

BENTUK DAKWAH DI FACEBOOK

Muhlis
Usman Jasad
Abdul Halik

Abstrak: Tulisan ini akan mengurai tentang fenomena dakwah dan bentuk dakwah di media sosial, dalam hal ini facebook. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan objek penelitian pada media sosial terkhusus *facebook* dengan fokus penelitian meliputi aspek-aspek dakwah di media sosial yang terdiri dari *dai* dan bentuk dakwah. Pendekatan penelitian ini adalah studi fenomenologi Sumber data adalah *dai*, *facebooker* dan aktif berdakwah di *facebook* sebagai sumber data primer yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder berupa berbagai literatur seperti buku, majalah, karya ilmiah yang relevan dengan penelitian. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan jenis instrumen lain yang mencakup pedoman wawancara, pedoman observasi, dan alat dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu,¹ sebagai berikut: a) Reduksi Data; b) *Display* atau Penyajian Data; dan c) Verifikasi atau kesimpulan

Hasil kajian menunjukkan bahwa fenomena dakwah melalui jejaring sosial *facebook* khususnya di Indonesia mengalami perkembangan. Hal ini ditandai dengan hadirnya para aktivis dakwah untuk memanfaatkan *facebook* sebagai sarana media dakwah Islam. Di mana semua pengguna *facebook* bisa melihat, belajar di *facebook* untuk menambah wawasan keilmuan dan informasi seputar dunia Islam. Pemanfaatan *facebook* sebagai media dakwah ini yang akan menjembatani kemajuan teknologi dengan proses dakwah, supaya masyarakat lebih mengenal *syari'at* dan tidak berargumen bahwa dakwah hanya dalam pengajian. Sebab eksistensi dari dakwah adalah menyeru kepada yang *ma'ruf* dan mencegah kepada hal yang *munkar*. Analisis peneliti terkait dengan penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, yaitu pada aspek cara penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, *dai* yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengunggah tulisan, gambar dan video di *wall*. Kedua, *dai* yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengirim pesan berupa tulisan dan gambar ke *inbox*. Olehnya itu bentuk dakwah di *facebook* yang bisa dikembangkan yaitu pertama: dakwah *bil al-qalam*, kedua; dakwah melalui pesan gambar, ketiga dakwah melalui audiovisual dalam hal ini video.

Kata Kunci: Dakwah, Facebook

I. PENDAHULUAN

Fenomena dakwah melalui jejaring sosial *facebook* khususnya di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan hadirnya para aktivis dakwah untuk memanfaatkan *facebook* sebagai sarana media dakwah Islam.

¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2009),h. 246

Semua pengguna *facebook* bisa melihat, belajar di *facebook* untuk menambah wawasan keilmuan dan informasi seputar dunia Islam. *Facebook* merupakan yang sangat tepat untuk dipakai sebagai strategi dakwah, bisa mengirim berbagai pesan dakwah melalui layanan tersebut. Dengan *chatting* melakukan strategi dakwah *fardhiyah*, sehingga pendekatan lebih intens dan ikatan persaudaraan akan semakin kuat. *Yahoo messenger* merupakan salah satu *messenger* yang dapat dipakai untuk berkomunikasi via media teks (*chat*) secara *online*. Yang memiliki banyak kegunaan di antaranya: *chatting*, telfon, *webcam*, mengirim file, mengirim gambar. *Chatting* bisa menggunakan fasilitas *chatting* untuk dakwah terutama dakwah *fardiyah* yaitu dakwah secara personal dengan seseorang dengan dakwah ini diharapkan seseorang mengetahui karakter seseorang serta mungkin bisa membantu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya. *Conference* pada fasilitas *conference Yahoo massanger* ini bisa membuat sebuah pengajian *online*, pesertanya diundang dari teman yang ada di computer. Dapat memberikan *tausiyah* secara lisan dan peserta mendengarkan ceramah yang diberikan melalui *earphone/headphone*. Bisa membuat sebuah ruangan yang temanya tentang kajian keIslaman di dalamnya adakan diskusi keIslaman serta *tausiyah* dengan bahasa yang menarik sehingga tidak membosankan.

Facebook mempunyai pengguna 1,28 miliar orang 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. Dari kalangan anak-anak hingga orang tua, dari kalangan terpelajar hingga awam. Dari artis, selebritis hingga ustadz akan banyak ditemukan. Berdakwah menggunakan *facebook* mempunyai ragam bentuk manfaat. Walaupun oleh sebagian orang, *facebook* dianggap lebih banyak mudlaratnya bahkan mereka mengatakan bahwa *facebook* adalah sumber dari kesesatan di dunia maya, internet. Tetapi sebagai umat Islam, seharusnya 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* bersifat netral, maka penggunaannya yang sangat menentukan ke arah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunanya.

