

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP AKTIVITAS DAKWAH DI DESA HUTAPUNGKUT TONGA KABUPATEN MANDAILING NATAL

Juli Anggina Sari, Marlina, Elismayanti Rambe
(Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal)
Email: sarianggi393@gmail.com

Kata kunci

Media sosial, aktivitas dakwah, youtube dan penggunaan

Abstrak

Media sosial menjadi sarana alternatif saat ini, salah satunya dalam hal berdakwah. Tidak sedikit dari para aktivis dakwah memanfaatkan media sosial yang ada sebagai sarana dakwah Islam sebagai bentuk kedinamis, progresif, dan inovasi berdakwah untuk dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan dan hambatan penggunaan media sosial terhadap aktivitas dakwah di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi, serta dengan teknik analisis data Miles and Huberman. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial sangat mempengaruhi Aktivitas Dakwah saat ini. Komunikasi dakwah melalui media sosial bisa menjadi pengaruh baik dan buruk dalam penyebaran dakwah yang dapat merubah pandangan masyarakat di tengah perkembangan teknologi informasi yang disebarkan melalui media. Para pengguna media sosial terutama umat Islam, agar dapat membentengi diri dari hal-hal negatif tersebut sehingga dakwah melalui media sosial dapat berdampak baik dalam perkembangan zaman saat ini.

Keywords

Social Media, Da'wah Activities, YouTube and Usage

Abstract

Social media has become an alternative means nowadays, one of which is preaching. Not a few da'wah activists use existing social media as a means of Islamic da'wah as a dynamic, progressive and innovative form of preaching to be able to reach all levels of society. The aim of this research is to determine the use and barriers to the use of social media for da'wah activities in Hutapungkut Tonga Village, Mandailing Natal Regency. This research uses qualitative research methods, using interview, observation and documentation data collection techniques, as well as Miles and Huberman data analysis techniques. The results of this research show that the use of social media greatly influences current Da'wah activities. Communication of da'wah through social media can be a good and bad influence in the spread of da'wah which can change people's views amidst the development of information technology that is disseminated through the media. Social media users, especially Muslims, can protect themselves from these negative things so that da'wah through social media can have a good impact in today's developments.

Pendahuluan

Teknologi komunikasi di era saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kebutuhan manusia terhadap informasi mempengaruhi teknologi komunikasi terus berkembang. Masyarakat di era modern kini membutuhkan alat komunikasi guna untuk mendapatkan dan membagikan informasi yang didapatnya. Dengan menggunakan alat komunikasi masyarakat dapat secara cepat dan mudah mencari informasi yang dibutuhkan. Teknologi yang semakin canggih kini mempermudah masyarakat dalam proses komunikasi. Salah seorang pakar komunikasi Abdul Muis dalam bukunya Wawan Kusnadi di Majalah Analisis CSIS (1991), menyebutkan “kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam saluran (media) yang kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian” (wulandari, <https://repository.ar-raniry>, 2023). Dalam hal ini sebuah keharusan yang tidak bisa ditolak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan waktu dan ruang yang mesti dilalui oleh semua manusia. Kita hanya bisa menyesuaikan dan mengikuti perkembangan dan perubahan yang terjadi. Konsekuensi logis dari perubahan tersebut adalah pola pikir, sikap, mentalitas, dan perilaku umat hendaknya dirubah mengikuti perkembangan zaman yang ada, termasuk menjalankan ajaran agama. Fenomena anak muda mengaji Al-Qur’an dengan menggunakan handphone, seorang muslimah menggunakan jilbab yang modis, umrah sebagai trend wisata religius, curhat masalah agama dengan menggunakan Youtube dan Facebook, pengajian di kantor-kantor dan hotel-hotel, training keagamaan dengan biaya mahal, gerakan shalat dhuha di perusahaan-perusahaan, gerakan wakaf uang dan lain sebagainya merupakan fenomena adanya perubahan-perubahan dalam keberagaman seorang muslim. Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para Da’i. (thohirin, 2003)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Tren ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bekerja bisa dilihat dari jenis-jenis media sosial. Misalnya di *Youtube* dan *Instagram*, media sosial yang kontennya adalah video, memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal dan channel. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di kanal ini pengguna bisa mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan. (lister, 2003) Dan yang di bahas disini ialah tentang video dakwah dan ceramah yang di unggah di media sosial. Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam *Al-Qur’an* dan *as-Sunnah* Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan, dan menyampaikan agama islam kepada masyarakat. Di dalam *Alqur’an* terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya berada di jalan Allah. Terdapat dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 :

