

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan bagi setiap muslim laki-laki maupun perempuan, sebagaimana firman Allah SWT berfirman dalam Q.S. Ali Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ .

Artinya : Dan hendaklah ada diantara kamu satu golongan yang mengajak (manusia) kepada kebaikan dan menyeru mereka melakukan yang baik dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar dan mereka itulah orang-orang yang berhasil.<sup>1</sup>

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa bagi seorang muslim, sudah seharusnya melaksanakan kegiatan dakwah, menyampaikan segala perintah dan larangan dari Allah SWT dan Rasulullah SAW. Karena dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa dihindarkan karena melekat erat bersamaan dengan pengakuan diri sebagai penganut Islam (muslim) dan karena Islam adalah agama risalah.

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) h. 79

Syekh Ali Makhfuz dalam kitabnya *Hidayat al Mursyidin* berpendapat bahwa dakwah adalah aktivitas yang mendorong manusia agar memperbuat kebaikan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>2</sup> Dengan demikian dakwah pada hakikatnya adalah segala aktivitas dan kegiatan yang mendorong manusia untuk berubah dari satu situasi yang mengandung nilai kehidupan yang bukan Islami kepada nilai kehidupan Islami.<sup>3</sup>

Di era globalisasi saat ini, aktivitas dakwah mengalami berbagai perkembangan, baik dari sisi metodenya maupun dari medianya. Dakwah dapat dilakukan diberbagai waktu dan berbagai tempat tanpa ada batasan-batasan, salah satunya dengan memanfaatkan pesatnya perkembangan teknologi internet dan *smartphone*, yakni melalui media sosial (*social media*).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller mendefinisikan media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dengan satu sama lain, sehingga manusia dapat saling berkomunikasi dan berbagi informasi dengan seseorang yang berada di belahan bumi lain dengan konten-konten yang tersedia di media sosial.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Siti Mutiah. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta : Mitra Pustaka, 2000) h.3

<sup>3</sup>M. Munir. *Metode Dakwah* (Jakarta:Prenada Media, 2009) h.xi

<sup>4</sup> Tersedia di <http://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-media-sosial-fungsi.html#> diakses pada 2 Maret 2019 pukul 21.21

Kompas.com merilis hasil survey berdasarkan perhitungan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2018, bahwa penggunaan internet di Indonesia tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,56% dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang. Berdasarkan data itu, menarik untuk dikaitkan dengan hasil survei *Center for Strategic and International Studies* (CSIS) yang menyatakan bahwa sebanyak 81,7% *millenial* memiliki facebook, 70,3% memiliki whatsapp dan 54,7 memiliki instagram.<sup>5</sup>

Data jumlah pengguna yang mencapai ratusan juta diatas menunjukkan fenomena massifnya manusia dalam memanfaatkan internet dan jejaring sosial dan menjadi suatu kebutuhan sekaligus budaya baru di masyarakat Indonesia. Ada banyak media sosial yang populer yang digunakan di Indonesia, seperti Youtube, Instagram dan Facebook.

Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip, film hingga video-video yang dibuat oleh pengguna youtube sendiri. Dengan menyediakan berbagai fitur-fitur layanan yang diperlukan penggunanya, kini youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna. Sama halnya dengan youtube, media sosial yang juga banyak digemari di Indonesia yakni instagram dan facebook.

---

<sup>5</sup> Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), “*Tahun 2017 Pengguna Internet di Indonesia mencapai 143,26 juta orang*” diakses dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/16511126/tahun-2017-pengguna-Internet-di-Indonesia-mencapai-13426-juta-orang> pada 4 April 2019 pukul 22.10

Secara sederhana instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi berbasis iOS, Android dan Windows Phone yang dapat digunakan untuk mengedit dan membagikan foto dan video ke jejaring sosial media lainnya. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi video, namun video yang diunggah memiliki batas durasi, yakni maksimal satu menit untuk setiap video. Sedangkan facebook merupakan jenis sosial media yang bisa bertukar berbagai konten dan memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan masyarakat, hingga lebih dari satu miliar pengguna dari awal diciptakannya pada tahun 2004.