Pertimbangan utama untuk menjadikan *facebook* sebagai media dakwah adalah berkaitan erat dengan posisi *facebook* itu sendiri sebagai jaringan sosial yang terkemuka dan paling diminati di seluruh dunia. Memanfaatkannya sebagai media dakwah juga merupakan bagian dari proses kulturasi dakwah, yaitu dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultural masyarakat. Karena memang sejatinya dakwah seharusnya mampu memasuki ranah kultur sebagai kecenderungan masyarakat, maka memilih *facebook* sebagai media dakwah merupakan suatu keharusan bagi *dai*, sekaligus juga menolak asumsi umum kalau para *dai* merupakan kelompok yang anti terhadap kemajuan. Atas dasar itulah peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai dakwah melalui media sosial.

Tulisan ini akan mengurai tentang fenomena dakwah dan bentuk dakwah di media sosial, dalam hal ini facebook.

II. KAJIAN TEORETIK

A. Dakwah dalam Berbagai Pandangan

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan². Untuk mengetahui makna dakwah, perlu merujuk kepada al-Qur'an ketika menggunakan istilah-istilah secara etimologi, dalam berbagai ayat selalu sarat makna dan mengandung makna-makna konseptual yang mendalam. Isyarat penggunaan kosa kata, dakwah diekspresikan dalam bentuk kata kerja, dapat dilihat dalam al-Qur'an sebagai berikut³:

a. Seruan, dalam Q.S. Yunus 25 berbunyi

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Terjemahnya:

Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)⁴.

b. Ajakan, dalam QS Yusuf 33

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ

Terjemahnya:

Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku Termasuk orang-orang yang bodoh."⁵

c. Undangan, dalam QS al-Qashas 25

فَجَاءَتْهُ إِخْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقِصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ

Terjemahnya:

Dia berkata: "Sesungguhnya ayahku mengundangmu untuk memberi balasan sebagai imbalan atas kebaikan memberi minum ternak kami"⁶

d. Panggilan, do'a atau permohonan dalam Q.S Al-Baqarah 186

²Muliadi, *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya* (Makassar: Alauddin University Press, 2012). H.1

³Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah* (Cet I; Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 2-3

⁴Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. (Bandung: CV. Jamanatul Ali, 2004), h. 310

⁵Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h. 353

⁶Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h.613

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Terjemahnya:

Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, Maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran⁷.

Dari ayat tersebut di atas, dapat dipahami bahwa kata dakwah dari etimologi ada dua pendekatan makna yaitu ada yang dikaitkan dengan jalan Allah, jalan kebaikan atau jalan surga, sebaliknya ada pula disandarkan pada jalan setan, jalan keburukan atau jalan ke api neraka bahkan dalam satu ayat, terdapat pula penggunaan kata dakwah untuk arti kedua-duanya yakni jalan kebaikan dan keburukan (api neraka) sekaligus. Dapat dilihat dalam Q.S al- Baqarah 221

أُولَٰئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۗ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۗ وَيُبَيِّنُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Terjemahnya:

Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya.⁸

Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah secara etimologi mencakup seluruh aktivitas manusia yakni satu sumber istilah dipergunakan oleh dua objek yang berbeda, yaitu satu mengajak kepada keselamatan atau ke surga dan yang satu mengajak kesesatan atau neraka. Pada kenyataannya dakwah ke jalan Allah swt atau jalan keselamatan bahkan ini tugas pokok seorang muslim.⁹

Dari segi terminologi, term dakwah lebih dipahami sebagai usaha dan ajakan kepada jalan kebenaran. Dalam perspektif terminologi ajakan dan seruan itu dinamai dakwah bila tidak dimaksudkan untuk membawa manusia ke jalan Allah.¹⁰ Berikut ini ada beberapa pandangan ulama tentang pengertian dakwah :

- a. Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A
Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹¹
- b. Menurut Prof. Dr. M. Quraish Shihab
Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha megubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah

⁷Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h.45

⁸Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*. h.53

⁹Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah*. h. 4-5

¹⁰Muliati Amin, *Teori-teori Ilmu Dakwah*. h.6

¹¹Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1979), h.1

laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.¹²

c. Menurut HSM. Nasaruddin Latif

Dakwah adalah setiap usaha aktivitas dengan tulisan maupun lisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil lainnya untuk beriman dan mentaati Allah swt sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlak Islamiyah.¹³

d. Menurut Abdullah Ba'lawy al-Haddad

Dakwah adalah mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar, untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepadanya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran.¹⁴

Dari berbagai perumusan definisi di atas, kiranya bisa disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dakwah itu merupakan aktivitas dakwah atau suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar
- b. Usaha dakwah tersebut berupa ajakan kepada Allah dengan *al-amar bi al ma'ruf an-nahyu an al-mungkar*
- c. Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri yaitu menuju kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.¹⁵

B. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah juga merupakan sebuah aktifitas sadar dan berencana yang melibatkan secara keseluruhan sejumlah unsur-unsurnya. Proses dakwah berjalan apabila semua unsur-unsur dakwah terpenuhi secara keseluruhan. Unsur-unsur dakwah yang dimaksud yaitu 1) Tujuan dakwah, 2) Pelaksana Dakwah (Da'i), 3) Objek/sasaran dakwah, 4) metode dakwah, 5) materi/ isi dakwah, 6) Efek dakwah¹⁶ 7) media dakwah, 8) Organisasi dakwah, 9) Manajemen dakwah, 10) Evaluasi dakwah.¹⁷ Unsur-unsur dakwah tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan serangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dalam bentuk asalnya dakwah merupakan aktivitas *nubuwwah* dalam proses menyampaikan wahyu Allah kepada manusia, dengan tujuan utamanya berkaitan erat dengan tujuan wahyu (Al Qur'an) bagi kehidupan umat manusia.¹⁸ Tujuan wahyu secara esensial berkaitan erat dengan kehidupan umat manusia. Ia dapat dijadikan obat penenang bagi jiwa yang resah, sekaligus pedoman hidup sosial religius yang lengkap

¹²M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, ((Bandung: Mizan, 2001),h. 194

¹³Lihat HSM. Nasaruddin Latif dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 5

¹⁴Abdullah B'lawiy al-Haddad, *al-Nashihu al-Diniyah*, diterjemahkan oleh Muhammad Abdai Rathomy, dengan judul *Petuah-Petuah Agama Islam* (semarang: Toha Putra, 1980). h.80

¹⁵Muliadi, *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya*. H. 7

¹⁶Rasyid shaleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), h. 15

¹⁷Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h.75

¹⁸Aminudin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1992), h. 49

bagi kehidupan manusia. Adapun tujuan dakwah pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Tujuan umum dakwah

Tujuan umum dakwah adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang bersifat umum dan utama, di mana seluruh gerak dan prosesnya harus ditunjukkan dan diarahkan ke jalan Allah. Tujuan utama dakwah adalah nilai-nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan aktivitas dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus mengarah ke sana.¹⁹

b. Tujuan khusus dakwah

Tujuan khusus dakwah merupakan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam seluruh pelaksanaan aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang akan dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya hanya karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai.²⁰

Bisri Afandi mengatakan bahwa yang diharapkan oleh dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan adil maupun aktual, baik pribadi maupun keluarga masyarakat, *way of thinking* atau cara berpikir berubah, *way of life* atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Yang dimaksud adalah nilai-nilai agama sedangkan kualitas adalah bahwa kebaikan yang bernilai agama itu semakin dimiliki orang dalam segala situasi dan kondisi.²¹

2. Pelaksana Dakwah (*Da'i*)

Da'i atau komunikator adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, maupun melalui suatu organisasi atau lembaga tertentu. Secara umum kata *da'i* ini lebih dikenal dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam).²² Unsur komunikator merupakan faktor utama, pertama dan menentukan pada sebuah aktivitas dakwah. Karena komunikator merupakan pionir untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* (komunikan). Maka *da'i* yang sukses biasanya juga berangkat dari kepawaiannya dalam memilih kata, mengolah kalimat, dan menyajikannya dalam kemasan yang menarik.²³

Sehubungan dengan hal tersebut terdapat pengertian para pakar dalam bidang dakwah, yaitu:

- a. Hasyimi, juru dakwah adalah penasehat, para pemimpin dan pemberi ingatkan, yang memberi nasehat dengan baik yang mengarah dan berkhotbah, yang memusatkan jiwa dan raganya dalam *wa'at* dan *wa'it* (berita gembira dan berita siksa) dan dalam membicarakan tentang kampung akhirat untuk melepaskan orang-orang yang karam dalam gelombang dunia.²⁴

¹⁹Munir Amin Samsul, *Ilmu Dakwah*, (Cet:1 Jakarta, AMZAH 2009), h. 60

²⁰Munir Amin Samsul, *Ilmu Dakwah*, h. 62

²¹Bisri Afandi dalam buku Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h.60

²²Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h.75

²³Muhammad Djarot Sensa, *Komunikasi Qur'aniyah*, (Bandung: Pustaka Islamika, 2005) h. 160

²⁴A. Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut Al-Quran*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h. 162

- b. Nasaruddin Lathif mendefinisikan bahwa da'i itu ialah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah ialah *wa'ad mubaligh mustamain* (juru penerang) yang menyeru mengajak dan memberi pengajaran dan pelajaran agama Islam.²⁵
 - c. M. Natsir, pembawa dakwah merupakan orang yang memperingatkan atau memanggil supaya memilih, yaitu memilih jalan yang membawa pada keuntungan.²⁶
3. Objek/ Sasaran Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau manusia yang menerima pesan dakwah, baik individu maupun kelompok, baik yang sudah Islam maupun yang belum, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh sebagaimana yang ditulis oleh M. Munir dan Wahyu Ilahi membagi *mad'u* menjadi tiga jenis,²⁷ yaitu:

- a. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran. Mereka adalah orang yang dapat berpikir secara kritis dan cepat menangkap kebenaran.
- b. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum bisa berpikir kritis dan mendalam, serta belum mampu menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut. Mereka adalah orang yang senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

4. Metode Dakwah

Dari segi bahasa "metode" berasal dari dua perkataan yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara).²⁸ Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*.²⁹ Metode adalah cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.³⁰

Dari pengertian di atas, dapat diambil pengertian bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang dai kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.³¹ Sedangkan makna metode dakwah secara istilah, menurut beberapa pendapat adalah: Menurut al-Bayanuni, metode dakwah adalah cara-cara yang ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi dakwah.³² Sedangkan Menurut Said bin Ali al Qahthani, metode