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

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

Dalam berkembangnya teknologi maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta’lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. (daryanto, 2020). Dalam penyampaian dakwah harus menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu media yang hanya menggunakan suara untuk di dengarkan, media visual yaitu media yang menggunakan gambar dan tulisan yang hanya bisa dilihat serta media audio visual media yang menggunakan suara dan gambar yang bisa dilihat dan didengar. Tentu media audio-visual yang banyak digunakan seseorang untuk berdakwah karena lebih mudah dan cepat ditangkap oleh sasaran dakwah, melihat dan mendengar lebih berkesan daripada hanya melihat atau mendengar saja. Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial, yang memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara singkat, simpel dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting, melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial. Aktivitas dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para Da’i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa memecah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat. dalam dakwah juga harus ada media yang mendukung seperti media sosial yang akrab dengan aktivitas publik saat ini. Pengguna media sosial sangat banyak saat ini terutama mayoritas dari kalangan pemuda, namun media sosial cukup alternatif untuk digunakan sebagai sarana dakwah masa kini. Maka, tak sedikit dari para aktivis dakwah memanfaatkan media sosial yang ada sebagai sarana dakwah Islam. Namun permasalahannya masih banyak masyarakat yang belum tertarik dengan aktivitas dakwah yang telah di buat oleh aktivis dakwah dengan kreasi – kreasi yang baru salah satunya masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal. Bahkan masyarakat yang ada Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal lebih tertarik dengan konten video atau konten musik yang ada di media sosial daripada aktivitas dakwah. Selain itu, kesulitan masyarakat dalam mencari jaringan yang baik dalam penggunaan media sosial juga menjadi hambatan utama di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal.

Lembaga *We Are Sosial* memublikasikan hasil penelitian terhadap perilaku internet, akses terhadap internet hingga akun media sosial dari seluruh dunia. Dan untuk masyarakat hutapaungkut tonga menunjukkan bahwa ada sekitar 80 persen penduduknya yang memiliki akun internet, dan dari data penduduk yang terdaftar ada sekitar 600 orang lebih yang terdaftar serta memiliki akun di media sosial seperti facebook dan Instagram. Dalam penelitian ini peneliti

mengambil *teori Agenda Setting* Dalam setiap komunikasi diperlukan topik yang saling dimengerti satu sama lain agar terciptanya komunikasi timbal balik yang baik antar kedua belah pihak baik dari sisi komunikator maupun komunikan. Komunikasi pada zaman sekarang dapat dilakukan dengan berbagai macam cara baik komunikasi langsung (tatap muka) maupun komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung (daring) dengan berkembangnya teknologi pada saat ini juga memudahkan kita untuk saling bertukar informasi dengan lebih cepat dan mudah. Media-media komunikasi sekarang juga telah berkembang jauh lebih modern dan beragam pilihannya tidak terkecuali untuk media komunikasi yang melibatkan banyak orang (massa) maka dari itu pilihan media massa yang beragam tersebut juga harus disesuaikan dengan aktivitas kita sehari-hari dan harus lebih cermat dalam menyaring informasi yang diterima agar terhindar dari banyaknya berita palsu yang menimbulkan perpecahan melalui isu yang belum pasti kebenarannya.