Seiring dengan kemajuan fasilitas yang tersedia di beberapa media sosial tersebut lambat-laun membuat fungsi media sosial tidak lagi hanya sekadar wadah hiburan dan menjalin komunikasi dengan teman sejawat. Tetapi berubah menjadi lahan subur untuk melakukan berbagai aktivitas dan kepentingan. Salah satunya yang menjadi fenomena saat ini adalah banyaknya juru dakwah bahkan lembaga dakwah yang berusaha memanfaatkan momentum tersebut dengan masuk ke dalam dunia maya dan melaksanakan kegiatan dakwah ke masyarakat.

Pesan-pesan ajaran Islam dapat lebih cepat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat secara luas dan tidak terbatas dengan jarak apapun. Dakwah melalui media sosial tersebut merupakan bagian dari kulturasi dakwah yakni dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultural masyarakat. Karena pada dasarnya dakwah harus dikemas dan tampil dengan wajah yang menarik, efektif, dan

dapat dimengerti oleh semua kalangan, sehingga membuat mad'u berkeinginan terus menerus untuk menambah ilmu agama Islam.

Dakwah akan menjadi efektif jika berbagai media sosial yang ada saat ini digunakan sebagai sarana untuk menebar kebaikan. Tentu karena segala informasi dari konten-konten yang telah dibagikan di media sosial akan secara langsung dan mudah diakses oleh siapapun dan kapanpun. Seperti yang telah dilakukan oleh beberapa da'i kondang di Indonesia, yakni Ustadz Hannan Attaki dengan komunitas *Shift* atau Gerakan Pemuda Hijrah yang dibentuk dengan tujuan awal sebagai media dakwah kepada remaja-remaja di Bandung.

Komunitas ini mulai aktif melakukan dakwah melalui youtube, instagram dan blog, dengan 264.753 *subscriber* pada *Shift Official Channel* dan 1.073.073 *subscriber* pada *channel Islamic Lamp* miliknya. Selain Ustadz Hannan Attaki dengan komunitas Shiftnya, juga terdapat Ustadz Abdul Somad yang memiliki 688 like di *fanpage* facebook miliknya, Ustadz Khalid Basalamah yang memiliki 265 ribu like di *fanpage* dan 40,5 juta pengikut di *channel* youtube yang mengunggah video ceramahnya. Kehadiran dakwah islami dalam balutan media sosial tersebut dinilai ampuh untuk menyentuh para remaja yang kesehariannya selalu mengakses media sosial.

Tren akun-akun dan *channel* dakwah yang dikelola oleh da'i-da'i atau lembaga dakwah professional ini mulai merambah pada da'i- da'i lokal baik secara individual

maupun kelembagaan, salah satunya seperti yang dilakukan oleh Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, Kalimantan Selatan (Selanjutnya disebut Majelis As-Shofa Banjarmasin).

Majelis As-Shofa Banjarmasin merupakan majelis taklim yang digelar setiap senin pada pukul 20.00 WITA atau setelah shalat Isya. Majelis yang diasuh oleh Ustadz H. Ilham Humaidi ini aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari media dakwah sejak 2013 hingga sekarang.

Majelis As-Shofa Banjarmasin aktif melakukan postingan terkait kegiatan majelis dalam bentuk video-video rekaman ceramah baik secara keseluruhan maupun dalam bentuk potongan-potongan video, video *short story*, poster dakwah, dan pengumuman kajian majelis. Berangkat dari kecemasan Ustadz H. Ilham Humaidi dan para ikhwan Majelis As-Shofa Banjarmasin tentang perkembangan arus teknologi komunikasi yang semakin maju, terlebih dengan dampak negatif yang ditimbulkannya. Maka kemudian menghasilkan ide untuk membuat *platform* dakwah melalui instagram, youtube dan fanpage facebook yang masing-masing akun menggunakan nama Majelis As-Shofa Banjarmasin sebagai identitasnya, dengan tujuan utamanya untuk memberi manfaat dan pengaruh agar masyarakat tertarik untuk mempelajari Islam lebih dalam lagi. Selain itu Majelis As-Shofa Banjarmasin juga kerap melakukan aktivitas *live streaming* saat kajian majelis berlangsung.

