

PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA MASA PANDEMI COVID-19

Marlina
(Dosen STAIN Mandailing Natal)
marlina@stain-madia.ac.id

Abstrak

Penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif ini dilakukan kepada da'i, ustadz atau mubaligh yang melakukan kegiatan dakwah di akun sosial media mereka, dengan tujuan agar kegiatan berdakwah tetap berjalan sebagai bentuk *amar ma'ruf nahi munkar* walau dimasa pandemi COVID-19 ini, karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat wajib sesuai dengan kemampuan masing-masing. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana pemanfaatan sosial media sebagai media dakwah dimasa pandemi COVID-19 ini, Dengan menggunakan metode observasi terhadap akun sosial media dan mengajukan beberapa pertanyaan sebagai bentuk penegasan sejauh mana da'i, ustadz atau mubaligh menggunakan media sosial sebagai media dakwah ditengah pandemi COVID -19. Temuan pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial diawali dengan pengupload-an video kegiatan dakwah dengan metode ceramah, kemudian da'i, ustadz atau mubaligh membagikan na keakun sosial media mereka, kemudian bagi jama'ah yang mengadakan kajian rutin dengan sang da'i akan dilakukan follow up lebih lanjut diakun whatsapp group, untuk memudahkan jama'ah bertanya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih.

Kata Kunci : pemanfaatan sosial media, media dakwah, masa pandemi COVID-19

A. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang selalu menganjurkan umatnya untuk menyampaikan dakwah¹, dakwah juga merupakan kewajiban setiap umat Islam tanpa terkecuali. Kewajiban berdakwah disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh setiap muslim. Bagi yang memiliki Ilmu keIslaman dan retorika yang baik maka mereka akan menyampaikan dakwah Islam melalui lisan mereka, dan hal ini sering kita jumpai pada para da'i, mubaligh dan para ustadz. Bagi

¹ Abdullah, *Wawasan Dakwah Kajian Epistimologis, Konsepsi Dan Aplikasi Dakwah*, (IAIN Pers: Medan), 2002. Hal 11.

mereka yang memiliki kemampuan menulis maka kegiatan berdakwah akan mereka lakukan dengan tulisan, baik menulis sebuah buku keagamaan, nasehat, pendidikan dan lain sebagainya juga kegiatan dakwah yang kita jumpai pada media massa cetak seperti surat kabar, majalah, buletin dan lain sebagainya.

Bagaimana dengan mereka yang tidak memiliki keahlian seperti pandai berbicara dan menulis, hal yang lain juga dapat dilakukan untuk berdakwah yaitu dengan menunjukkan sikap yang sopan santun juga bersikap seperti yang di contohkan oleh Rasulullah SAW. Menolong sesama, menjaga lingkungan, bersedekah dan membantu siapa saja tanpa membedakan suku, agama, kelompok dan ras. Sikap atau tindakan yang baik juga merupakan kegiatan dakwah yang dapat dilakukan oleh setiap muslim, dengan sikap yang baik sesuai dengan Alquran dan Sunah merupakan kegiatan dakwah yang efektif yang dapat dilakukan oleh setiap orang, selain kegiatan dakwah melalui lisan dan tulisan.

Pada masa pandemi COVID-19 saat ini para mubaligh, ustadz atau da'i sedikit mengalami kesulitan dalam kegiatan dakwah secara lisan yang biasanya dilakukan dengan cara tatap muka. Hal ini dikarenakan dilarangnya berkumpul dengan jumlah masa yang banyak, karena dikhawatirkan akan memperparah penyebaran COVID-19. Banyak majelis taklim yang tidak diperbolehkan, bahkan pembatasan jarak ketika sholat berjamaah juga diberlakukan demi mempekecil penyebaran COVID-19 sekaligus memutus mata rantai penyebarannya. Keadaan ini membuat kegiatan dakwah secara langsung yang sangat digemari kaum ibu khususnya secara otomotif terhenti, Kegiatan *wirid yasin* yang dilakukan setiap minggunya oleh kaum ibu dan bapak juga sempat terhenti. Keadaan diatas pastinya tidak boleh terjadi lama, kekeringan siraman rohani atau kegiatan dakwah Islam dapat menyebabkan menurunnya semangat atau bahkan kelalaian dalam beibadah.