Metode

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field Research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang mengumpulkan datanya dilakukan dilapangan seperti lingkungan masyarakat, atau organisasi kemasyarakatan. Datanya mengharuskan peneliti untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. (samuel S, 2013) Dalam penelitian ini mengadakan penelitian pada lingkungan masyarakat, yakni Desa Hutapungkut Tonga, Mandailing Natal. Penelitian kualitatif lapangan yang dilakukan peneliti bertujuan untuk meneliti dan untuk mengetahui penggunaan media sosial terhadap aktivitas dakwah di desa Hutapungkut Tonga kabupaten Mandailing Natal. Peneliti menggunakan beberapa instrument untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya baik, dalam arti lebih cermat dan sistematis sehingga lebih mudah di olah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan (pendakwah) maka dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan media sosial terhadap aktivitas dakwah di desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal harus lebih dimaksimalkan agar dapat mencakup sebanyak orang umumnya dan khususnya masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi objek lingkungan yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat gambaran jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan observasi partisipan yang dimana peneliti terjun langsung kelapangan melihat kondisi objek lingkungan. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis data yang bersifat kualitatif. (moleong) Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat. (sugiono) Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, kemudian mengorganisasikan data, memilah-milahkannya menjadi satuan yang dapat dikelola, kemudian disistensikan, selanjutnya mencari

dan menemukan pola, menemukan yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Langkah-langkah analisis data kualitatif yaitu: *Pertama*, Reduksi data, Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. *Kedua*, Penyajian data. Melalui penyajian data, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang berbentuk naratif. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchat* dan sejenisnya. (sugiono). *Ketiga*, Kesimpulan dan verifikasi, Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Hasil dan Pembahasan

Penggunaan Media Sosial Terhadap Aktivitas Dakwah di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal.

Penggunaan media sosial dalam berdakwah termasuk salah satu diskursus yang mendapat perhatian serius dari berbagai kalangan. Semenjak mudahnya masyarakat mendapatkan HP android dan jaringan internet, dakwah melalui media sosial sangat mudah untuk dilakukan, tersebar secara cepat dan luas serta dapat diposting kapan saja. Internet menjadikan pengguna saling berinteraksi dan berbagi informasi tanpa batas ruang dan waktu. Penggunaan media sosial dalam berdakwah merupakan salah satu media yang paling berpengaruh dalam menyebarkan ajaran islam. Karena seperti yang kita ketahui, bahwasannya setiap tahun pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat. Berdasarkan hasil laporan terbaru Kominfo (kominfo.go.id) - Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Oleh karena itu, Media sosial juga sangat memungkinkan untuk dijadikan sarana dakwah yang lebih baik dan kreatif yakni melalui konten yang menarik seperti membuat dakwah melalui meme, video, audio, infografis dan sebagainya, dengan fakta ini menunjukkan besarnya peluang pemanfaatan