²⁵HMS. Nasaruddin Lathif, *Teori dan Praktek Dakwah*, (Jakarta: Firma Dara), h. 20

²⁶M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Jakarta: Dewan Islamiyah Indonesia), h. 125

²⁷M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Cet III; Jakarta: Kencana.2012). h. 23

²⁸Tim Gama Press, *Kamus Ilmiah Populer*, (Yogyakarta: Gama Press, 2010), h.448

²⁹ Hasanudin, *Hukum Dakwah*, (Cet. I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), h 35

³⁰Tim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h. 649

³¹Munzier Suparta, dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 7-8

³²M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h 357

dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.

Dari beberapa definisi ini, ada beberapa karakter yang melekat dalam metode dakwah, yaitu metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah, karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.

Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktub dalam Alquran, yang disebutkan dalam QS. al-Nahl/16:125

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

Terjemahnya:

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 petunjuk³³

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

- a. *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.³⁴
- b. *Al-Mau'iza al-hasanah* atau nasehat yang baik, maksudnya adalah memberikan nasehat yang baik kepada orang lain dengan cara yang baik. Yaitu petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik. Menurut Ali Musthafa Yakub, ucapan yang berisi nasehat-nasehat baik dan bermanfaat bagi orang lain yang mendengarkannya, atau argumen-argumen yang memuaskan sehingga pihak pendengar dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah.³⁵
- c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.³⁶

5. Materi/ Isi Dakwah

Keseluruhan materi dakwah pada dasarnya bersumber pada pokok ajaran Islam (Al Qur'an dan Sunnah Rasul). Tetapi secara konseptual materi dakwah berkaitan dengan tujuan dakwahnya. Namun secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok,³⁷ yaitu:

³³Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 421

³⁴M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h. 34

³⁵Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1986), h. 100

³⁶M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h. 34

³⁷M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.24

a. *Aqidah*

Menurut Hasan al-Banna aqidah adalah beberapa perkara yang wajib diyakini kebenarannya oleh hati, mendatangkan ketentraman jiwa, menjadi keyakinan yang tidak tercampur sedikitpun dengan keragu-raguan. Menurut Yusuf Al Qardhawi, *Aqidah* Islam bersifat sempurna karena mampu menginterpretasikan semua masalah besar dalam wujud ini, tidak pernah membagi manusia diantara dua Tuhan (Tuhan kebaikan dan Tuhan kejahatan), bersandar pada akal, hati dan kelengkapan manusia lainnya.³⁸

Aqidah yang menjadi materi utama dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- 1) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*). Dengan demikian, seorang muslim harus selalu jelas identitas dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- 2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu, dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal usul manusia.
- 3) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Dalam ibadah-ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang menuju pada kesejahteraan. Karena akidah memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.³⁹

b. *Syariah*

Menurut Hossein Nasr, *syariah* atau hukum Islam adalah inti agama Islam sehingga seseorang dapat dikatakan sebagai muslim jika ia menerima hukum yang ditetapkan dalam syariah sekalipun ia tidak bisa melaksanakan sepenuhnya.

- 1) Menurut Yusuf al-Qardhawi yang ditulis oleh Deden Makbuloh, kesempurnaan *syariah* Islam tampak dalam menghadapi problema dengan segenap penyelesaiannya, memandangnya dengan sebuah pandangan yang mencakup dan menyeluruh, berdasarkan tentang pengetahuan dan kondisi, hakikat, motivasi dan keinginan jiwa manusia, serta berusaha untuk menghubungkannya dengan nilai-nilai agama.⁴⁰
- 2) Materi dakwah yang bersifat *syariah* ini sangat luas dan mengikat seluruh umat manusia. Ia merupakan jantung yang tak dipisahkan dari kehidupan umat Islam diberbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan. Kelebihan dari materi syariat Islam adalah ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. *Syariat* ini bersifat universal yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan non muslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi *syariat* ini maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna. Di samping *syariat* mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral.⁴¹

³⁸Deden Makbuloh, *Pendidikan Agama Islam (Arah Baru Pengembangan Ilmu dan Kepribadian di Perguruan Tinggi)*, (jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) h. 86

³⁹M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.24-25

⁴⁰Deden Makbuloh, *Pendidikan Agama Islam (Arah Baru Pengembangan Ilmu dan Kepribadian di Perguruan Tinggi)*, h.122

⁴¹M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h 113-115

c. *Mu'amalah*

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* lebih besar porsinya daripada urusan ibadah. *Statement* ini dapat dipahami dengan alasan:

