

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin**

Didirikannya Majelis As-Shofa Banjarmasin ini pada awalnya didasari oleh permintaan dari masyarakat sekitar tempat tinggal Ustadz H. Ilham Humaidi yang menginginkan agar didirikannya majelis yang sifatnya menetap. Di mana pada masa itu, Ustadz H. Ilham Humaidi masih mengisi ceramah di sekitaran kampung dari rumah ke rumah. Kemudian karena adanya permintaan yang cukup banyak dari warga sekitar, Ustadz H. Ilham Humaidi pun bermusyawarah kepada orang tua dan keluarga mengenai rencana tersebut, yang mana akhirnya beliau mendapatkan izin untuk mendirikan majelis yang menetap di rumah sendiri.

Rencana ini disusul dengan tanggapan positif dan restu dari ketua Rukun Tetangga (RT) dan tokoh masyarakat sekitar. Atas restu ketua RT, tokoh masyarakat dan juga guru besar beliau, yakni Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz, maka pada tanggal 2 Januari 2012 didirikanlah sebuah majelis yang diadakan secara rutin dalam satu minggu sekali pada setiap senin malam,

yang kemudian diberi nama dengan Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.

Sejarah dari pemberian nama *As-Shofa* merupakan atas saran dari Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz pimpinan Pondok Pesantren Darul Mustafa Tarim Hadramaut Yaman. Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz merupakan guru panutan bagi Ustadz H.Ilham Humaidi dalam berkonsultasi tentang perkara apapun yang sulit untuk dipecahkan.

Menurut Ustadz H.Ilham Humaidi, nama *As-Shofa* memiliki makna bersih atau suci yang mengandung harapan agar setiap orang yang datang ke majelis dibersihkan dosa, hati dan jiwanya oleh Allah SWT, terutama hati mereka yang datang agar terbebas dari segala macam penyakit hati yang menyebabkan kotorinya hati dan lama –kelamaan akan membuat hati menjadi keras. Dan juga merupakan sebuah isyarat dari Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz bahwa majelis ini agar bersih dan suci dari berbagai macam kepentingan politik.

Awalnya jamaah yang hadir pada majelis ini hanya berkisar puluhan orang dan dilaksanakan di dalam rumah Ustadz H.Ilham Humaidi, di Jalan Setia RT.38 No.11 Kelurahan Pemurus Dalam Kecamatan Banjarmasin Selatan. Kemudian lambat-laun berpindah ke halaman rumah yang lebih luas agar bisa menampung jamaah yang jumlahnya semakin banyak. Hingga badan jalan menuju arah

majelis pun dipadati oleh jamaah yang hadir, baik laki-laki maupun perempuan yang terdiri dari anak-anak, remaja bahkan orang yang sudah sepuh.

Proses pembelajaran pada Majelis As-Shofa Banjarmasin dibuka dengan pembacaan surah Yasin yang dilanjutkan dengan pembacaan *Maulid Adh Dhiya Ullami* karangan Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz disertai dengan lantunan syair-syair pujian kepada Nabi Muhammad SAW oleh kelompok Habsy As-shofa Group. Kemudian dilanjutkan dengan pembacaan tahlil dan do'a haul , setelah itu barulah diisi dengan pembelajaran yang dipimpin langsung oleh Ustadz H.Ilham Humaidi, dan diakhiri dengan pembacaan do'a khatam majelis.

Adapun materi yang diajarkan pada majelis mencakup tentang segala hukum di dalam agama Islam yang berpatokan pada beberapa kitab, diantaranya kitab *Nashoihuddinia* karya Syekh Abdullah Alwi Al-Haddad, *Muroqotil Ubudiyah* karangan Syekh Muhammad Nawawi Al Bantani Al Jawi, dan kitab *Bidayatul Hidayah* karangan Imam Muhammad bin Muhammad bin Muhammad Al Ghazali dan masih banyak kitab yang digunakan, yang kadang juga diselingi dengan pembahasan dari permasalahan yang menyesuaikan dengan kondisi saat itu.

Diawal didirikannya, Majelis As-Shofa Banjarmasin selain aktif mengadakan kajian mingguan rutin yang menetap, juga aktif melaksanakan aktivitas dakwah keliling yang diberi nama *khurujud da'wah*. Sesuai dengan

namanya, aktivitas dakwah ini dilakukan di lingkungan luar dengan mendatangi masjid-masjid yang berbeda setiap minggunya, seperti di daerah Gudang Hiran, Handil Barabai, Alalak dan daerah sekitaran Banjarmasin. Aktivitas ini dilaksanakan rutin setiap satu minggu sekali atau pada setiap Sabtu malam dan berjalan hampir satu tahun pada tahun 2013 tanpa meminta pungutan kepada masjid atau tempat yang didatangi. Namun seiring berjalannya waktu, karena belum maksimal pelaksanaannya maka *khurujud da'wah* ini tidak lagi dilakukan.

Guna menunjang pelaksanaan dakwahnya, Majelis As-Shofa Banjarmasin tidak hanya sekadar aktif melakukan dakwah melalui mimbar, tetapi kini mulai menggunakan media sosial sebagai media penunjang dakwahnya. Sejak awal penggunaannya, instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissashofabanjarmasin dan dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa mengalami berbagai fase. Seperti akun instagram @majelissashofa yang mengalami mati suri setelah dibuat pada tahun 2013 dan aktif kembali pada 2017, dan *channel* youtube majelissashofabanjarmasin yang memiliki dua channel resmi dan salah satu diantaranya sudah tidak digunakan lagi.

Berangkat dari tim yang tidak terlalu memiliki pengetahuan mendalam tentang dunia media, Majelis As-Shofa Banjarmasin merintis penggunaan media sosial dari nol. Sampai saat ini, pengelola terus menggalakkan upaya kreatif agar dakwah online yang dilakukan dapat terus berkembang dengan menyajikan konten-konten kreatif dan inspiratif. Sampai saat ini juga di akun instagram

@majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa masih terus konsisten dengan melakukan aktivitas *live streaming* saat kajian rutin dari Ustadz H.Ilham Humaidi berlangsung di majelis.

Ustadz H.Ilham Humaidi sendiri merupakan pengasuh sekaligus pendiri Majelis As-Shofa Banjarmasin. Beliau dilahirkan di kota Banjarmasin pada Jum'at 16 Sya'ban 1409 Hijriah atau bertepatan pada tanggal 24 Maret 1989 Masehi dari pasangan H.Suriansyah dan Hj.Wardiah. Beliau mempunyai seorang istri yang bernama Hj.Nina Maulida dan dari perkawinan tersebut dikaruniai tiga orang putera yang diberi nama Muhammad Musthofa dan Abu Bakar dan Umar.

Sebagai anak ke 2 dari 4 bersaudara, Ustadz H.Ilham Humaidi memiliki sifat yang lemah lembut dan penyayang kepada orang-orang yang ada disekitar. Selain itu beliau juga memiliki sifat homuris yang menjadikan jamaah majelis tetap ramai dan tidak mengantuk meskipun kajian majelis dilangsungkan saat malam hari. Kata-kata yang beliau ucapkan tersusun dengan rapi sehingga jamaah yang mendengar dapat dengan mudah mencerna apa yang disampaikan Ustadz H.Ilham Humaidi.

Adapun pendidikan yang pernah ditempuh oleh Ustadz H.Ilham Humaidi di lembaga pendidikan non formal yakni di TK Ranu Pemurus Dalam, MIN Pemurus Dalam, Pondok Pesantren Al-Falah Putera Landasan Ulin Banjarbaru

selama 6 tahun dan kemudian melanjutkan ke negeri seribu wali pada tahun 2006. Awalnya beliau bersekolah di cabang Darul Musthofa sampai pada akhirnya di Pondok Pesantren Darul Musthofa Hadramaut, Yaman, yang dipimpin oleh Habib Umar bin Muhammad bin Salim bin Hafidz. Dan kembali ke tanah air pada bulan Rajab 1432 atau Juni 2011. Dilihat dari riwayat pendidikan ini, sangat terlihat kalau kehidupan Ustadz H.Ilham Humaidi terutama dalam bidang pendidikan selalu tertuju kepada lembaga pendidikan yang berbasis agama Islam.

Ustadz H.Ilham Humaidi hingga sekarang juga aktif menjadi pengajar di Pondok Pesantren Al-Falah Banjarbaru dan aktif mengisi pengajian rutin di beberapa tempat, yakni di Masjid Baiturrahmah Anjir Muara, Masjid Jami' Pemurus, Masjid Bun Yamin Residence, Masjid Ar-Rufaqa Al-Husna, Masjid Al-Ikhlas dan Masjid At-Taqwa KM 4,5.

## 2. Logo Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin



**Gambar 4.1** Logo Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin yang lama



**Gambar 4.2** Logo Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin yang baru diperbaharui pada 2017.

### 3. Fasilitas Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin

Untuk lebih jelasnya apa saja fasilitas yang terdapat pada Majelis As-Shofa Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut, yang penulis dapatkan dari dokumen milik Majelis As-Shofa Banjarmasin. Adapun fasilitasnya adalah sebagai berikut :

Tabel : 4.1. Inventaris Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin

No.	Fasilitas	Keterangan
1.	Panggung	1 buah
2.	Meja untuk ceramah	1 buah
3.	Kipas Angin	7 buah
4.	Televisi	1 buah

5.	Meja kecil untuk penyair	7 buah
6.	Terpal	10 buah
7.	Karpet	15 buah
8.	<i>Microphone</i>	8 buah
9.	Ampifer	2 buah
10.	Mixer	1 buah
11.	Laptop	2 buah
12.	LCD	2 buah
13.	Speaker	7 buah
14.	Kitab <i>Maulid Adh Dhiya Ullami</i>	20 buah
15.	Handycam	2 buah
16.	Kamera Canon	1 Buah

#### 4. Struktur Pengurus Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin

<b>Penanggung Jawab</b>	: Ustadz H.Ilham Humaidi
<b>Ketua</b>	: H.Murni (Alm)
<b>Sekretaris</b>	: Sugiannor
<b>Bendahara</b>	: H.Suriansyah
<b>Hubungan Masyarakat</b>	: Safwan Hadi Muhammad Rizaldi Mustari Haq

**Seksi Perlengkapan**

Ketua	: Ghazali
Anggota	: Ariyadi Muammar Supiannor

**Seksi Keamanan**

Ketua	: M.Effendi
Anggota	: Abdul Hadi Muhammad

**Seksi Dokumentasi**

Ketua	: M.Fahrurrazi
Anggota	: Halim Naufal Ayatullah Muntajir Arga Wahyudi

**Seksi Sound System**

Ketua	: Makmur
Anggota	: Saipul Irsyad

**B. Penyajian Data****1. Pengelolaan Media Sosial di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin dalam Mengembangkan Dakwah**

Setelah peneliti melakukan penelitian di Majelis As-Shofa Banjarmasin, secara umum dapat diketahui kegiatan yang dilakukan dalam mengembangkan dakwah Islam, yakni dengan memanfaatkan beberapa media sosial yang sesuai dengan karakteristik publik masa kini. Menurut Ustadz H. Ilham Humaidi,

pemanfaatan media sosial ini bertujuan untuk mengimbangi pengaruh-pengaruh media sosial yang cenderung ke arah negatif, terutama bagi generasi muda saat ini yang cenderung melek teknologi. Selain itu juga agar dakwah yang dijalankan dapat lebih efektif untuk merangkul masyarakat dari berbagai kalangan agar turut mempelajari dan mendalami ilmu-ilmu tentang Islam. Disamping itu aktivitas ini harus terus dilakukan guna menjaga kekompakan dalam menyebarkan kebaikan dan saling menjadi pribadi yang bermanfaat satu sama lain.