Pemanfaatan sosial media sebagai alternatif media dalam kegiatan berdakwah merupakan sebuah ide yang baik dan merupakan langkah yang tepat dalam pemanfaatan media sebagai media dalam kegiatan berdakwah bagi setiap da'i, ustadz atau mubaligh. Sosial media dapat menjangkau lebih luas dan merupakan media yang efektif dalam menghadapi masa pandemi COVID-19 saat ini. Sosial

media merupakan media yang sering dilirik oleh setiap individu dalam mengisi kekosongan dikarenakan pembatasan gerak pada ruang publik, sehingga sosial media penggunaannya saat ini jauh meningkat dan lebih aktif dari pada pada masa normal. Hal ini merupakan kesempatan baik untuk para da'i melirik dan menggunakan sosial media dalam kegiatan berdakwah. Sosial media yang banyak berfungsi sebagai media eintertain banyak beralih fungsi kepada fungsi yang lain seperti fungsi informasi dan pendidikan, baik pendidikan umum maupun pendidikan keagamaan.

B. LANDASAN TEORI

Sosial media merupakan turunan dari media massa, karena penggunaan dan cakupan sosial media yang luas dan bersifat masif. Muhammad Surip dalam bukunya dengan judul teori komunikasi: perspektif teoritis dan teori komunikasi mengatakan bahwa media komunikasi massa dapat mempengaruhi masyarakat atau khalayak ramai sesuai dengan apa yang dimuat oleh media tersebut, media massa dalam hal ini memiliki kekuatan dalam membangun opini publik baik dari segi politik, sosial maupun ekonomi.² dalam hal ini peran sosial media sebagai sebuah turunan dari media massa memiliki pengaruh terhadap masyarakat sebagai pengguna, pengaruh yang diharapkan pastinya bernilai positif.

Da'i, ustadz, atau mubaligh merupakan seseorang yang dijadikan sebagai perpanjangan lisan Rasulullah. Dalam unsur dakwah da'i, ustadz atau mubaligh merupakan unsur utama dalam berlangsungnya kegiatan dakwah Islamiyah.³ Sebagai unsur utama dalam kegiatan dakwah islamiah, seorang da'i di tuntut untuk dapat menciptakan sebuah kemudahan bagi da'i untuk menerima materi dakwah Islamiyah tersebut. Pada masa pandemi COVID-19 ini maka kegiatan yang bersifat menghimpun banyak masyarakat atau berpotensi berkerumunan untuk saat ini sangat dilarang karena dapat berpotensi besar dalam penyebaran COVID-19.

² Surip Muhammad, *Teori Komunikasi: Perspektif Teoritis dan komunikasi*, (Penerbita Unimed: Medan), 2011. Hal 195

³ Abdullah, *Wawasan Dakwah Kajian Epistemologis, Konsepsi Dan Aplikasi Dakwah*, (IAIN Pers: Medan), 2002. Hal 44.

Sosial Media merupakan media baru yang “merasuki” pemikiran dan perilaku si pengguna, banyak yang hanyut ke dunia maya karena menemukan keasikan tersendiri ketika mereka berada didalamnya, yang kesemuanya itu adanya dan disediakan dalam bentuk sosial Media, yang mana sosial media dapat menjadi wadah ekspresi diri dan mendapatkan pengakuan dari pengguna media sosial lain yang selanjutnya bisa disebut sebagai masyarakat dunia maya. Sosial media memiliki perbedaan dan spesifikasi tersendiri dibanding dengan media cetak, audio visual dan lainnya, karakteristik juga merupakan ciri khas yang tidak dimiliki oleh media lain, atau sebuah kekhususan yang menguatkan ciri atau pembeda antara media sosial dengan media lain yang ada. Karakteristik yang dimiliki oleh sosial media setidaknya dapat menggambarkan kekhususan terhadap media tersebut, paling tidak ada enam poin yang menjadi karakteristik dari sosial media selain karakteristik dapat juga disebut sebagai ciri-ciri dari media sosial tersebut, adapun karakteristik tersebut adalah;

1. Jaringan (*network*)
2. Informasi (Information)
3. Arsip (Archive)
4. interaksi (Interactivity)
5. simulasi sosial (simulation of society)
6. konten oleh pengguna (User-Generated content) ⁴

Meskipun karakteristik sosial media dapat dilihat melalui media siber, akan tetapi media sosial memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang dimiliki oleh sosial media akan tetapi tidak dimiliki oleh media lainnya, yaitu bagaimana sosial media itu berubah fungsi menjadi sarana sosial di dunia virtual⁵, bukan berarti tidak ada ciri atau karakter secara umum, hanya saja pembahasan karakteristik media sosial ini dipandang sangat penting, untuk membedakan mana sosial media dan media lainnya.