- 1) Dalam Al-Qur'an dan hadis mencakup proporsi terbesar sumber hukum yang berkaitan dengan urusan *mu'amalah*.
- 2) Ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan diberi ganjaran lebih besar daripada ibadah yang bersifat perorangan. Jika ibadah dilakukan tidak sempurna atau batal, karena melanggar pantangan tertentu, maka *kafarat*-nya (tebusannya) adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan *mu'amalah*. Sebaliknya, jika orang tidak baik dalam urusan *mu'amalah*, maka urusan ibadah tidak dapat menutupinya.
- 3) Melakukan amal baik dalam bidang kemasyarakatan mendapatkan ganjaran lebih besar daripada ibadah sunnah.⁴²

d. *Akhlaq*

Secara etimologis, kata *akhlaq* berasal dari bahasa arab, jamak dari "*khuluqun*" yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan "*khulqun*" yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta, dan "*makhluq*" yang berarti yang diciptakan.⁴³ Menurut al-Ghazali, yang ditulis oleh M. Ali Aziz, *akhlaq* adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang mudah dilakukan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan lebih lama. Dengan kata lain, *akhlaq* adalah sifat yang sudah tertanam dalam jiwa manusia yang mendorong perilaku seseorang dengan mudah sehingga menjadi kebiasaan.⁴⁴

Materi *akhlaq* ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik dan buruk, akal dan kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat. Karena ibadah dalam Islam sangat erat kaitannya dengan *akhlaq*. Pemakaian akal dan pembinaan *akhlaq* mulia merupakan ajaran Islam. Dengan demikian, orang bertakwa adalah orang yang mampu menggunakan akalnya dan mengaktualisasikan pembinaan *akhlaq* mulia yang menjadi ajaran paling dasar dalam Islam. Karena tujuan ibadah dalam Islam, bukan semata-mata diorientasikan untuk menjauhkan diri dari neraka dan masuk surga, tetapi tujuan yang di dalamnya terdapat dorongan bagi kepentingan dan pembinaan *akhlaq* yang menyangkut kepentingan masyarakat.⁴⁵

6. Efek Dakwah

Efek adalah suatu pengaruh atau tindakan dan sikap setelah mitra dakwah menerima pesan tersebut. Dalam hal ini, efek dapat di bagi menjadi tiga⁴⁶:

a. Efek Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan

⁴²M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.28

⁴³M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.28

⁴⁴M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 118

⁴⁵M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.31

⁴⁶M Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 456

pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya.

b. Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Pada tahap ini penerima dakwah mengerti terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah yang telah tersampaikan.

c. Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif, dan afektif. Dapat diambil pemahaman bahwa seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahuinya itu, kemudian masuk ke dalam perasaannya, kemudian timbullah keinginan untuk bertindak dan bertingkah laku.

Jika dakwah telah menyentuh aspek behavioral, yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam sesuai pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berjalan dengan baik, dan inilah merupakan tujuan final dari dakwah itu.

7. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat atau instrumen yang digunakan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam kepada *mad'u*. Media dakwah ini dibagi menjadi lima, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, *audiovisual*, dan akhlak.⁴⁷ Lisan adalah media dakwah yang menggunakan lidah dan suara dalam menyampaikan ceramah, khutbah, bimbingan, dan pengajaran. Tulisan adalah media dakwah dalam bentuk tulisan seperti: buku, majalah, surat kabar, korespondensi, dan sebagainya. Lukisan adalah media dakwah dalam bentuk gambar, kaligrafi, karikatur, dan sebagainya. Audiovisual adalah media dakwah yang dapat dilihat dan didengar, seperti televisi, film, internet, dan sebagainya. Akhlak adalah media dakwah dalam bentuk perilaku Islami yang dapat diamati secara langsung.⁴⁸

8. Organisasi Dakwah

Pengorganisasian adalah seluruh proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggungjawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Pengorganisasian dalam pandangan Islam bukan semata-mata merupakan wadah, akan tetapi lebih menekankan bagaimana pekerjaan dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis.

Sementara itu, Rosyad Saleh dalam M. Munir dan Wahyu Ilahi mengemukakan, bahwa rumusan pengorganisasian dakwah itu adalah rangkaian aktivitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan jalan membagi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilaksanakan, serta menetapkan

⁴⁷M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*. h 32

⁴⁸Usman Jasad, *Dakwah & Kamunikasi Transformatif*, (Makassar: Alauddin press, 2011), h. 132

dan menyusun jalinan hubungan kerja antara satuan-satuan organisasi atau petugasnya.⁴⁹

9. Manajemen Dakwah

Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif jika apa yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai, dan dalam pencapaiannya dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar. Kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakan menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan dan akan menumbuhkan sebuah citra profesionalisme di kalangan masyarakat, khususnya dari pengguna jasa dari profesi *da'i*.

Sedangkan A. Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah.⁵⁰ inilah yang merupakan inti dari manajemen dakwah, yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.

10. Evaluasi dakwah.

Evaluasi dakwah ini dirancang untuk memberikan penilaian kepada orang yang dinilai dan orang yang menilai atau pimpinan dakwah tentang informasi mengenai hasil karya. Tujuan dari program ini adalah untuk mencapai konklusi dakwah yang evaluatif dan memberi pertimbangan mengenai hasil karya serta untuk mengembangkan karya dalam sebuah program.

