerapkan berbagai media sosialyang ada. Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa sebenarnya aspek yang juga paling penting dalam keberhasilan berdakwah adalah penguasaan media. Dengan penguasaan media tersebut maka audiens akan memiliki pengetahuan *(hard skill)* maupun keterampilan yang berkaitan dengan hal-hal yang praktis *(soft skill)* dan akhirnya menciptakan ummat yang insan kamil.

Simpulan

Melakukan perubahan dari sebuah kebiasaan emang sangat susah, tidak semudah membalik telapak tangan, namun sebagai seorang penceramah atau pendakwah harus sadar sepenuhnya bahwa mengubah cara berdakwah dengan menggunakan media sosial yang selama ini digunakan oleh banyak orang senantiasa perlu mengalami suatu perubahan. Perubahan ini penting dalam berdakwah karena dalam dakwah ada unsur pendidikan yakni suatu proses perubahan yang direncanakan, bertahap, berkesinambungan dan bertujuan. Demikian halnya tujuan akhir berdakwah adalah memahami dan ada perubahan ke hal yang positif seperti yang disampaikan sesuai ajaran agama Islam. Oleh karena itu, kita tidak bermimpi bahwa perubahan ini akan berlangsung sekali jadi dan baik hasilnya. Dengan demikian, fleksibiltas dan eksperimentasi-eksperimentasi yang menghasilkan kemungkinan-kemungkinan baru dalam proses berdakwah perlu dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman al-Baghdadi, 1997. *Dakwah Islam* & *Masa Depan Umat.* Jakarta:Al- Izzah.

Asnawir dan Basyiruddin, 2001.*Media Pembelaaran*, Jakarta, Ciputat Pers.

Departemen Agama, Alquran, Al-Quran dan Terjemahnya.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 2, Cet. IX, Jakarta: Balai Pustaka.

Eti Rochaety,dkk.,2005. *Sistem Informamsi Manajemen Pendidikan*. Jakarta: bumi Aksara.

Jumantoro, Totok. 2001. *Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*, Wonosobo: Amzah.

Nanih Mac Hendrawaty & Agus Ahmad Safei, 2001. *Pengembangan Masyarakat: Islam: danIdeologi, Strategi, sampai Tradisi,* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Usman Jasad, 2005. *Problematika Dakwah dan Alternatif Pemecahannya.*

Riyana Cepi, 2006. *Media Pembelajaran.* Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan.

Riyanto, T., 2002. *Pembelajaran Sebagai Proses Bimbingan Pribadi*. Jakarta: Grasindo.

Shaleh, Abd. Rosyad.1977. *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.

Wikipedia.org/wiki/media_sosial.