⁴ Ruli Nasrullah, *media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. (bandung: simbiosis rekayasa media, 2015). h,16

⁵ *Ibid.* h,15

Keenam poin yang disebutkan diatas tersebut merupakan ciri dan menunjukkan kekhususan yang dimiliki oleh sosial media dan menunjukkan pembeda sosial media dengan media yang lain dengan akses yang sama yaitu dengan akses internet. Banyak media lain yang memiliki pengaksesan yang sama yaitu dengan akses jaringan internet, akan tetapi kekhususannya hampir tidak kita jumpai di media berbasis internet lainnya.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang sering juga disebut dan dikenal dengan sebutan penelitian naturalistik, dimana orang berusaha untuk memahami, mempersepsikan dengan cara menelaah bagaimana seseorang melakukan komunikasi atau proses komunikasi.⁶ Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode observasi dan wawancara melalui sosial media whatsapp dengan 5 orang da'i, ustad atau mubaligh yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan kegiatan dakwah mereka.

Pengamatan juga dilakukan dengan melihat isi dari postingan berupa video atau kata-kata yang dibagikan oleh da'i, ustadz atau mubaligh pada akun sosial media mereka, isi dari postingan yang ada di sosial media merupakan data awal, keudian pengamatan dilanjutkan dengan membaca kolom komentar baik yang ada di sosial media mereka atau di Youtube yang dimiliki oleh da'i, ustadz atau mubaligh. Kemudian pengamatan tadi dilanjutkan dengan wawancara melalui *chatting* whatsapp sekiranya ada data yang janggal atau data yang diras apeneliti kurang dalam pengamatannya.

D. PEMBAHASAN

Sosial media merupakan sebuah media komunikasi massa berbasis internet, dengan adanya sosial media membuat seseorang bisa melanglang buana dengan mendapatkan informasi diseluruh dunia hanya dengan menggunakan

⁶ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya), 2000, Hal. 3

sosial media yang merupakan media komunikasi yang berbasis internet. Hal ini merupakan kekuatan baru bagi pengguna media atau penikmat sosial media untuk mendapatkan informasi apa saja yang mereka inginkan dan perlukan. Bukan hanya penikmat informasi saja, akan tetapi kita juga dapat menjadi penyai dari sebuah informasi tersebut.

Sosial media merupakan bagian juga dari sosial media merupakan kekuatan keempat dalam kehidupan sosial, politik dan ekonomi. Hal ini dikarenakan bahwa media massa yang saat ini bermunculan dengan wujud sosial media dapat menjadi pembentuk opini publik juga dapat sebagai penekan dan pembentuk ide di ruang publik.⁷ Dalam kegiatan dakwah Islamiyah dimasa pandemi COVID-19 penggunaan media komunikasi khususnya sosial media menjadikan kegiatan dakwah Islamiyah berjalan dengan lancar. Media sosial merupakan media alternatif yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna, sehingga dapat memaksimalkan kegiatan dakwah yang dilakukan para da'i, mubaligh atau ustadz yang memiliki tugas untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

Pada umumnya para da'i, ustadz atau mubaligh merekam video ceramah mereka yang diunggah melalui youtube kemudian di teruskan atau dishare melalui akun media sosial mereka, dengan harapan jama'ah yang biasanya mengaji atau ikut pengajian dengan da'i, ustadz atau mubaligh tersebut dapat mengikuti pengajian dengan menyaksikan video yang sudah dibagikan melalui akun media sosial. Para madu yang biasanya adalah kaum ibu saat ini sudah melek teknologi khususnya sosial media. Mereka biasanya memiliki akun sosial media dengan berbagai motivasi, ada yang sekedar untuk hiburan, berteman dan bahkan ada juga yang menggunakannya untuk meningkatkan perekonomian.

Adanya pemanfaatan sosial media dikalangan da'i, ustadz atau mubaligh merupakan sebuah terobosan yang luar biasa untuk memaksimalkan kegiatan dakwah di era pandemi COVID-19 ini. Banyak dari kalangan da'i yang bukan hanya mengunggah video mereka melalui youtube kemudian dibagikan melalui

⁷ Ardhina Pratiwi, "Konstruksi realitas dan media massa (analisis Framing Pemberitaan LGBT di Republika dan BBC News Model Robert N. Entman)" (Jurnal Thaqafiyat Vol 9 No 1) Juni 2008. Hal 1

sosial media yang mereka miliki, akan tetapi ada juga para da'i, ustadz atau mad'u yang memanfaatkan sosial media whatsapp untuk melakukan *follow up*, atau wadah untuk saling tanya jawab ketika ada dari video yang di bagikan tadi menimbulkan sebuah pertanyaan.