Menurut M. Munir & Wahyu Ilaihi evaluasi dakwah adalah meningkatkan pengertian manajerial dakwah dalam sebuah program formal yang mendorong para manajer atau pemimpin dakwah untuk mengamati perilaku anggotanya, lewat pengamatan yang lebih mendalam yang dapat dihasilkan melalui saling pengertian di antara kedua belah pihak. Secara spesifik tujuan dari evaluasi dakwah itu adalah:

- a. Untuk mengidentifikasi sumber daya *da'i* yang potensial dalam sebuah spesifikasi pekerjaan manajerial.
- b. Untuk menentukan kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi individu dan kelompok dalam sebuah lembaga atau organisasi.
- c. Untuk mengidentifikasi para anggota yang akan dipromosikan dalam penempatan posisi tertentu.⁵¹

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yakni menganalisis dan menggambarkan tentang realitas proses dakwah di media sosial. Lokasi penelitian ini adalah media sosial terkhusus *facebook* dengan objek penelitian yang akan diteliti meliputi aspek dakwah di media sosial yang terdiri dari *dai* dan bentuk dakwah. Pendekatan penelitian ini adalah studi fenomenologi dalam arti peneliti menghimpun data berkenaan dengan konsep, pendapat, pendirian, sikap, penilaian dan pemberian makna terhadap situasi atau pengalaman dalam kehidupan. Sumber data dalam

⁴⁹M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.120

⁵⁰M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.36

⁵¹M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. h.184

penelitian ini adalah dai, *facebooker* dan aktif berdakwah di *facebook* sebagai sumber data primer yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, majalah, karya ilmiah yang relevan dengan penelitian. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan jenis instrumen lain yang mencakup pedoman wawancara, pedoman observasi, dan alat dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah model interaktif Miles dan Huberman yakni analisis data dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu,⁵² sebagai berikut: a) Reduksi Data yaitu merangkum dan memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema yang dianggap penting dan relevan dengan strategi dakwah di media sosial. b) *Display* atau penyajian data adalah bentuk uraian singkat, bagan, dan sejenisnya yang merupakan lanjutan setelah data direduksi dan melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami; dan c) Verifikasi atau kesimpulan adalah penarikan kesimpulan yakni setelah data dipolakan, difokuskan dan disusun secara sistematis dalam bentuk naratif, maka melalui metode induksi, data tersebut disimpulkan. Sehingga makna data dapat ditemukan dalam bentuk tafsiran dan argumentasi. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan yang diambil sekiranya masih terdapat kekurangan akan ditambahkan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Unsur dakwah yang paling berpengaruh atas keberadaan media dakwah adalah pendakwah. Hampir semua media dakwah bergantung pada kemampuan pendakwah, baik secara individu maupun kolektif. Kemampuan pendakwah tidak hanya sebatas operasional media, tetapi juga pada pengetahuan dan seni dalam penggunaan media tersebut.⁵³ Pemanfaatan media sosial sebagai media berdakwah dinilai cukup efektif, karena didukung oleh sifatnya yang tidak terbatas ruang dan waktu. Materi keislaman dan dakwah bisa disebar dengan cepat dan efisien. Dari segi biaya pun menjadi sangat murah. Informasi yang disebar lewat media sosial dapat menjangkau siapapun dan dimanapun asalkan yang bersangkutan mengakses internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan dakwah, bisnis Islami, silaturahmi dan lain-lain. Oleh sebab itu, umat Islam harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi.

Terkait dengan penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, yaitu pada aspek cara penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, dai yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengunggah tulisan, gambar dan video di *wall*. Kedua, dai yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengirim pesan berupa tulisan dan gambar ke *inbox*.

Berdasarkan analisis di atas maka bentuk penyampaian dakwah di *facebook* dapat dikategorikan sebagai:

1. Dakwah *Bi al-qalam*

Istilah *dakwah bi al-qalam* mungkin tidak sepopuler dengan istilah *dakwah bi al-lisan*. Padahal keduanya mempunyai esensi yang sama, yaitu menyeru (berdakwah)

⁵²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, h.246

⁵³Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2012) hal.428

umat manusia menuju kebaikan. Adapun kata *qalam* merujuk kepada firman Allah swt dalam QS. al-Qalam/68:1

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

Terjemahnya:

Nun, demi kalam dan apa yang mereka tuliskan.⁵⁴

Qalam dalam ayat tersebut diterjemahkan sebagai pena (sebuah alat untuk menulis). Jadi, *dakwah bi al-qalam* maksudnya dakwah dengan menggunakan pena, atau tulisan melalui buku, artikel, buletin dan sebagainya. Karena melalui tulisan, *dakwah bi al-qalam* ini sering diidentikan dengan *dakwah bi al-kitabah* (dakwah melalui tulisan). Perbedaannya untuk yang pertama menunjukkan subjek, senjata, atau alat. Adapun yang kedua menunjukkan kepada objek, hasil atau produk gagasan.⁵⁵ Pengertian *dakwah bi al-qalam* lainnya yaitu mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah swt. lewat seni tulisan.⁵⁶ Pengertian *dakwah bi al-qalam* menurut Suf Kasman yang mengutip dari *Tafsir* Departemen Agama RI menyebutkan definisi *dakwah bi al-qalam*, adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah swt. melalui seni tulisan. Kasman juga mengutip pendapat Ali Yafie yang menyebutkan bahwa, *dakwah bi al-qalam* pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah swt., tentang alam atau makhluk-makhluk dan tentang hari akhir atau nilai keabadian hidup. Dakwah model ini merupakan dakwah tertulis lewat media cetak.⁵⁷