Cara ini menjadi inovasi baru dalam syiar dakwah Islam di lingkup majelis taklim, yang mana semakin memudahkan para da'i untuk berdakwah. Dengan demikian setiap kemajuan teknologi komunikasi yang ada saat ini dapat dimanfaatkan sebagai penunjang perkembangan dakwah Islam. Eksistensi majelis taklim beserta perangkatnya sebagai lembaga pendidikan dan dakwah telah berkembang di kehidupan masyarakat.

Hingga saat ini sejak video pertama diunggah, majelis ini telah memiliki 35,5 ribu *followers* di akun instagram @majelissashofa, dan 3.661 *subscriber channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan 3.663 yang mengikuti di *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

Berdasarkan pada data tersebut, dapat dikatakan bahwa berdakwah menggunakan media sosial ini merupakan terobosan dan peluang baru yang harus dikelola dan dikembangkan oleh para da'i lokal Kalimantan Selatan, khususnya di wilayah Banjarmasin. Mengingat kebutuhan pengetahuan agama umat muslim sangat tinggi, sehingga diperlukanlah taktik atau cara agar dakwah dapat diterima oleh mad'u. Disamping aktivitas ini menjadikan ajaran agama Islam sebagai dinding pembatas dari pengaruh buruk dari penggunaan media sosial.

Pemanfaatan media sosial khususnya dalam pengembangan dakwah juga harus memperhatikan etika dan aturan-aturan tertentu dalam bermedia sosial. Oleh karena itulah, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengelolaan

media sosial yang dilakukan di Majelis As-Shofa Banjarmasin guna menunjang pengembangan dakwah, yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengelolaan media sosial dalam pengembangan dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin ?
2. Bagaimana strategi pengelolaan media sosial dalam pengembangan dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial dalam pengembangan dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.
2. Mengetahui bagaimana strategi pengelolaan media sosial dalam pengembangan dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.



#### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna :

1. Secara teoritis
  - a. Guna memberikan kontribusi terhadap pengembangan dan penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi dan Ilmu Dakwah
  - b. Memperkaya kajian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Dakwah dan memperbanyak penelitian sebagai referensi karya ilmiah
2. Secara praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi dan sumber bahan kepada pembaca tentang pengembangan dakwah melalui media sosial
  - b. Penelitian ini dapat berguna untuk memperkaya khazanah penelitian, memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti dan pembaca, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

#### **E. Definisi operasional**

Definisi operasional ini digunakan untuk menentukan hal-hal apa saja yang menjadi fokus penelitian sehingga memudahkan dalam instrument pengumpulan data. Oleh karena itu berikut ini peneliti menjelaskan beberapa pengertian maupun istilah yang ada pada judul skripsi di atas, sebagai berikut :

## 1. Strategi

Strategi merupakan aktivitas atau kegiatan dari seseorang atau suatu kelompok dengan berlandaskan perhitungan-perhitungan taktik atau cara tertentu guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana pengasuh dan pengelola dari akun Majelis As-Shofa Banjarmasin mengelola media sosial sebagai sarana mengembangkan dakwah efektif dan inovatif di era globalisasi.

## 2. Pengelolaan

Pengelolaan merupakan suatu kegiatan pemanfaatan atau pengendalian atas semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapai atau pun menyelesaikan tujuan tertentu. Jadi yang dimaksud pengelolaan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengasuh dan tim pengelola akun Majelis As-Shofa Banjarmasin melakukan pemanfaatan terhadap media sosial yang digunakan dalam menunjang pengembangan dakwah.