Berdasarkan wawancara dengan Ustadz Halim Naufal sebagai pengurus, penggunaan Media sosial oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin ini merupakan sebuah cara untuk mengajak dan memudahkan para jamaah untuk memilih jenis media yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Seluruh kegiatan yang dilakukan Majelis As-Shofa dipublikasikan melalui media sosial resmi akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

Akun-akun ini dikelola dengan sajian konten-konten yang menarik dengan menggunakan fitur yang terdapat dalam masing-masing media sosial, dan saat kajian majelis berlangsung dapat disaksikan melalui *live streaming* via media sosial. Hal ini dilakukan supaya jamaah yang berhalangan hadir tetap dapat terus menyimak kajian majelis. Hingga saat sekarang ini, akun-akun tersebut terus memiliki pengikut yang semakin bertambah.

Setiap akun dipegang dan dikelola oleh orang-orang yang sebelumnya telah diberikan amanah, dan setiap pengelola akun memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing dalam proses pembuatan konten hingga tahap pengunggahan, namun tetap berada dalam pantauan dari Ustadz H.Ilham Humaidi. Sedangkan yang bertugas untuk melakukan pengumpulan dan pengeditan konten adalah dari Seksi Dokumentasi atau kadang dilakukan langsung oleh Ustadz H.Ilham Humaidi.

Berdasarkan wawancara dengan pengasuh dan pengurus, berikut ini merupakan akun media sosial yang dikelola oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dan masih aktif hingga sekarang, yakni :

**a. Instagram**

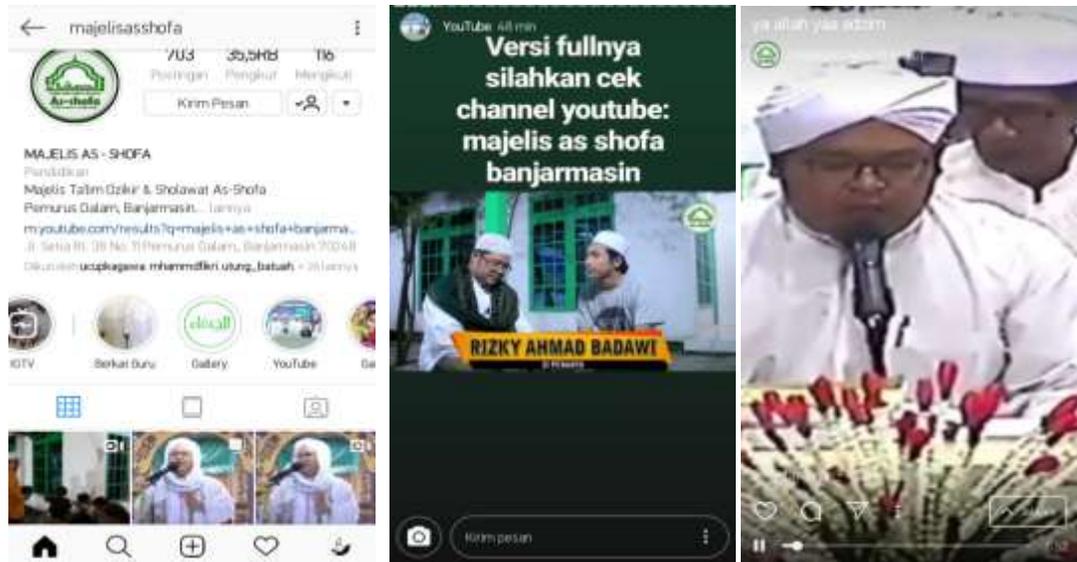
Akun instagram @majelissashofa merupakan akun media sosial yang digunakan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin yang dibuat pada tahun 2013 dan hingga sampai saat ini telah memiliki 703 kiriman, 35,5 ribu pengikut dan mengikuti 116 akun. Pada saat awal digunakan akun instagram @majelissashofa jarang aktif melakukan postingan konten dakwah. Ketidakaktifan yang terjadi dalam kurun waktu beberapa tahun ini menurut Ustadz Halim Naufal diakibatkan dari pengurus majelis yang masih belum fokus untuk mengelola konten dakwah di akun instagram @majelissashofa.

Hingga kemudian akun instagram @majelisasshofa mulai aktif dan kembali dimanfaatkan dan dikelola sejak awal 2017, karena pihak pengurus mulai menyadari akan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat dan perlu dimanfaatkan secara bijak serta sangat membantu dalam penyebaran dakwah. Hal ini kemudian disusul dengan pimpinan Majelis Asshofa Banjarmasin yakni Ustadz H. Ilham Humaidi yang menyetujui untuk kembali menggunakan instagram sebagai bagian dari dakwah. Adapun yang bertugas untuk memegang dan mengelola akun instagram @majelisasshofa yakni Ustadz H. Ilham Humaidi, Ustadz Halim Naufal, Ustadz Fahrurrazi dan Ustadz Arga Wahyudi.

Di dalam akun instagram @majelisasshofa terdapat berbagai konten-konten dakwah yang dikemas secara kreatif oleh pengelola media sosial, yakni oleh Ustadz Fahrurrazi sebagai Seksi Dokumentasi. Konten dakwah dalam akun instagram @majelisasshofa berisi potongan-potongan ceramah Ustadz H. Ilham Humaidi saat pelaksanaan kajian majelis secara langsung. Potongan ceramah ini berdurasi satu menit per video. Selain itu, juga terdapat video-video dakwah yang dibuat oleh Seksi Dokumentasi dalam bentuk ilustrasi tanya jawab atau perbincangan ringan yang diperankan oleh jamaah dan Ustadz H. Ilham Humaidi.

Pengelola akun instagram @majelisasshofa juga menambahkan berbagai poster dakwah yang berisi kata-kata mutiara dari ceramah Ustadz

H. Ilham Humaidi atau beberapa dari ustadz kenamaan. Di dalam postingan akun instagram @majelisasshofa juga terdapat foto-foto dokumentasi saat kegiatan majelis dilangsungkan yang dibidik oleh Ustadz Fahrurrazi.



**Gambar 4.3**

Tampilan pada biodata profil, insta story dan tampilan saat *live streaming* di instagram @majelisasshofa

#### a. Youtube

Majelis As-Shofa Banjarmasin aktif menggunakan media sosial youtube sejak tahun 2016 di *channel* majelisas-shofabanjarmasin yang menggunakan logo Majelis As-Shofa Banjarmasin yang terdahulu.

Kemudian *channel* tersebut tidak pernah digunakan lagi hingga sekarang, hal ini karena si pengelola dari akun terdahulu sudah tidak ingat lagi dengan *password channel* tersebut. Namun, pada tahun 2017 para pengurus Majelis As-Shofa Banjarmasin kembali memutuskan untuk membuat *channel* youtube baru dengan nama majelisas-shofabanjarmasin. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ustadz H.Ilham Humaidi, yakni:

Kita ambil cara yang sesuai dengan zaman *millenials* ini, yakni dengan berbaur melalui media sosial, agar jangkauan dakwah tidak hanya sekedar di sini tetapi bisa menyebar luas khususnya kepada pemuda pemudi. Dan kru (pengelola) yang membantu dalam mengelola media sosial, mereka juga mendapatkan pahala dakwah. Karena dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan materi (pesan) tetapi juga setiap yang membantu kemudahan dakwah Rasulullah SAW, maka mereka pun adalah da'i.<sup>1</sup>

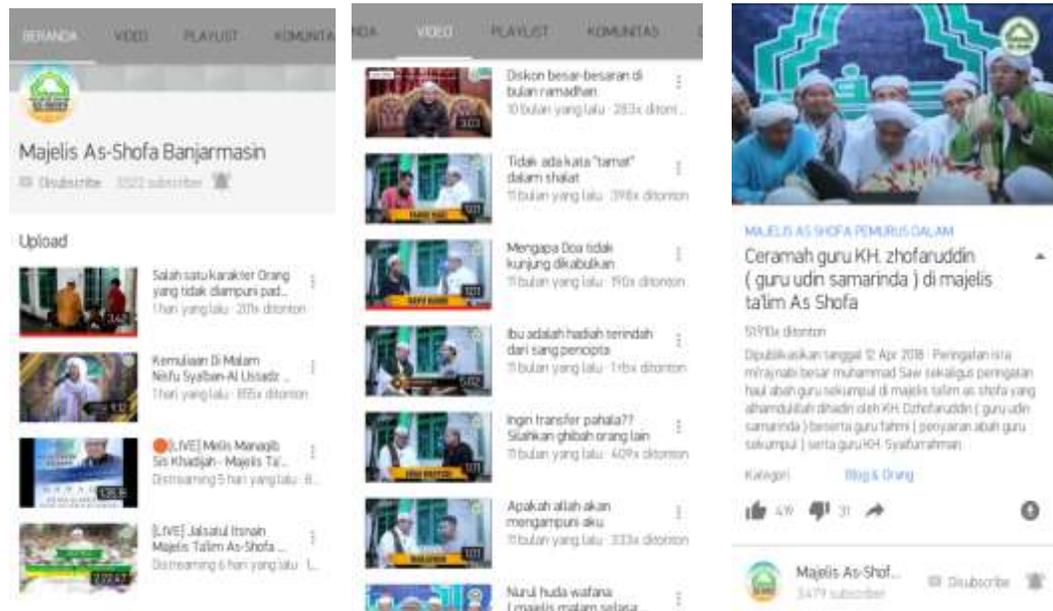
Sampai saat ini, *channel* youtube kedua yang dikelola Majelis As-Shofa telah memiliki 3.661 subscriber dan 261.051 kali penayangan sejak dibuat pada 22 Januari 2017. Adapun yang menjadi pengelola *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin yakni Ustadz Halim Naufal dan Ustadz Fahrurrazi.