media sosial untuk berbagai keperluan termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah oleh para da'i. Pendakwah, da'i atau yang disebut juga dengan mubaligh telah banyak memposting pesan-pesan agama pada media sosial. Diantara para da'i yang sering menggunakan media sosial sebagai media dakwah adalah Ustadz Yusuf mansur, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Adi Hidayat dan masih lainnya. Postingan para ustadz tersebut dengan tujuan yang bervariasi. Adakalanya menjawab masalah-masalah yang muncul dikalangan masyarakat ataupun meluruskan berbagai anggapan yang keliru dalam memahami ajaran agama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustad Rifki Hidayad, antusias penggunaan media sosial di Indonesia sangatlah tinggi terutama di kalangan anak muda. Hal ini yang mendasari Ustad Rifki Hidayad memilih remaja atau pemuda sebagai sasaran target dakwahnya. Sebagaimana dakwah Nabi Muhammad saw dahulu, beliau berdakwah dimulai dari anak muda dan diterima oleh anak muda. Maka haruslah dakwah dimulai dari anak muda atau remaja karena awal dari kebangkitan peradaban adalah anak muda atau remaja. Jika ingin membicarakan tentang perubahan baik itu dibidang pendidikan, nasional maupun agama pasti dimulai dari anak muda atau remaja. Maka dakwah dimedia sosial dalam hal ini Youtube sasarannya adalah anak muda dan remaja. Diharapkan anak muda atau remaja paham bahwa Islam bukan hanya sekedar aktivis ibadah seperti sholat dan puasa saja. Tetapi Islam menyangkut segala sesuatu aspek kehidupan baik ekonomi, politik maupun sosial. Jadi diharapkan dengan berdakwah melalui media sosial dalam hal ini Youtube dapat merubah opini para pemuda akan hal ini. Beliau juga mengatakan bahwa adanya hubungan antara kesuksesan pesan dakwah diterima dengan konten yang menarik (Ustad Rifki Hidayad, Wawancara, 13 Juli 2023). Selain itu Konten dakwah juga dapat kita temui di dalam media sosial itu ada banyak pilihannya. Ditambah lagi dengan adanya berbagai jenis media sosial di zaman ini, salah satu jenis media sosial yang sering diakses masyarakat ialah youtube, instagram, dan facebook. Seperti contohnya, tak jarang kita sering menemukan beberapa postingan baik berupa gambar maupun video tentang dakwah islam yang durasinya pendek tetapi isi dari konten dakwah tersebut dapat dengan mudah kita pahami. Dakwah yang dilakukan melalui media sosial dalam hal ini Youtube memiliki banyak keuntungan. Jangkauan media sosial dalam hal ini Youtube dapat membuat aktivis dakwah lebih dikenal dengan mudah. Hal ini dirasakan oleh salah satu aktivis dakwah yaitu Ustad Rifki Hidayad. Beliau merasakan berdakwah menggunakan media sosial dalam hal ini Youtube memudahkannya dikenal oleh masyarakat luas. Pada awal berdakwah Ustadz Rifki Hidayad hanya dikenal oleh masyarakat desa Hutapungkut Tonga karena beliau memulai dakwahnya dan berdomisili di desa Hutapungkut Tonga, namun setelah beliau menggunakan media sosial Youtube sebagai media untuk berdakwah, beliau mulai mendapat panggilan berdakwah dari berbagai di Kecamatan Kotanopan bahkan keluar Kecamatan Kotanopan. hal ini dikarenakan dakwah beliau di media sosial Youtube mendapatkan sambutan positif dari pengguna media sosial Youtube lainnya. (Ustad Rifki Hidayad, Wawancara, 13 Juli 2023).

Hambatan Dalam Penggunaan Media Sosial terhadap Aktivitas Dakwah Di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal.

Setiap kegiatan akan memiliki hambatan. Hambatan yang dihadapi bisa berupa hambatan yang besar atau sebuah hambatan yang bisa saja. Hambatan bukan berarti menjadikan sebuah kegiatan khususnya kegiatan dakwah terhenti, namun hendaknya sebuah hambatan menjadi sebuah tantangan untuk menciptakan solusi atas kegiatan dakwah yang akan dilakukan. Media sosial merupakan media yang dapat membantu semua kegiatan yang dilakukan manusia, baik yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi, seperti jual beli dan lain sebagainya, dilaman media sosial hal ini di tampung dan difasilitasi. Selain itu, hambatan dalam dakwah beranekaragam bentuknya, selama ini kita mengenal dalam bentuk klasik, bisa pada pelolakan, cibiran, cacian, ataupun teror bahkan sampai pada tataran fitnah. banyak para da'i mampu mengatasi tantangan atau rintangan tersebut dengan baik-baik karena niatnya memang telah kuat sebagai pejuang. Meski demikian, ada pula yang tidak mampu untuk mengatasinya sehingga tersingkir dari kancah dakwah.