Tulisan sebagai media dakwah membantu mengatasi kelemahan dakwah melalui lisan. *Dakwah bi al-lisan* yang memiliki keterbatasan waktu, tempat, serta kelompok penerima pesan, dapat dipenuhi melalui *dakwah bi al-qalam*. *Dakwah bi al-qalam* memungkinkan dai menuangkan gagasan dan membahasnya secara menyeluruh dan mendalam melalui sebuah tulisan. Tulisan juga memiliki ruang waktu (daya simpan) lebih lama, tempat dan penerima lebih luas. Menurut Mujiono, keunggulan tulisan sebagai media dakwah yaitu:

- a) Memberikan kesempatan untuk memilih pesan dakwah sesuai dengan kemampuan dan kepentingan. Bahkan pembaca lebih lanjut dapat membacanya setiap kali dia ingin dan kapan ia ingin berhenti membacanya. Juga dapat membuat resume jika ia perlu.
- b) Tidak terikat oleh suatu waktu dalam mencapai khalayaknya. Bahkan mereka secara bebas dapat melihat kembali materi yang telah dibacanya untuk mengingatkannya, atau bahkan menguatkan ingatannya, atau dengan kata lain pembaca dapat tetap menyegarkan ingatannya dan dapat menikmati suatu kepuasan yang pernah dinikmati sebelumnya. Dengan demikian ia dapat menimbulkan efek berganda yang bertumpu pada *accumulative effect*. Hal ini tidak dapat dijumpai pada media lain.

⁵⁴Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*, h. 564

⁵⁵Asep Nurdin, *Menumbuhkan Semangat Dakwah Bil-Qolam*, Artikel, 07 Desember 2009.

⁵⁶Suf Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-prinsip Da'wah bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Teraju, 2004), hal. 120

⁵⁷Suf Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-prinsip Da'wah bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*. hal. 119-120

- c) Dapat mengembangkan suatu topik yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan melalui media yang lain misalnya radio, film, dan televisi.
- d) Dapat hidup dan berkembang dalam keadaan yang tidak diikat oleh standar tertentu dalam hal isi keseluruhan dibanding pada media lainnya. Ia memiliki kelebihan lebih luas dan kebebasan gaya yang lebih besar dalam memenuhi selera pembaca. Materi yang bagaimana pun keadaannya dapat mudah disalurkan melalui media cetak daripada media film.
- e) Memiliki prestise yang tinggi. Justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, media ini dapat membentuk kebiasaan pembaca yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca. Atas dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh pembacanya.⁵⁸

2. Dakwah melalui Pesan Gambar

Merupakan materi visual yang sering dijumpai di mana-mana. Sering dijadikan media iklan yang cukup menarik. Majalah, surat kabar, spanduk dan baliho sering menggunakan gambar dan foto sebagai media untuk menarik konsumen. Dalam perkembangannya, gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Adapun caranya yaitu dengan menyusun gambar-gambar, foto-foto dan guntingan-guntingan gambar dalam sebuah papan atau baliho yang dipasang pada tempat strategis. Dengan menggunakan media tersebut, maka perhatian orang akan segera tertuju untuk melihat gambar tersebut, membaca dan mengamati. Kelebihan dakwah melalui gambar dan foto adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar ataupun majalah, sesuai keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung.

3. Dakwah melalui Video

Media ini juga dapat menampilkan unsur gambar (*visual*) dan suara (*audio*) secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi kepada khalayak. Walaupun bentuk fisiknya berbeda, media ini banyak memiliki kesamaan dengan media film. Keduanya dapat menayangkan unsur gerak. Video sangat tepat digunakan untuk kepentingan dakwah, ia dapat memancarkan program dalam bentuk *audio visual*. Terlebih lagi, program video dapat disusun sesuai selera da'i dan dapat disiarkan sesuai dengan kebutuhan tanpa harus bergantung pada stasiun pusat. Kita dapat gunakan media video sewaktu-waktu untuk kepentingan dakwah.

Berdakwah di *facebook* juga membuka ruang kepada para pengguna yang lain untuk bisa membalas atau mengomentari status yang dibuat oleh da'i, dalam ilmu komunikasi dikenal dengan komunikasi dua arah atau komunikasi interaksional. Komunikasi dua arah adalah komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan. Setiap partisipan memiliki peran ganda, di mana pada satu waktu bertindak sebagai *sender*, sedangkan pada waktu yang lain berlaku sebagai *receiver*, terus seperti itu sebaliknya.⁵⁹

Selain itu, berdakwah di *facebook* juga diperlukan pemahaman yang memadai mengenai konteks sosial yang menjadi medan dakwah. Terkait dengan hal itu Amrullah