Video-video yang diunggah di *channel* ini merupakan video kegiatan dari kajian-kajian mingguan, ceramah singkat, aktivitas dakwah, video pembacaan syair dan video *short story* yang memiliki tema yang beragam.

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Ustadz H.Ilham Humaidi, Pengasuh Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, 12 April 2019

Video-video ini dirancang dengan tampilan yang beragam dan agar mudah dipahami dengan diberikan teks atau keterangan pada setiap video.



**Gambar 4.4**

Tampilan pada channel youtube majelisas-shofabanjarmasin

#### b. *Fanpage* Facebook

Media sosial facebook sudah digunakan Majelis As-Shofa Banjarmasin sejak awal 2017 dan telah memiliki 3.663 yang mengikuti di *fanpage* facebook majelista'limasshofa. *Fanpage* facebook majelista'limasshofa jika dibandingkan dengan akun instagram dan *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin merupakan akun yang memiliki peminat terbanyak saat berlangsungnya *live streaming*. Rata-rata jumlah tayang video pada *fanpage* facebook majelista'limasshofa mencapai angka 3000 hingga

6000 ribu kali tayang pada setiap videonya dan mencapai ratusan kali dibagikan.

Pernah kita coba memposting konten-konten di facebook, tetapi jarang ada yang merespon dengan konten tersebut, tidak seentusias di instagram. Mungkin karena tampilan facebook yang kurang menarik dan kadang saat memutar video bisa tersendat dan kualitas videonya tidak terlalu bagus. Bahkan dulu sempat ada kepikiran untuk tidak menggunakan facebook. Tetap tidak jadi, karena kalau dilihat saat *live streaming*, kita akui di facebook lebih banyak memiliki peminat dibandingkan di Instagram dan youtube. Bisa mencapai 3000 kali penayangan pada setiap videonya, bahkan mencapai 6000 kali tayang.<sup>2</sup>

*Fanpage* facebook yang dapat berbagi berbagai banyak jenis foto, video dan teks tanpa ada batasan durasi maupun panjang teks yang dimuat. Pada *fanpage* facebook majelista'limasshofa konten yang diunggah kebanyakan dalam bentuk video *live streaming* dan beberapa video pendek lainnya.

Aktivitas *live streaming* pada youtube dan facebook lebih kita utamakan dibandingkan dengan instagram. Ini karena karakteristik dari youtube dan facebook yang dapat menyimpan hasil video *live streaming* secara permanen, sedangkan di instagram hasil video *live streaming*-nya hanya dapat tersimpan dalam waktu 24 jam. Jadi pahalanya akan tetap terus mengalir karena sifat video yang dapat ditonton secara berulang-ulang.<sup>3</sup>

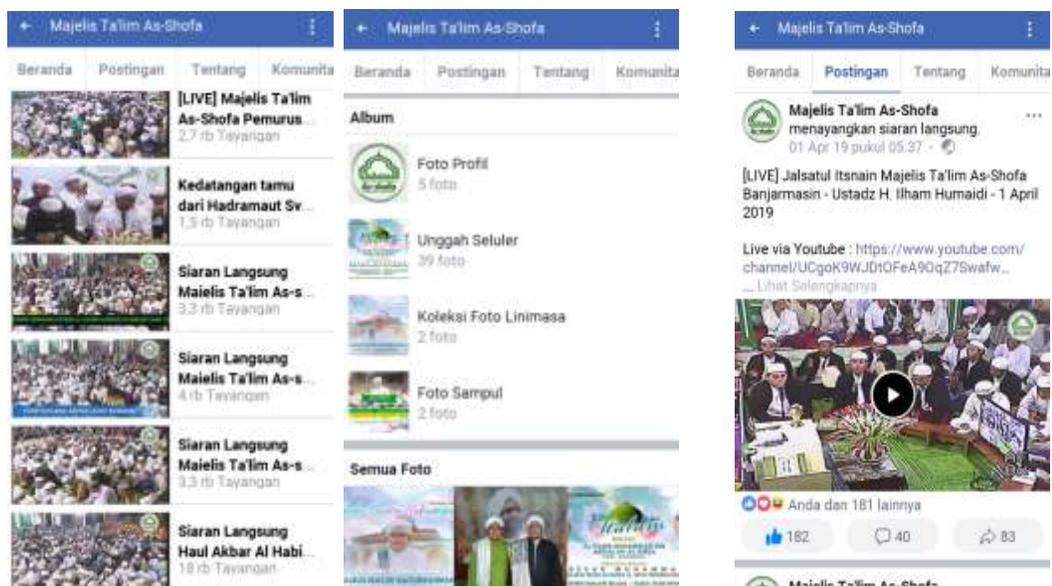
Setiap postingan yang diunggah diberikan caption *link* atau tautan untuk memudahkan followers menuju ke akun instagram @majelisasshofa

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Ustadz Halim Naufal, Pengurus Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin 4 April 2019

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ustadz Safwan Hadi, Tim *Live Streaming* akun Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, via WhatsApps 4 Mei 2019

dan *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin. Ketika followers menekan tautan yang tersedia ini maka mereka akan tersambung secara otomatis ke alamat akun yang disediakan. Adapun yang bertugas mengunggah dan mengelola akun *fanpage* facebook majelista'limasshofa adalah Ustadz Ayatullah Muntajir, Ustadz Halim Naufal dan Ustadz Fahrurrazi.



**Gambar 4.5**

Tampilan pada akun *fanpage* facebook majelista'limasshofa

## **2. Strategi Pengelolaan Media Sosial di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin dalam Pengembangan Dakwah**

Fenomena kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini menjadikan para pengurus Majelis As-Shofa Banjarmasin terus gencar berinovasi dalam mengembangkan dakwah dengan memanfaatkan *platform* atau media sosial untuk menjadi salah satu sarana mengkomunikasikan dakwah. Dalam berdakwah, strategi juga merupakan hal yang sangat penting dalam menghasilkan dakwah yang efektif dan efisien.

Dakwah yang efektif akan memiliki pengaruh yang bersifat sosial, yaitu terciptanya kehidupan masyarakat yang Islami serta mampu berperan aktif dalam syiar Islam dengan berlandaskan al Qur'an dan al-Hadits. Sehingga dengan adanya strategi dakwah dapat dijadikan acuan tentang dakwah yang telah dilakukan, agar proses penyampaian dakwah dapat berjalan dengan baik.

Bahkan Rasulullah SAW pun menggunakan strategi dalam pelaksanaan dakwahnya. Seperti halnya juga yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam menjalankan dakwahnya di tengah arus informasi di era ini, Majelis As-Shofa berusaha menyajikan nilai-nilai Islam yang dibutuhkan oleh masyarakat. Konten-konten dakwah yang dibuat oleh Majelis As-Shofa biasanya menyesuaikan dengan karakteristik media sosial yang digunakan.

Dalam penelitian ini, guna mengetahui strategi dakwah yang digunakan oleh Majelis As-Shofa agar bisa menjangkau berbagai strata masyarakat dan

bertahan di arus media sosial untuk mengembangkan dakwah Islam, peneliti menggunakan konsep dari Fred R. David tentang tahapan-tahapan strategi, yakni :

**a. Tahap Perencanaan Strategi Pengelolaan Media Sosial Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadz H. Ilham Humaidi, sebelum tahap perencanaan, awalnya Majelis As-Shofa Banjarmasin menentukan dan melakukan analisis terhadap permasalahan, peluang dan tantangan penggunaan media sosial sebagai bagian media dakwah. Media sosial yang dipilih disesuaikan dengan karakteristik dan budaya publik pada masa kini. Adapun tujuan utama dibuatnya media sosial ini untuk lebih aktif mengembangkan dakwah Islam dengan menjadi perpanjangan tangan da'i atau *muballigh* untuk menyampaikan dakwah dan sebagai penyambung lidah kajian-kajian dari Ustadz H. Ilham Humaidi.

Sasaran dakwah yang ditargetkan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin secara umum ditujukan untuk berbagai golongan dan usia. Namun dakwah pada akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa ini sasarannya lebih dikhususkan kepada generasi muda yang mayoritas menggunakan media sosial dalam kesehariannya.

Secara umum, proses perencanaan ketiga akun ini mencakup menentukan konten, sasaran dakwah, materi konten, pengumpulan data atau

materi, pembuatan atau editing konten dan pengunggahan hingga memberikan *feedback* kepada *followers*.

Proses perencanaan konten akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa diawali dengan mengumpulkan data tentang karakteristik dan fitur-fitur yang terdapat di masing-masing media sosial yang digunakan. Menurut Ustadz Halim Naufal hal ini bertujuan untuk mengetahui dan menentukan kebutuhan, keinginan dan ekspektasi dari khalayak sasaran. Konten-konten ini direncanakan disesuaikan dengan fitur yang terdapat di media sosial yang digunakan, dengan begitu memudahkan *followers* mencari dan melihat konten yang digemarinya. Seperti dengan membuat video pendek, poster-poster dan lainnya. Dengan begitu pengelola dapat menentukan materi konten apa saja yang sekiranya diperlukan atau dibutuhkan dan dapat diterima oleh jamaah Majelis As-Shofa Banjarmasin atau pun pengikut akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

Materi pesan yang akan diangkat oleh pengelola biasanya dengan memperhatikan permasalahan atau pembahasan yang tengah menjadi *tranding topic* di masyarakat dengan mempertimbangkan siapa dan bagaimana kondisi sasaran. Isi pesan yang sama mungkin harus berbeda struktur penyampaiannya jika ingin disampaikan pada sasaran yang berbeda.

Pada proses ini pengelola bersama pengasuh majelis mendiskusikan tema atau pembahasan yang akan dijadikan materi konten.