1. Gangguan jaringan atau sinyal terkadang membuat postingan – postingan yang akan dimasukkan kedalam media sosial menjadi terhambat terkirim bahkan susah untuk dikirim atau tidak terkirim, dikarenakan jaringan atau sinyal yang susah didapat.
2. Masyarakat like atau subscribe akun media sosial para ustad khususnya di Desa Hutapungkut Tonga, sehingga pesan – pesan dakwah para ustad di Desa Hutapungkut Tonga tidak masuk kedalam halaman utama media sosial yang di miliki masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga.
3. Banyak masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga yang belum mengetahui media sosial para ustad yang ada di Desa Hutapungkut Tonga karena kurangnya publikasi yang menyebabkan dakwah di media sosial kurang terasa ke seluruh masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga.
4. Kebanyakan masyarakat di Desa Hutapungkut Tonga lebih aktif menonton akun musik atau para artis di bandingkan dengan akun media sosial para ustad di Desa Hutapungkut Tonga.

Solusi yang digunakan dalam meningkatkan aktivitas Dakwah di Desa Hutapungkut Tonga Kabupaten Mandailing Natal.

Di era milenial dan digital ini, terdapat sarana dan metode dalam dakwah agar lebih efektif disampaikan kepada khalayak. Dalam mengoptimalkannya, setidaknya ada 5 kiat yang bisa kita lakukan saat berdakwah di era milenial dan digital saat ini, agar bisa mencapai keridaan Allah, diantaranya sebagai berikut:

1. *Optimalkan Semua Potensi dalam Berdakwah*

Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah mewajibkan Ihsan (sempurna) dalam segala hal." (HR Muslim). Dalam konteks dakwah adalah harus benar-benar menguasai konten yg akan disampaikan, jangan hanya sekedar copas (*copy-paste*) dari media tanpa pemahaman yang mendalam tentang masalah atau isu yang akan disampaikan.

2. *Lakukan Studi Banding dari Banyak Sumber*

Ibroh dari Kisah Nabi Musa AS dan Nabi Khidir AS dalam Al Gur'an (QS. Al Kahfi/ 18: 60-82). Pendakwah di era digital hendaklah sering melakukan riset dari berbagai sumber, karena pendengar kita adalah majemuk, dan berasal dari berbagai latar belakang

dan berbagai tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Dakwah yang minim riset dan berkesan kacamata kuda, akan menimbulkan berbagai reaksi yang tidak diinginkan dari pihak lain yang bersebrangan pemahamannya. Kita tidak perlu menyenangkan semua orang karena hal itu mustahil, tapi hendaknya kita mengetahui berbagai sudut pandang agar konten yang kita sampaikan bisa mewakili berbagai mustami' (pendengar) yang berbeda latar belakang.

3. Hati-hati dengan Kepentingan Kelompok atau Golongan

Allah berfirman pada Qs. Al Maidah: 8,: "Hai orang-orang yang beriman hendaklah kalian menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah & menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencian kalian terhadap suatu kaum, mendorong kalian untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kalian kerjakan." (QS. Al Ma'idah /5:8)

Jauhi sikap ta'ashub (fanatik), baik dengan pemikiran, aliran, kelompok ataupun pendapat pribadi. Selalulah ber-husnuzhan dan berusaha merangkul semua pihak, termasuk yang berbeda pandangan dengan kita. Sebab dakwah yang santun dan inklusif akan lebih diterima oleh hati nurani, dibandingkan dakwah yang eksklusif dan penuh dengan caci-maki dan fanatisme kelompok.

4. Perlunya Kerja Tim (*Teamwork*)

Allah berfirman pada Qs. Al Anfal: 73, artinya sebagai berikut: "Dan orang-orang yang kafir, sebagian mereka melindungi sebagian yang lain. Jika kamu tidak melaksanakan apa yang telah diperintahkan Allah (saling melindungi), niscaya akan terjadi kekacauan di bumi dan kerusakan yang besar." (QS. Al-Anfal Ayat 73). Dalam dakwah di era digital, maka kita perlu mengoptimalkan kerja tim (*teamwork*), bukan *single fighter* atau *one man show* yang akan merepotkan dan menyulitkan kita sendiri, baik saat mencari tema, melakukan riset maupun memperkaya sumber-sumber data kita.