## 3. Media Sosial

Media media sosial atau *social network* merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet. Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akun-akun atau *channel* yang dikelola oleh Majelis As-Shofa, seperti akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

#### 4. Pengembangan Dakwah

Pengembangan merupakan sebuah usaha jangka panjang yang didukung oleh manajemen puncak untuk memperbaiki proses pemecahan masalah dan pembaharuan organisasi. Dakwah menurut Toha Yahya Omar adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.<sup>6</sup> Jadi yang dimaksud pengembangan dakwah dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya dari Majelis As-Shofa Banjarmasin untuk menciptakan dan mewujudkan kegiatan dakwah yang antisipatif, kreatif, dinamis dan relevan dengan menggunakan media sosial.

#### 5. Majelis Taklim

Majelis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perkumpulan atau pertemuan orang banyak, sedangkan taklim adalah pengajaran atau pengajian agama (Islam), yang berarti majelis taklim adalah (tempat) perkumpulan orang-orang yang ingin mendalami ajaran agama islam. Majelis taklim yang dimaksud di sini adalah Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin yang beralamat di jalan Pemurus Dalam Banjarmasin.

---

<sup>6</sup> Prof.Dr.Moh.Ali Aziz, M.Ag, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2009) h.13

## F. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, salah satu langkah awal yang penulis lakukan adalah mencari dan menelaah hasil penelitian terdahulu yang mempunyai judul, subjek atau objek penelitian yang hamper sama dengan penelitian yang akan penulis susun. Berdasarkan pengamatan penulis, pada *repository* atau *digilib* beberapa kampus UIN dan IAIN yang ada di Indonesia, penulis menemukan beberapa penelitian yang hampir sama, diantaranya :

*Pertama*, skripsi berjudul *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah studi pada akun @fuadbakh* oleh Anwar Sidiq mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Pada penelitian ini Anwar membahas tentang pemanfaatan instagram sebagai media dakwah yang dilakukan oleh akun @fuadbakh dengan pada materi yang digunakan oleh akun @fuadbakh. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah membahas tentang penggunaan media sosial instagram sebagai media dakwah, namun penelitian peneliti lebih menekankan pada pengelolaan yang dilakukan oleh pengelola akun media sosial Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shoofa Banjarmasin.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Anwar Sidiq “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah studi pada akun @fuadbakh” (Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2017).h.ii

*Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Putri Arina Magdalisa, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2018 dengan judul *Metode Penyebaran Informasi Aktivitas Dakwah Melalui Media Sosial di Masjid Hasanuddin Madjedi Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin*.

Pada penelitian Putri ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek penelitiannya adalah ketua bidang ta'mir dan admin yang terlibat pada penyebaran aktivitas di Mesjid Hasanuddin Madjedi. Pada penelitian ini Putri meneliti tentang metode dalam aktivitas penyebaran informasi yang dilakukan oleh admin masjid dengan menggunakan teori difusi inovasi. Dari penelitian Putri ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti, yakni membahas tentang penggunaan media sosial sebagai wadah menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat..<sup>8</sup>

*Ketiga*, Skripsi berjudul *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube* oleh Yogi Ridho Firdaus mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Salatiga. Pada penelitian ini, Firdaus membahas tentang penerapan dakwah melalui konten video ceramah di media youtube oleh mahasiswa KPI IAIN Salatiga dan kekurangan serta kelebihan penggunaan youtube sebagai media dakwah. Firdaus menggunakan *Hypodemic Needle Theory* dalam penelitian

---

<sup>8</sup> Putri Arina Magdalisa, "Metode Penyebaran Informasi Aktivitas Dakwah Melalui Media Sosial di Masjid Hasanuddin Madjedi Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin" (Skripsi diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin, 2018).h.v

ini. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yakni membahas tentang penggunaan youtube sebagai media dakwah.<sup>9</sup>

## **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan

BAB II : Dalam bab ini menjelaskan mengenai pembahasan teori

BAB III : Dalam bab ini tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : Gambaran umum Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin mencakup sejarah dan perkembangan, logo, susunan kepengurusan dan pengelolaan media sosial serta strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa dalam pengembangan dakwah.

BAB V : Penutup yang berisi saran dan kesimpulan.

---

<sup>9</sup> Yogi Ridho Firdaus, "Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube"(Skripsi diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Salatiga, Salatiga :2018) h.ix