Proses pengumpulan data atau materi konten akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa diawali dengan mengumpulkan foto atau video yang berasal dari Seksi Dokumentasi yang juga informan penulis, yakni Ustadz Fahrurrazi. Setelah semua data terkumpul, kemudian data-data tersebut dibuat dan dikreasikan sesuai dengan kebutuhan konten yang telah direncanakan oleh pengelola.

Proses perencanaan pembuatan konten biasanya dilakukan oleh Ustadz Fahrurrazi yang juga dibantu oleh Ustadz Halim Naufal. Menurut wawancara yang penulis lakukan, pengelola membuat poster dakwah, poster pengumuman dan video-video dakwah, dengan menggunakan foto atau video yang memiliki kualitas *High Devenition* (HD) ,warna-warna dan font huruf yang sederhana dan nyaman dilihat serta penggunaan *subtitle* teks pada video. Dalam proses editing ini, biasanya Ustadz Fahrurrazi menggunakan aplikasi Photoshop, Corel Draw, Filmora dan Kine Master.<sup>4</sup>

Sebelum mengunggah sebuah konten, pengelola mengecek agar isi pesan dalam konten yang disampaikan harus sesuai dengan yang telah

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ustadz Fahrurrazi, Ketua Seksi Dokumentasi Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, 4 April 2019

direncanakan sebelumnya. Untuk mendukung pesan yang terdapat dalam foto atau video, pengelola menambahkan informasi melalui penulisan *caption*. *Caption* yang dituliskan disampaikan dengan bahasa yang jelas, sopan, berisi pesan yang informatif dan bersifat persuasif atau menyampaikan ajakan kepada *followers* di akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

Penyebaran dakwah dengan penggunaan teknologi komunikasi terus dilakukan oleh pengelola. Selain penyajian konten dakwah, akun-akun media sosial juga rutin melakukan aktivitas *live streaming* pada setiap kajian majelis berlangsung. Fitur *live streaming* yang terdapat di semua media sosial yang digunakan Majelis As-Shofa menjadikan jamaah yang tidak bisa hadir langsung di pengajian dapat menyaksikan pengajian secara online melalui *smartphone* yang dimilikinya.

Secara keseluruhan pada tahap perencanaan strategi ini pengelola melakukan identifikasi media dan mad'u, menentukan konten, penetapan dan pengembangan materi pesan, pembuatan keterangan atau *caption* dan menentukan taktik dakwah yang digunakan.

## **b. Tahap Implementasi Strategi Pengelolaan Media Sosial Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin**

Di tahapan implementasi, pengelola menerapkan strategi yang telah dirumuskan agar tujuan pengelolaan media sosial sebagai pengembangan dakwah dapat tercapai secara efektif dan efisien. Agar dakwah dapat terus bertahan di arus media sosial yang beragam, pengelola menerapkan ciri-ciri khas yang dimiliki akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa sashofa agar menjadi daya tarik yang diharapkan terus menarik minat *followers* untuk tetap menerima pengetahuan tentang agama Islam.

### **1) Fokus Pada Konten-konten Dakwah Islam**

Salah satu yang menjadi ciri khas pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa dalam mengelola media sosial adalah pengelola fokus pada penyajian konten-konten bermuatan dakwah yang bersumber dari kajian mingguan Majelis As-Shofa Banjarmasin. Adapun konten dakwah yang menjadi ciri khas dari akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa yakni berupa:

## a) Poster Dakwah

Majelis As-Shofa Banjarmasin membuat poster yang bermuatan dakwah dengan desain yang menarik. Poster ini biasanya berisi tulisan atau amalan-amalan yang mengutip dari Al Quran, Al-Hadits atau pun kata-kata mutiara dari Ustadz H. Ilham Humaidi dan juga para ulama. Sejak awal dibuat, poster-poster dakwah ini mengalami berbagai perkembangan format dan warna, namun tetap dengan esensi yang sama.



Gambar 4.6

Contoh poster dakwah

## b) Poster Pengumuman Kajian

Salah satu cara yang dilakukan agar aktivitas dakwah yang dilaksanakan secara langsung dapat tersebar secara luas, Majelis As-Shofa Banjarmasin menggunakan poster-poster elektronik yang berisi pengumuman tentang kajian atau *event* yang akan dilaksanakan. Poster-poster ini oleh pengelola dibagikan secara publik melalui media sosial resmi Majelis As-Shofa Banjarmasin. Sehingga membuat jangkauan penyebaran dakwah dapat meluas, disamping hal ini merupakan cara agar mengurangi pengeluaran dana akibat pembuatan spanduk atau poster cetak.



**Gambar 4.7**

Gambar informasi jadwal kajian setiap senin malam dan selasa sore dua kali seminggu

c) Foto dan Video Dokumentasi Aktivitas Dakwah

Foto dan video yang diunggah di akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa merupakan hasil rekaman dari Seksi Dokumentasi yang bertugas saat kajian berlangsung. Setiap aktivitas yang dilakukan Majelis As-Shofa Banjarmasin saat kajian berlangsung maupun saat Ustadz H.Ilham Humaidi sedang mengisi ceramah ke daerah lain selalu didokumentasikan, baik menggunakan kamera atau pun kamera *handphone* biasa.

Video dan foto dokumentasi tersebut diedit dengan menggunakan aplikasi pembuat video. Agar lebih menarik, beberapa video yang dibuat menggunakan musik nasyid sebagai *backsoundnya*. Seperti video yang diunggah pada 5 April 2019 di akun @majelissashofa yang diberi judul “Dokumentasi Dakwah Pangkalanbun (3 April 2019)” yang telah memiliki 3.491 tayangan.



**Gambar 4.8**

Postingan berupa video dokumentasi aktivitas dakwah di beberapa daerah

d) Video Potongan Ceramah

Salah satu konten yang menjadi daya tarik dakwah melalui media sosial ini yakni potongan ceramah yang diunggah di instagram @majelisasshoha. Video potongan ceramah ini biasanya berdurasi rata-rata satu sampai tiga menit, yang kemudian dibagi menjadi satu menit per video dan diunggah secara sekaligus agar tidak terpisah setiap potongan. Selain itu juga terdapat video ceramah singkat dari Ustadz H. Ilham Humaidi dalam bentuk video singkat yang dibuat seolah penonton sedang berhadapan *face to face*.

Potongan video-video yang dibuat merupakan video dari rekaman saat kajian majelis berlangsung atau dari video yang dibuat

saat Ustadz Ilham Humaidi melaksanakan dakwah di tempat lain. Materi yang dibahas dalam potongan video ini berpatokan pada kitab-kitab yang digunakan dalam kajian, dengan bermacam-macam pembahasan tambahan seperti berkaitan tentang keutamaan, amalan tertentu atau pun cerita tentang para sahabat di zaman Rasulullah SAW.

Biasanya kita selingi dengan pembahasan yang menyesuaikan dengan situasi dan kondisi, seperti contohnya ketika ingin memasuki bulan Rajab, kita menjelaskan tentang bagaimana persiapan orang mukmin ketika memasuki bulan Rajab. Begitu juga dengan bulan Sya'ban, bulan Ramadhan. Kita ceritakan kepada mereka tentang kemuliaan bulan Ramadhan, agar bisa mempersiapkan diri di bulan Ramadhan, begitu pun juga dengan bulan-bulan lainnya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ustadz H. Ilham Humaidi, Pengasuh Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, 12 April 2019



**Gambar 4.9**

Video potongan-potongan ceramah oleh Ustadz H. Ilham Humaidi

e) Video Pendek Dakwah (*Short Story*)

Video dakwah ini merupakan video yang diproduksi oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dengan menggunakan bantuan para pemuda di Majelis As-Shofa sebagai para pemeran dalam video

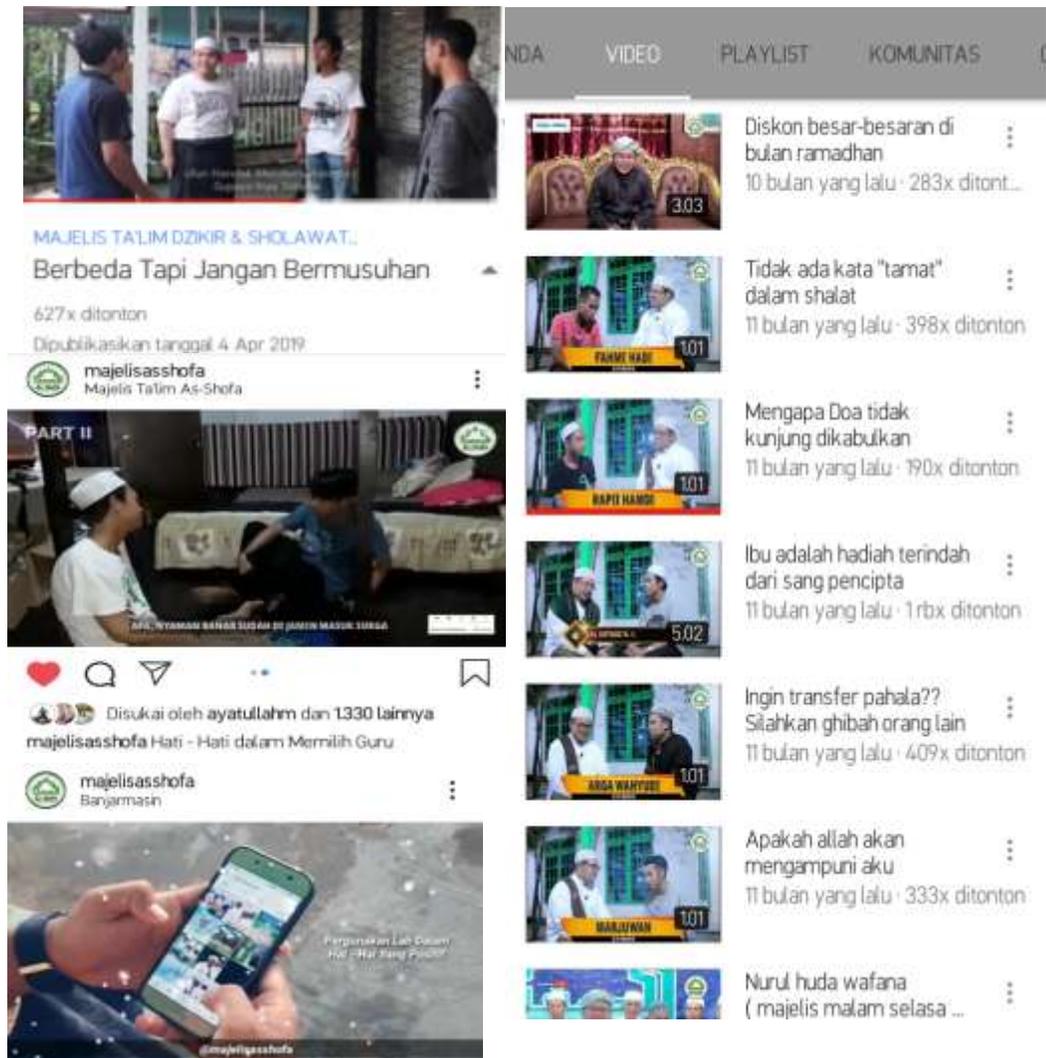
tersebut. Waktu pembuatan short story ini biasanya hanya sekitar satu hari dengan waktu pengeditan sekitar 30 menit sampai 60 menit per video.