⁵⁸Lihat Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2012) hal.416

⁵⁹Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 258

Ahmad mengemukakan perlunya menerapkan teori medan dakwah.⁶⁰ Teori medan dakwah memberi gambaran tentang kondisi teologis dan struktur sosial *mad'u* pada saat pelaksanaan dakwah berlangsung. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa dakwah Islam tidak berada ruang sosial yang vakum. Dakwah Islam berhadapan dengan masyarakat yang dilingkupi oleh aneka ragam nilai dan budaya. Masyarakat merupakan kumpulan sekian banyak individu yang terikat oleh adat, ritual, atau hukum-hukum tertentu. Setiap masyarakat memiliki karakteristik dan pandangan yang berbeda-beda sehingga melahirkan watak dan kepribadian khas.⁶¹

V. KESIMPULAN

Fenomena dakwah melalui jejaring sosial *facebook* khususnya di Indonesia mengalami perkembangan. Hal ini ditandai dengan hadirnya para aktivis dakwah untuk memanfaatkan *facebook* sebagai sarana media dakwah Islam. Di mana semua pengguna *facebook* bisa melihat, belajar di *facebook* untuk menambah wawasan keilmuan dan informasi seputar dunia islam. Pemanfaatan *facebook* sebagai media dakwah ini yang akan menjembatani kemajuan teknologi dengan proses dakwah, supaya masyarakat lebih mengenal *syari'at* dan tidak berargumen bahwa dakwah hanya dalam pengajian. Sebab eksistensi dari dakwah adalah menyeru kepada yang *ma'ruf* dan mencegah kepada hal yang *munkar*. Analisis peneliti terkait dengan penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, yaitu pada aspek cara penggunaan *facebook* sebagai media dakwah, dapat diuraikan sebagai berikut: Pertama, *dai* yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengunggah tulisan, gambar dan video di *wall*. Kedua, *dai* yang menjadikan *facebook* sebagai media dakwah dengan cara mengirim pesan berupa tulisan dan gambar ke *inbox*. Olehnya itu bentuk dakwah di *facebook* yang bisa dikembangkan yaitu pertama: dakwah *bil al-qalam*, kedua; dakwah melalui pesan gambar, ketiga dakwah melalui *audiovisual* dalam hal ini video.

Media sosial merupakan aplikasi yang selalu mengalami perkembangan setiap saat. Oleh karena itu bentuk dakwah Islam juga harus berkembang seiring perkembangan teknologi. Dalam hal ini peneliti mengajak kepada para *da'i* untuk kiranya aktif merespon dan menggunakan media sosial sebagai media berdakwah. Dakwah Islam *amar ma'ruf Nahi mungkar* tidak boleh dibatasi oleh ruang dan waktu.

⁶⁰Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Amirullah Ahmad dalam tulisannya yang berjudul “Struktur Keilmuan Dakwah: Sebuah kajian Epistemologi dan Struktur Keilmuan Dakwah Islam sebagai ilmu. Lihat Usman, “Mencegah Radikalisme Agama (Dakwah Komunikatif Muhammadiyah Di Sulawesi Selatan)”, *Disertasi*, Jakarta: Sekolah Pascasarjana (UIN) Syarif Hidayatullah, 2010. H. 78

⁶¹M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Quran (Tafsir Maudhu'i atas pelbagai Persoalan Umat)*, (Bandung: Mizan, 2006), h. 319

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Muliati, *Teori-teori Ilmu Dakwah*, Cet I; Makassar: Alauddin University Press, 2011
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2012.
- Departemen Agama R.I, *al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Jamanatul Ali, 2004.
- Hasanudin, *Hukum Dakwah*, Cet. I; Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996
- Hasyimi, A., *Dustur Dakwah Menurut Al-Quran*, Jakarta, Bulan Bintang, 1974
- Jasad, Usman, *Dakwah & Kamunikasi Transformatif*, Makassar: Alauddin press, 2011
- Kasman, Suf, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-prinsip Da'wah bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Teraju, 2004.
- Makbuloh, Deden, *Pendidikan Agama Islam (Arah Baru Pengembangan Ilmu dan Kepribadian di Perguruan Tinggi)*, jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Muliadi, *Dakwah Efektif; Prinsip, Metode dan Aplikasinya*, Makassar: Alauddin University Press, 2012
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Cet 3, Jakarta: Kencana. 2012
- Natsir, M., *Fiqhud Dakwah*, Jakarta, Dewan Islamiyah Indonesia.
- Nurdin, Asep, *Menumbuhkan Semangat Dakwah Bil-Qolam*, Artikel, 07 Desember 2009.
- Samsul, Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Cet:1 Jakarta, AMZAH 2009.
- Shaleh, Rasyid, *Manajemen Dakwah Islam* Jakarta: Bulan Bintang, 1997
- Shihab, M Quraish, *Wawasan Al-Qur'an (Tafsir Maudhu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat)*", Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2007.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2009.
- Suparta, Munzier, dkk, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2003
- Syukir, Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al Ikhlas, 1986
- Tim Gama Press, *Kamus Ilmiah Populer*, Yogyakarta: Gama Press, 2010
- Tim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 1986
- Umar, Toha Yahya, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Wijaya, 1979.