5. Hindari Kepentingan Sesaat dalam Berdakwah

Allah berfirman pada Qs. Al Baqarah: 200, artinya sebagai berikut. "Maka di antara manusia ada yang berdoa, 'Ya Tuhan kami, berilah kami (kebaikan) di dunia,' dan di akhirat dia tidak memperoleh bagian apa pun." (Qs. Al Baqarah, 2:200) yang paling menggoda pada dakwah di era digital adalah godaan dunia. Hal itu bisa tergambar dalam bentuk popularitas, yang sering mengakibatkan seorang Da'i menjadi tokoh selebritis yang menghalalkan segala cara demi meningkatnya followers atau subscriernya, dibanding membawa misi Sayyidina Muhammad SAW dalam berdakwah. Belum lagi jika jumlah penggemar sudah banyak, maka godaan jabatan pun sudah datang menunggu. Baik dari Politisi, Pejabat atau berbagai kelompok kepentingan yang merayu sang Da'i untuk memanfaatkan followers atau subscriernya untuk kepentingan-kepentingan sesaat.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan media sosial terhadap aktivitas dakwah dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Para Da'i di desa Hutapungkut Tonga Kec. Kotanopan memiliki keragaman strategi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah menggunakan media sosial, pendakwah juga menggunakan kata-kata yang santun, menggunakan bahasa yang sederhana yang mudah dimengerti, Materi tidak terlalu panjang, menanggapi pertanyaan audiens. Adapun konten dakwah yang dibahas oleh para Da'i dalam media sosial tidak terlepas dari kerangka dasar yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Pertama konten tentang aqidah ini dianggap sebagai topik pembahasan, agar masyarakat terhindar dari hal-hal yang bertentangan dengan kebenaran. kedua, konten syariah adapun isi penyampaian dakwah berkaitan dengan syariah yang dipublikasikan melalui media sosial. Ketiga, para Da'i menganggap konten akhlak merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dibahas, karena didalamnya mengandung tata cara menjalani kehidupan bermasyarakat atau sering disebut *hablum minallah* dan *hablum minannas* yaitu hubungan dengan allah dan hubungan dengan sesama manusia. Selanjutnya hambatan- hambatan yang sering dialami oleh para Da'i saat menyampaikan dakwah di media sosial yaitu: 1) Para penonton tidak langsung percaya apa yang disampaikan oleh para pendakwah. 2) Sering terjadi gangguan jaringan internet, kadang-kadang ada gangguan dari telkom sendiri atau kadang-kadang gangguan dari pihak PLN sehingga matinya internet. Kadang - kadang habis kuota internet juga.

Referensi

- Barger, dkk. Social Media and Consumer Engagement: A Review and Research Agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(4), pp. 268-287. 2016.
- Daryanto, Media Pembelajaran, Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2020.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings. -new Media : A critical introduction. Medison Ave. 2003.
- Luik, j media sosial dan presentasi diri. In f, junaidi, komunikasi teoritas dan implikasi Yogyakarta: asosiasi pendidikan tinggi ilmu komunikasi : 2014.
- Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2006.
- Nana Syaodih Sukmadinata, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nasrullah analisis media sosial perspektip komunikasi dan budaya , Bandung: simbiosa rekatama Media :2017.
- Nusa Puta, Santi Lisnawati, Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Samuel S. Lusi dan Ricky Arnold Nggili, Asyiknya Penelitian Ilmiah Dan Penelitian Tindakan Kelas. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sudarwan Denim, Menjadi Peneliti Kualitatif, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2014.

Suharismi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: rineka cipta, 2010.

Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Thohirin, Bahan Ajar Media Pembelajaran, Pekanbaru: Fakultas Tarbiyah IAIN Suska, 2003.