Video ini dibuat dengan menggunakan metode bermain peran dengan tanya jawab dengan melibatkan antara pemuda yang berperan sebagai mad'u dan Ustadz H. Ilham Humaidi sebagai da'i. Video dakwah yang diproduksi oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin ini dikonsep menyesuaikan dengan tema atau pembahasan yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat khususnya yang berkaitan dengan pemuda saat ini. Video dakwah yang berdurasi satu sampai lima menit ini dibuat dengan dialog Bahasa Banjar dan disertai teks.

Pembuatan video short story ini terinspirasi dari aktivitas Ustadz H. Ilham Humaidi dan para ikhwan yang berkumpul dan duduk-duduk sambil bersenda gurau dan membahas berbagai hal. Hingga akhirnya tergerak untuk membuat video yang singkat tapi padat, yang disesuaikan dengan kriteria pemuda di akhir zaman. Pada proses *shooting* video ini, pastinya tidak lepas dari yang namanya mengulang kembali adegan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid*, Ustadz H. Ilham Humaidi, 12 April 2019



**Gambar 4.10**

Video *short story* yang diunggah di setiap akun media sosial milik Majelis As-Shofa Banjarmasin

f) Video Rekaman Syair As-Shofa Group

Video rekaman dari pembacaan syair *maulidurrasul* merupakan salah satu yang menjadi ciri yang diproduksi oleh

pengelola. Video ini dibuat dengan menggunakan kolaborasi audio asli dan video ilustrasi lain yang menggambarkan tentang isi syair yang dibawakan serta dilengkapi teks syair pada bagian *caption* video. Selain itu juga terdapat beberapa video asli pembacaan syair yang diunggah tanpa menggunakan video ilustrasi. As-Shofa Group merupakan kelompok habsy yang ada di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.



**Gambar 4.11**

Video rekaman syair yang dibuat oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dan disebarakan melalui media sosial

## 2) Menampilkan Sajian Materi Pesan dari Sisi yang Berbeda

Materi konten yang diangkat di akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa ini berdasarkan dengan data-data yang peneliti temukan, di mana menyesuaikan dengan pembahasan-pembahasan yang sedang populer, atau *event* yang dijalankan oleh Majelis As-Shofa atau pun berkaitan dengan informasi yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti pembahasan tentang akhlak di tengah kemerosotan moral saat ini, masalah jodoh, pembahasan *arba must'mir*, keutamaan bulan Rajab ketika memasuki bulan Rajab, atau keutamaan-keutamaan dan larangan lainnya yang semua temanya telah didiskusikan dengan pimpinan majelis dan pengelola lainnya. Pengelola berusaha untuk menampilkan informasi-informasi yang positif dan dapat memberikan manfaat bagi pengikut akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

## 3) Metode Tabligh

Dalam rangka merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, pengelola berusaha menggunakan beberapa teknik yang inovatif dan

kreatif, seperti yang terdapat dalam beberapa video produksi Majelis As-Shofa. Di mana dalam video-video tersebut, pengelola dan Ustadz H.Ilham Humaidi menerapkan beberapa metode yakni :

**a) Metode Ceramah**

Metode ceramah merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah. Ustadz H.Ilham Humaidi menggunakan metode ini dalam beberapa rekaman video berdurasi pendek. Video tersebut diambil dari potongan video saat berlangsung kajian atau dari video kegiatan ceramah yang dibuat secara spontan.

**b) Metode Bermain Peran**

Metode yang di dalamnya menampakkan perilaku bermain peran oleh beberapa orang. Pada video tersebut, biasanya beberapa orang bertindak sebagai jamaah dengan Ustadz H.Ilham Humaidi bertindak sebagai pendakwah. Penggunaan metode ini bertujuan agar pesan dakwah yang disajikan dapat tersampaikan dengan mudah kepada *followers* akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin.

#### 4) Melakukan *Branding* Pada Da'i

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan *branding* pengasuh sekaligus pengisi kajian di Majelis As-Shofa, yakni Ustadz H. Ilham Humaidi. *Branding* merupakan komunikasi suatu produk, barang atau orang agar dikenal secara luas. *Branding* ini dilakukan pengelola dengan berbagai cara di antaranya adalah mengunggah foto, tulisan dan video yang berisi tentang aktivitas atau sikap dari Ustadz H. Ilham Humaidi yang patut untuk diteladani. Seperti potret saat Ustadz H. Ilham Humaidi tersenyum, bercengkrama dengan para ulama atau dengan jamaah, dan aktivitas lainnya yang menunjukkan ketokohan dari Ustadz H. Ilham Humaidi.



**Gambar 4.12**

*Branding* pada da'i yang dilakukan dengan gambar-gambar Ustadz H. Ilham Humaidi

## 5) Memaksimalkan Penggunaan Fitur-fitur Media Sosial

### a) Tanda Pagar (Tagar) Atau *Hashtag* (#)

Keberadaan fitur *hashtag* pada instagram dan fanpage facebook memberikan manfaat dalam rangka mempromosikan media sosial dengan cara ditambahkan pada *caption* foto, video atau pun teks yang diunggah. Dalam hal ini akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin konsisten menggunakan tagar yang selalu disertakan di bagian *caption* postingan. Tagar digunakan agar postingan yang diunggah dapat dengan mudah ditemukan dengan postingan serupa yang menggunakan tagar sama. Adapun tagar yang selalu ada dalam setiap postingan di akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin yakni :#quotes #islam #muslim #dakwah #tamansyurgapemurus #islam #tamansyurga #kalamulama #kalamullah #ulama #majelisrasulullahsaw #majelis #majelisilmu #majelisrasulullah #habib #habaib #ustadz #dakwahislam #islamic #qolbu #alquran #Allah #rasulullah #rasulullahsaw #katabijak #kataislam #pemurusdalam #banjarmasin #banjar #kalimantanselatan #majelissashofabjm

### **b) *Share* atau Berbagi**

Keberadaan fitur ini memungkinkan para followers akun @majelisasshofa untuk membagikan postingan atau pun tautan konten dari satu media sosial ke media sosial lain. Dengan adanya fitur ini, setiap postingan konten yang menarik dapat *dishare* oleh *followers* sehingga akan semakin banyak yang menonton atau melihat postingan.

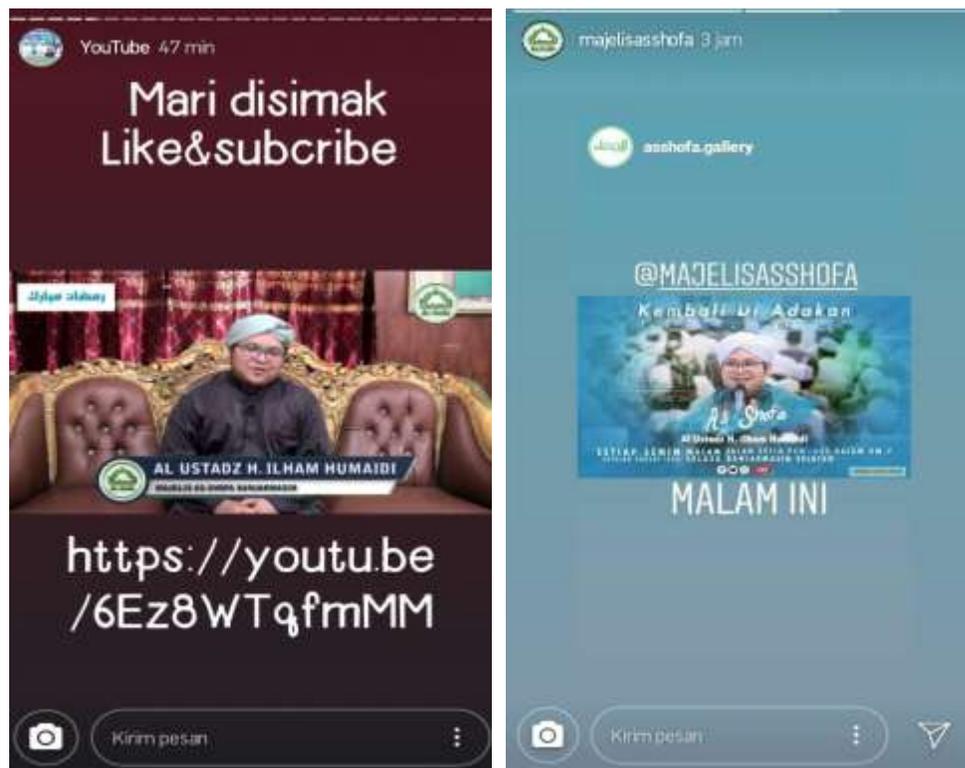
### **c) Pengikut / *Followers*, Suka dan Komentar**

Komunikasi akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dapat terjalin dengan adanya respon atau tanggapan berupa tanda suka atau komentar dari para *followers*. Dengan adanya fitur ini, pengelola bisa berinteraksi dengan pengguna lain, sehingga terjalin komunikasi diantaranya. Keberadaan fitur ini dapat menjadi tolak ukur apakah konten yang diposting di media sosial tersebut diminati *followers* oleh atau tidak.

### **d) Fitur Instagram *Story* (Instastory) pada Instagram**

Untuk memudahkan mempromosikan aktivitas dakwah, pengelola akun instagram @majelisasshofa menggunakan fitur instagram *story* untuk membagikan tautan *Uniform Resource Locator* (URL) video yang terdapat di *channel* youtube

@majelisasshofa yang akan menghilang dalam waktu 24 jam. Selain itu, pengelola akun instagram @majelisasshofa juga kerap melakukan *repost* dari instastory jamaah yang melakukan *tag* atau tanda ke akun @majelisasshofa.



**Gambar 4.13**

Tampilan pada bagian instagram story di akun instagram @majelisasshofa

#### e) *Live Streaming*

*Live streaming* merupakan mengacu pada fitur media sosial yang disiarkan secara langsung dengan bermodalkan internet. Aktivitas *Live streaming* ini rutin dilakukan oleh Majelis As-Shofa

Banjarmasin. Operator yang bertugas diberikan ruangan khusus untuk memegang kelancaran proses *live streaming*. Tim *Live Streaming* diketuai oleh Ustadz Safwan Hadi, dan anggotanya Ustadz Ayatullah Muntajir dan Ustadz Aldi.

Salah satu strategi yang direncanakan oleh Majelis As-Shofa yakni melakukan *live streaming* via akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissas-shofabanjarmasin dan fanpage facebook majelissashofa pada setiap kajian berlangsung. Dengan adanya fitur ini dapat membantu jamaah yang tidak berhadir dengan mengikuti kajian secara online.

Berdasarkan wawancara dengan Ustadz Hadi, proses *live streaming* yang dilakukan Majelis As-Shofa dengan menggunakan aplikasi VMIX yang disambungkan dari kamera zoom HD + rotator ke dua buah laptop yang dikontrol oleh Tim *live streaming*.

Satu laptop digunakan untuk *live streaming* youtube dan facebook, dan satu laptop lagi untuk *live streaming* di instagram. Jika salah satu laptop mengalami gangguan, maka akan dilakukan perbaikan saat itu juga. Namun akun yang paling kami utamakan saat *live streaming* adalah youtube dan facebook. Untuk instagram jadi pilihan kedua.<sup>7</sup>

Video *live streaming* ini disediakan secara *offline* di *channel* youtube majelissas-shofabanjarmasin dan *fanpage*

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ustadz Safwan Hadi, Tim *Live Streaming* akun Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, via WhatsApps 4 Mei 2019

facebook majelista'limasshofa dan bisa disimpan, sehingga memudahkan pengguna yang tidak sempat menonton *streaming*. Sedangkan di akun instagram @majelissashofa, video *offline live streaming* akan menghilang setelah melewati waktu 24 jam.



Gambar 4.14

Tampilan pada *live streaming* akun majelis

## 6) Menggunakan Bahasa Informatif dan Persuasif

Strategi yang dilakukan oleh pengelola selanjutnya yakni pada foto, video dan tulisan yang dibuat dituliskan dengan teknik persuasif, hal ini guna mendorong para pengikut yang menyaksikan atau melihat konten tersebut menjadi tertarik untuk datang ke Majelis As-Shofa. Selain itu penggunaan bahasa informatif yang disampaikan secara lugas pada *caption* dapat memberikan pengetahuan pada para pengikut yang ingin mengetahui lebih detail tentang penjelasan konten.

Dalam memberikan *caption*, diperlukan orang-orang yang berwawasan dalam menuliskannya, sehingga orang lain dapat tertarik untuk menonton dan melihat postingannya. Seandainya dari pengelola ada yang kesulitan dalam membuat *caption* yang sesuai, biasanya kita bantu mereka dalam membuat *caption* tersebut.<sup>8</sup>

## 7) Postingan Berkala

Dalam melakukan setiap postingan, pengelola melakukan sistem posting secara berkala, artinya jika terdapat banyak konten yang harus diposting, pengelola biasanya memposting dengan jarak waktu dengan maksud agar penerima pesan terfokus pada pesan secara bergantian.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ustadz H. Ilham Humaidi, Pengasuh Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, 12 April 2019

## 8) Menyajikan Visual Multimedia Yang Menarik

Keselarasan antara isi pesan dan ilustrasi dalam konten dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus dimiliki. Tampilan visual konten yang bagus akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengikut akun. Hal ini erat kaitannya agar maksud dari pesan dapat tersampaikan dengan tepat melalui video tersebut.

Penyajian visual pada akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dikelola dengan tepat. Dimulai dari pengambilan gambar dan video saat kajian berlangsung, hingga pemilihan warna dan font huruf yang digunakan serta peletakan logo As-Shofa pada proses editing benar-benar diperhatikan oleh pengelola. Selain itu konten yang disajikan kerap menggunakan bahasa Banjar dalam penyampaiannya.

### c. Tahap Evaluasi Strategi Pengelolaan Media Sosial Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin

Setelah merumuskan dan mengimplementasi strategi yang digunakan dalam pengelolaan media sosial guna pengembangan dakwah, tahap ketiga yang harus dilakukan adalah evaluasi atau penilaian strategi. Evaluasi dilakukan oleh pihak internal yang terkait seperti pengasuh Majelis As-Shofa Banjarmasin, Tim *Live Streaming*, Admin Fanpage Facebook, Instagram, youtube dan Tim Editor. Tahap terakhir ini

merupakan cara yang utama untuk mengetahui tentang apakah strategi-strategi yang telah dirumuskan pengelola telah berjalan dengan baik atau belum.

Setelah menungghah konten-konten dakwah di akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa tidak luput melakukan evaluasi atau penilaian terhadap strategi yang digunakan dalam pengelolaan media sosial. Dalam evaluasi ini, pengelola meninjau kekurangan apa yang terdapat pada aktivitas dakwah yang telah dilakukan di akun media sosial akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa, mencakup kekurangan sumber daya manusia, peralatan penunjang seperti kamera dan juga kualitas editing dalam foto dan video yang diunggah.

Kendala terbesar dari kami itu adalah masalah sumber daya manusianya, karena dalam pengelolaanya hanya beberapa orang saja yang kompeten dan mau turut serta dalam membantu proses dakwah di media sosial ini. Untuk masalah pendanaan dan fasilitas, kami rasa sudah cukup. Namun Alhamdulillah dengan orang-orang yang terbatas seperti ini aktivitas tetap bisa berjalan.<sup>9</sup>

Begitu pula pada saat *live streaming* berlangsung, di mana pengelola harus memperhatikan setiap komponen penunjang aktivitas *live streaming*.

Salah satu yang menjadi kendala saat proses ini adalah masalah jaringan dan

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ustadz Halim Naufal, Pengurus Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin 4 April 2019

perangkat keras. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ustadz Fahrurrazi, selain permasalahan sumber daya manusia juga bermasalah pada perangkat komputer yang digunakan.

Pernah kami coba *live streaming* dengan modem myfi dan menggunakan kartu Telkomsel, tapi tetap tidak stabil. Sekarang kita menggunakan indiehome. Selain itu masalah pembayaran pada youtube, kami masih belum memahami sistemnya, dan dari pihak pengelola sedang mengusahakan agar ada penghasilan dari youtube. Sebenarnya sudah diajukan, tetapi setelah menunggu 5-6 bulan, pihak youtube menolak karena ada terkena copyright, sebenarnya kami bingung permasalahan hak cipta ini dari segi yang mana. Ini pun untuk perkembangan majelis juga. Untuk masalah kamera yang kami gunakan pun masih sederhana.<sup>10</sup>

Menurut Ustadz Hadi, permasalahan lain yang terjadi saat di lapangan yakni pada laptop, gangguan jaringan dan konsleting listrik.

Kami punya dua laptop yang digunakan untuk streaming. Kalau satu rusak atau sendat, maka kita gunakan laptop yang satunya sembari menunggu perbaikan laptop yang gangguan. Pada proses ini media sosial yang diutamakan yakni *live streaming* pada media sosial youtube dan facebook. Untuk akun instagram kami jadikan nomor dua karena hanya bisa menyimpan video selama 24 jam. Pada youtube dan facebook jumlah penontonnya lebih banyak dan tersimpan lama.<sup>11</sup>

Pengelola meninjau agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif dan efisien. Evaluasi terhadap kesalahan-kesalahan teknis yang terjadi juga tidak luput dari pembahasan para pengelola. Kesalahan teknis ini yang mungkin terjadi ini biasanya adalah

---

<sup>10</sup> *Ibid*, Ustadz Halim Naufal, 4 April 2019

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ustadz Safwan Hadi, Tim *Live Streaming* akun Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, via WhatsApps 4 Mei 2019

permasalahan kualitas gambar atau video yang disajikan, permasalahan editing yang mencakup pemilihan *font*, musik ilustrasi dan penempatan *scene*.

Selain itu, respon atau tanggapan dari *followers* yang melihat dan menonton postingan di akun akun media sosial juga menjadi salah satu poin penting yang diperhatikan guna menunjang perkembangan dan memperbaiki hal-hal yang kurang dari postingan selanjutnya di akun media sosial akun instagram @majelissshofa, *channel* youtube majeliss-shofabanjarmasin.

Sejauh ini tanggapan dari *followers* dapat dikatakan dakwah kita di media sosial dapat diterima, Alhamdulillah, artinya banyak yang memperhatikan dan merespon dengan positif. Dengan begitu tinggal dari pengelola saja lagi yang harus rutin dan disiplin dalam pengunggahan dan pencarian tema yang menyesuaikan dengan mad'u.<sup>12</sup>

Dari ketiga akun yang dikelola oleh di Majelis As-Shofa Banjarmasin, akun instagram @majelissshofa, *channel* youtube majeliss-shofabanjarmasin yang paling banyak melakukan aktivitas.

Paling berkembang itu instagram dan youtube, sedangkan *fanpage* facebook majelista'limasshofa kadang hanya sekadar untuk *live streaming* saja. Karena kalau di instagram lebih banyak memiliki peminat, sehingga banyak yang merespon. Tetapi kalau masalah *live streaming*, diakui di facebook lebih banyak memiliki peminat.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ustadz H.Ilham Humaidi, Pengasuh Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin, 12 April 2019

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ustadz Halim Naufal, Pengurus Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin 4 April 2019

Hal penting lainnya yang menjadi perhatian dari pengelola adalah terkait masalah sumber daya manusia yang bertugas mengelola akun media sosial. Di mana dalam membuat konten-konten tersebut, pihak majelis kekurangan orang yang mampu dan memadai dalam hal editing.

Selain mendengarkan pendapat dari internal organisasi, respon atau pendapat penonton juga menjadi poin penting yang diperhatikan. Dalam hal ini pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissashofabanjarmasin meninjau terhadap postingan mana yang memiliki like, komentar atau jumlah tayang terbanyak.

### **C. Analisis Data**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bagian penyajian data sebelumnya, langkah berikutnya adalah analisis data, untuk lebih sistematisnya analisis data ini akan dikemukakan berdasarkan urutan permasalahan seperti yang terdapat pada penyajian data.

#### **1. Pengelolaan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin**

Pengelolaan media sosial dalam pengembangan dakwah ini adalah tentang bagaimana pengelola Taklim As-Shofa Banjarmasin menggunakan media sosial sebagai cara untuk menyebarkan pesan dakwah dan membuat dakwah berkembang di tengah masyarakat informasi saat ini. Dakwah bukan perkara baru dalam agama Islam. Dalam berdakwah tidak selalu menggunakan cara yang

tertumpu hanya pada media ceramah di mimbar, tetapi dapat melalui berbagai media penyampaian pesan dakwah, yang pada masa ini terus mengalami berbagai perkembangan seiring dengan berjalannya waktu. Penggunaan media sosial sebagai saluran dakwah memainkan peranan dan tanggungjawab yang penting dalam perkembangan dakwah.

Media sosial yang digunakan oleh Majelis Taklim As-Shofa Banjarmasin merupakan media sosial yang saat ini tengah digemari oleh masyarakat Kota Banjarmasin khususnya di kalangan remaja. Dengan kata lain, Taklim As-Shofa Banjarmasin selain berdakwah menggunakan metode langsung juga mulai menerapkan metode dakwah secara tidak langsung atau dengan menggunakan bantuan media, khususnya media sosial. Adapun media sosial yang aktif digunakan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin adalah instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelisasshofa Banjarmasin.

Berdasarkan pada penyajian data di atas, pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin sesuai dengan konsep lima tahapan pengelolaan media sosial yang dikemukakan oleh Iswandi Syahputra, yakni : *Tahap pertama*, melakukan pengamatan dan memilih jenis media sosial yang akan digunakan. Pada tahap ini pengelola melakukan analisis terhadap berbagai media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Kemudian atas dasar pertimbangan khalayak dan karakteristik media, akhirnya Majelis As-Shofa

Banjarmasin memilih tiga media sosial yang digunakan secara tetap dan berkelanjutan. *Tahap kedua*, menentukan konten dan materi. Setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga pengelola harus menyesuaikan karakteristik media dengan kebutuhan khalayak. *Tahap ketiga*, perencanaan media. Pada tahapan ini pengelola memperhatikan materi dan konten apa yang akan disajikan sasaran dakwah. *Tahap keempat*, melakukan pemostingan melalui akun media sosial resmi yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada tahapan ini, pengelola media sosial Majelis As-Shofa Banjarmasin memperhatikan dengan cermat dampak yang dimunculkan oleh postingan konten yang dilakukan. *Tahap kelima*, melakukan evaluasi. pada tahapan ini pengelola melakukan review terhadap postingan dengan melihat postingan mana yang memiliki nilai.

Aktivitas penyebaran dakwah oleh Majelis Taklim As-Shofa Banjarmasin di media sosial ini dapat menjadi saluran untuk meningkatkan pemahaman dalam ajaran Islam yang lebih baik dan benar dan guna mengajak masyarakat agar datang ke majelis ilmu serta ikut andil dalam pelaksanaan dakwah. Sebagaimana penggunaan akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisasshofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelisasshofa Banjarmasin sebagai media dakwah oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin merupakan bentuk dari gagasan baru dalam pengembangan dakwah yang dapat dilakukan di era kemajuan teknologi komunikasi saat ini. Dalam hal ini dakwah tidak lagi sebatas

ritual ibadah, tetapi menjadi inti penggerak dalam pengembangan masyarakat Islam.

Dengan demikian peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa pengelolaan media sosial yang dilakukan Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam pengembangan dakwah Islam merupakan salah satu cara dakwah yang kreatif dan efisien, khusus ditujukan kepada generasi muda saat ini. Hal ini karena berkesesuaian dengan perkembangan zaman, di mana tantangan dan peluang yang terdapat dalam pelaksanaan dakwah juga mengalami perubahan. Oleh karena itu, dalam setiap pelaksanaan dakwah, seorang da'i atau lembaga dakwah harus bisa membuat pembaharuan dan pembauran terhadap metode dan media dakwah yang digunakan agar dakwah yang dilakukan dapat menyentuh mad'u yang dituju.

## **2. Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah di Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin**

Pada bagian ini peneliti menganalisis strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam mengembangkan dakwah Islam. Berdasarkan dari penyajian data dapat disimpulkan bahwa dalam proses strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin mengacu pada konsep Fred R. David tentang tahapan strategi yang dibagi menjadi 3 tahapan, yakni tahap perencanaan atau perumusan, tahap implementasi dan tahap evaluasi. Adapun uraiannya sebagai berikut :

### a. Tahap Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyusun langkah-langkah awal operasional untuk mencapai hasil-hasil yang telah dirumuskan dalam strategi. Pada tahapan ini pengelola akun media sosial Majelis As-Shofa Banjarmasin melakukan perencanaan yang akan dilakukan guna menunjang kegiatan dakwah dan menjadi media yang memberikan pengaruh positif kepada *followersnya*.

Untuk itu pengelola bersama dengan pengasuh merumuskan cara-cara yang akan dilakukan dalam penyebaran dakwah, dimulai dari menentukan media, konten dakwah, sasaran dakwah, mengumpulkan data atau materi pesan, dan metode yang akan digunakan dalam melakukan pengelolaan terhadap media sosial yang digunakan.

Adapun media sosial yang digunakan Majelis As-Shofa Banjarmasin dan hingga kini masih aktif melakukan postingan yakni akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa. Penggunaan ketiga media sosial ini merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam mengembangkan dakwah Islam dengan melakukan inovasi baru terhadap media sosial yang tengah digemari oleh masyarakat saat ini.

Namun media sosial yang digunakan sebagai media dakwah tidak akan berkembang bahkan bermanfaat tanpa adanya tangan-tangan terampil dan

bijak. Oleh karena itu perlu adanya orang-orang yang mau dan mampu menggunakannya demi tersebarnya informasi keagamaan yang tepat guna demi untuk kesejahteraan hidup mad'unya.

Adanya inovasi dalam pemanfaatan media sosial sebagai media pengembangan dakwah di Majelis As-Shofa Banjarmasin bertujuan untuk mengajak dan menyebarkan dakwah Islam secara luas, khususnya kepada para pemuda yang menjadi sasaran utama pelaksanaan dakwah di akun instagram @majelissshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa.

Adapun unsur yang mempengaruhi dalam proses inovasi konten pada akun instagram @majelissshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa adalah melalui sebuah ide yang dicetuskan oleh para pengelola, dengan memikirkan bagaimana cara untuk menyampaikan pesan dakwah memanfaatkan karakteristik yang terdapat pada masing-masing media sosial. Karena karakteristik setiap media sosial berbeda dan segmentasi khalayak yang dibidik pun berbeda-beda. Meskipun jenis konten dan *platform* media sosial yang dipilih berbeda, pesan yang terkandung dalam setiap media sosial yang digunakan harus sama dan konsisten.

Penentuan sasaran dakwah ini menurut Ustadz H. Ilham Humaidi bahwa “Di mana dakwah harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman saat ini, di mana kebanyakan pemuda-pemudi terfokus pada media sosial, dan sesuai juga dengan arahan dari Yang Mulia Habib Umar agar bisa memanfaatkan media sosial dalam bagian dakwah.”

Oleh karena itu, pengelola Majelis As-Shofa Banjarmasin dituntut agar dapat menyajikan konten-konten yang kreatif agar bisa menarik khalayak agar tertarik untuk menonton dan melihat postingan di akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa para pengelola memahami khalayak yang akan dijadikan sasaran dakwah. Dengan begitu jangkauan dakwah tidak hanya sekadar aktivitas ceramah. Namun segala orang yang terlibat dalam dakwah tersebut dapat dikatakan sebagai pendakwah, karena dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Perencanaan pesan yang dilakukan oleh pengelola berpatokan pada kondisi dan karakteristik *followers*. Di mana pesan yang diangkat berkaitan dengan permasalahan atau keseharian dari masyarakat yang disampaikan secara informatif dan persuasif. Masyarakat tersebut diajak dengan menggunakan metode persuasif yang terdapat dalam postingan.

Tahap ini dapat diisi dengan mengamati aktivitas khalayak untuk mengetahui konten jenis apa yang mereka inginkan, seberapa banyak materi dakwah yang dapat disajikan dalam konten tersebut, jenis materi apa yang dibutuhkan netizen, dan dengan cara seperti apa materi dakwah tersebut dapat disampaikan kepada mad'u. Selanjutnya data-data yang didapatkan dapat dijadikan acuan dari lembaga dakwah dalam proses memproduksi konten-konten dakwah untuk akun media sosialnya, sehingga memunculkan konten-konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial yang digunakan.

Seluruh kegiatan awal tersebut merupakan proses perencanaan yang dilakukan pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelissas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa agar terlaksananya dakwah. Perencanaan ini juga menjadi acuan untuk aktivitas yang akan dilakukan di tahap selanjutnya.

#### **b. Tahap Implementasi**

Tahap implementasi merupakan tahap aksi dari segala perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Keberhasilan dari implementasi dalam pengelolaan dakwah di Majelis As-Shofa Banjarmasin ini bergantung pada kemampuan pihak pengelola dalam melaksanakannya.

Secara umum tujuan utama dakwah yang dilakukan Majelis As-Shofa Banjarmasin bertujuan mengimbangi pengaruh yang terdapat di media sosial

saat ini yang kebanyakan memiliki dampak negatif jika tidak dikontrol dengan tepat. Untuk mencapai hal tersebut maka pengelola melakukan cara agar penyebaran dakwah Islam yang dilakukan di media sosial dapat berkembang dengan menerapkan beberapa ciri-ciri yakni,

### **1) Fokus Pada Konten-konten Dakwah Islam**

Di bagian ini pengelola menyajikan konten-konten sesuai dengan karakteristik media sosial yang digunakan, di mana semua konten ini dibuat oleh para pengelola dan pengasuh Majelis As-Shofa Banjarmasin, yaitu, poster dakwah, poster pengumuman kajian, foto dan video dokumentasi aktivitas dakwah, video potongan ceramah, short story/ video dakwah pendek dan video rekaman saat kajian.

### **2) Menampilkan Sajian Materi Pesan dari Sisi yang Berbeda**

Pesan dakwah yang dibuat dan direncanakan dan disusun oleh pengelola akun instagram @majelissshofa, *channel* youtube majelissshofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa berdasarkan dengan kondisi publik atau khalayak . Pesan dakwah yang mampu mempengaruhi khalayak adalah pesan yang menimbulkan perhatian, baik menyangkut masalah syariah, akidah dan akhlak.Oleh karena itu pengelola menyajikan pesan yang tepat dan menarik, disamping pesan tersebut

bersifat aktual dan faktual atau sedang dibutuhkan dan relevan dengan situasi masyarakat.

Hal ini cukup sejalan dengan syarat berhasilnya suatu pesan yang diajukan oleh Wilbur Schramm yaitu pesan harus direncanakan dan disampaikan dengan sedemikian rupa agar menarik perhatian, pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang sudah dikenal oleh khalayak, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara untuk untuk mencapai kebutuhan itu, dan pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi khalayak.<sup>14</sup>

### **3) Metode Tabligh**

Metode penyampaian pesan yang diterapkan adalah metode ceramah dan bermain peran. Penggunaan metode ceramah dilakukan dengan konsep Ustadz H. Ilham Humaidi seolah berbicara berhadapan dengan mad'u. Sedangkan metode bermain peran adalah jamaah dan Ustadz H. Ilham Humaidi berada di satu tempat dan seolah berbincang-bincang tentang suatu perkara dan Ustadz H. Ilham Humaidi seraya memberikan nasihat terhadap perkara tersebut. Strategi dakwah yang dilakukan pengelola berkaitan dengan metode dakwah ini cukup baik,

---

<sup>14</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal.251

karena dengan penggunaan metode dakwah yang tepat akan membuat pesan yang disampaikan menjadi efektif.

Metode pengemasan tabligh dalam bentuk ceramah dan bermain peran yang dilakukan oleh Ustadz H. Ilham Humaidi menjadi sebuah terobosan baru dalam penyampaian pesan dakwah Islam dengan mengacu pada teori difusi inovasi.

#### 4) Melakukan *Branding* Pada Da'i

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila dapat menyesuaikan diri dengan da'i, materi, metode dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga harus bisa menyesuaikan dengan unsur-unsur dakwah yang lain. Unsur dakwah yang paling berpengaruh atas keberadaan media dakwah adalah pendakwah.<sup>15</sup>

Da'i sebagai agen pembaharu dalam penyebaran dakwah dituntut untuk senantiasa membawa hal-hal baru. Dalam upaya memunculkan ketokohan sebagai da'i atau muballigh yang efektif, pengelola melakukan *branding* melalui aktivitas atau pergaulan Ustadz H. Ilham Humaidi. Hal ini penting, karena selain tampilan fisik, ketokohan juga memperkuat daya tarik mad'u.

---

<sup>15</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal.232

Seorang da'i dapat memiliki kredibilitas atau kepercayaan dari mad'u karena kompetensi atau penguasaan terhadap substansi yang disampaikan, bersikap tegas pada prinsip, memiliki tujuan yang baik, kepribadian yang hangat dan bersahabat, dan dinamis yaitu dengan menunjukkan cara berkomunikasi yang menarik dan tidak membosankan.

Demikian dalam upaya membangun kredibilitas atau kepercayaan publik, para da'i harus selalu mengajak diri sendiri dalam berbuat baik, melakukan makruf dan mencegah kemungkaran, serta menguasai pengetahuan khususnya bidang agama. Hal ini dapat membangun kharisma da'i yaitu sifat yang luar biasa yang melekat pada seorang tokoh dakwah, yang menarik dan mampu mengendalikan sikap, opini dan perilaku publik. Oleh karena itu penampilan da'i besar pengaruhnya dalam proses dakwah sehingga mad'u akan termotivasi mendengarkan dan melakukan apa yang disampaikan oleh da'i.

Strategi ini sangat penting bagi para da'i dalam membina kepercayaan mad'u atau khalayak, untuk mencapai efektivitas dakwah dakwah sebagai upaya rekayasa sosial kearah terwujudnya kehidupan alami.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal.238

### 5) Memaksimalkan Penggunaan Fitur-fitur Media Sosial

Pemanfaatan secara bijak fitur-fitur yang terdapat dalam akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa merupakan pendorong bagi perkembangan dakwah dan Islam. Hampir semua konten yang diunggah memanfaatkan kelebihan fitur yang tersedia di dalam akun media sosial tersebut. Jika tidak dibarengi dengan pendukung yang lain, sebuah konten akan dakwah akan dianggap monoton dan membuat *followers* bosan.

### 6) Menggunakan Bahasa Informatif dan Persuasif

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pengelola yakni pada foto, video dan tulisan yang dibuat dituliskan dengan teknik persuasif, hal ini guna mendorong para pengikut yang menyaksikan atau melihat konten tersebut menjadi tertarik untuk menonton atau melihat konten akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa, sehingga berminat mengikuti kajian langsung di Majelis As-Shofa Banjarmasin. Penyusunan materi dakwah perlu juga memperhatikan penggunaan bahasa. Bahasa dakwah harus lebih persuasif, substantif dan dalam penyajian lisan harus menggunakan retorika atau seni berbicara.

### **7) Postingan Berkala**

Melakukan postingan secara berkala ini merupakan salah satu cara dari pengelola agar *followers* akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa bisa mendapatkan informasi secara konsisten.

### **8) Menyajikan Visual Multimedia Yang Menarik**

Keselarasan antara isi pesan dan ilustrasi dalam konten dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus dimiliki. Tampilan visual konten yang bagus akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengikut akun. Sebagai konsekuensinya, *followers* atau khalayak dapat memahami pesan yang terdapat dalam konten tersebut.

Berdasarkan dari hal-hal yang telah disebutkan di atas, maka dalam setiap unsur-unsur dakwah yang ada, telah diterapkan berbagai pembaharuan oleh para pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook, khususnya terhadap pelaksanaan penyebaran dakwah Islam melalui media sosial.

### c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahapan yang menentukan apakah strategi yang telah digunakan berhasil atau tidak. Untuk itu pengurus Majelis As-Shofa Banjarmasin terus berusaha untuk meminimalisir segala kekurangan yang terdapat pada pengelolaan media sosial.

Mengingat kelemahan internal yang dimiliki oleh pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook adalah minimnya fasilitas yang dimiliki dan kekurangan sumber daya manusia yang dapat membuat konten-konten yang sudah direncanakan, termasuk saat pelaksanaan *live streaming*. Tetapi di samping itu, pengelola juga mencoba mempelajari dan menggunakan berbagai aplikasi pembuat konten yang dapat digunakan melalui gawai.

Evaluasi yang dilakukan oleh pengelola adalah untuk mengetahui apakah strategi pengelolaan yang dibuat ini sudah sesuai dengan rencana atau belum, apakah pesan yang terdapat di dalam konten tersebut dapat tersampaikan atau tidak. Jika strategi pengelolaan yang dilakukan ini bisa menarik bagi *followers* untuk melihat dan menonton konten tersebut atau mengajak *followers* untuk datang ke majelis ilmu, maka strategi ini tetap dilakukan. Selain itu pihak pengelola saat ini tengah berusaha untuk

memahami tentang aturan-aturan yang terdapat di dalam media sosial, seperti perizinan yang terdapat pada *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin.

Secara umum strategi yang digunakan oleh para pengelola akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa dalam pengembangan dakwah sesuai dengan konsep strategi yang dirumuskan oleh Fred.R David.

Dari uraian di atas, maka peneliti menemukan teori yang sesuai dengan bagaimana proses strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam mengembangkan dakwah kepada masyarakat dengan membuat berbagai inovasi baru melalui media sosial yaitu memakai teori difusi inovasi.

Berikut beberapa pengelompokkan elemen difusi dalam strategi pengelolaan media sosial Majelis As-Shofa Banjarmasin yang diterapkan pengurus dan pengelola akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa guna menunjang pengembangan dakwah yang dilakukan kepada masyarakat khususnya kepada jamaah Majelis As-Shofa Banjarmasin:

- a. Inovasi : Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan di Majelis As-Shofa Banjarmasin, ternyata Majelis As-Shofa Banjarmasin aktif memanfaatkan media sosial beserta fitur-fitur yang

terdapat di dalamnya dengan memperhatikan karakteristik di masing-masing media sosial. Selain itu pengembangan ide ini juga dibantu dengan penggunaan aplikasi terpisah untuk membantu menunjang pembuatan foto dan video seperti Filmora, Corel Draw, Photoshop dan lainnya.

Akun instagram @majelisasshofa, *channel* youtube majelisasshofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa juga aktif melakukan aktivitas *live streaming* saat kajian berlangsung dengan dibantu oleh perangkat kamera, laptop, LCD dan aplikasi VMIX. Sehingga video kajian dapat dinikmati secara offline dan dapat ditonton secara berulang-ulang.

- b. Saluran baru yaitu merupakan alat yang digunakan oleh Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam mengembangkan dakwah, yakni dengan melalui media sosial seperti instagram, youtube dan facebook. Pada awalnya penggunaan ketiga media sosial ini mengalami kendala karena pihak pengelola masih belum memfokuskan untuk melaksanakan dakwah melalui media sosial akibat dari pihak pengurus yang saat itu kurang memiliki kepercayaan terhadap media sosial. Namun akhirnya karena kemudahan yang terdapat di media sosial dan adanya kesadaran untuk menyeimbangkan pengaruh negatif dari adanya media sosial, maka pihak majelis pun membuat akun media sosial sebagai salah satu sarana berdakwah di era ini.

- c. Jangka waktu, yaitu jangka waktu yang dilakukan Majelis As-Shofa Banjarmasin dalam mengembangkan dakwah dengan memanfaatkan media sosial. Penggunaan instagram, youtube dan facebook ini telah dilakukan sejak tahun 2013 hingga sekarang. Meskipun dalam pelaksanaannya akun instagram dan youtube sempat jarang digunakan dalam kurun waktu beberapa tahun.
- d. Sistem sosial yaitu pengelola akun instagram @majelissashofa, *channel* youtube majelisas-shofabanjarmasin dan *fanpage* facebook majelista'limasshofa melakukan berbagai penginovasian ide dengan pemanfaatan fitur-fitur yang terdapat pada media sosial yang digunakan. Aktivitas ini dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan konsep strategi seperti yang dikemukakan oleh dari Fred R David. Disamping itu, setiap proses difusi yang dilakukan berada dalam pengawasan pengasuh Majelis As-Shofa Banjarmasin.