Dari Lima (5) orang da'i, ustadz atau mubaligh yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini mereka membuat whatsapp group sebagai wadah untuk memperkuat atau untuk menjadi media konsultasi dan tanya jawab atas video yang telah disaksikan oleh para mad'u tersebut atau mungkin ada yang ingin menanyakan sebuah permasalahan yang sedang dihadapi oleh mad'u, yang tidak memungkinkan untuk mereka menanyakan dikolom komentar sosial media yang dimiliki oleh da'i, ustadz atau mubaligh tersebut.

Adanya sosial media dan dimanfaatkan sebagai media alternatif dalam berdakwah menjadikan proses dakwah Islamiyah menjadi tetap berlangsung, walaupun tidak bisa dilakukan dengan tatap muka. Kegiatan dakwah Islamiyah dengan menggunakan sosial media dimasa pandemi COVID-19 sebagai medianya memiliki beberapa keunggulan baik untuk *mad'u* maupun untuk da'i, ustadz atau mubaligh. yaitu; *pertama* pesan dakwah atau *maddah* dapat diterima oleh *mad'u* tanpa harus adanya kerumunan, *kedua* pesan dakwah dapat diterima bukan hanya pada satu orang saja akan tetapi bisa dilihat oleh semua anggota keluarga atau bahkan banyak orang, *keiga* mendapatkan materi dakwah Islamiyah bisa didapati kapan saja dan dimana saja, *keempat* kegiatan dakwah Islam dapat tersebar secara masif dan massal, *kelima* dakwah Islam lebih modern, kekinian dan lebih *Up date*.

Bagaimana dengan media massa lainnya seperti media cetak, koran, majalah atau buku?. Pemanfaatan media massa yaitu media vvetak dalam hala ini sedikit mengalami ketidak tertarikan para mad'u, dikarenakan tingkat keaktifan membaca, membeli surat kabar, majalah atau buku sangatlah rendah. Selain itu *lead* dan labeling terhadap pemberitaan di media cetak terhadap pesan dakwah pastinya akan dipilah-pilih oleh media yang menerbitkannya nantinya,⁸ hal ini

⁸ Abdul Munib, *Framing Media atas pemberitaan sertifikasi Da'i*, (jurnal Peurawi: medi Kajian Komunikasi Isam) Vol 3 No 2 tahun 2020. Hal 32

tentunya membuat ruang dan gerak penyampaian dakwah melalui media massa cetak juga sedikit terhambat, oleh sebab itu pemilihan sosial media sebagai alat berdakwah menjadi alternatif yang tepat.

Pemanfaatan sosial media sebagai media komunikasi dalam kegiatan dakwa dimasa pandemi COVID-19 ini menunjukkan bahwa dakwah akan tetap ada dan terus berjalan dikarenakan unsur dakwah seperti da'i, ustadz atau mubaligh masih mau melakukan kegiatan berdakwah, ketika ada keadaan yang membuat kegiatan berdakwah terhambat maka dengan cepat unsur dakwah yang utama dalam hal ini da'i ustadz, atau mubaligh mencari solusi atas permasalahan yang ada.

E. KESIMPULAN

Sosial media merupakan sebuah bahagian dari media massa, yaitu media massa yang berbasis internet. Setiap postingan yang di bagikan di sosial media seseorang akan mengundang respon masing-masing dari pengguna sosial media. Baik berupa hal yang positif ataupun negatif. Kegiatan berdakwah yang merupakan kewajiban setiap orang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya tidak bisa kita pungkiri. Dalam hal ini da'i, ustadz, atau mubaligh merupakan kelompok yang selalu mengajak dan menyeru di garda terdepan. Akan tetapi dengan adanya pandemi COVID-19 menjadikan kegiatan dakwah secara langsung mengalami hambatan.

Dakwah wajib tetap berjalan, maka da'i, ustadz atau mubaligh memanfaatkan media dakwah lain atau metode dakwah dengan media yang saat ini semua orang memiliki dan menggunakannya yaitu sosial media. Da'i, ustad atau mubaligh memanfaatkan sosial media sebagai alat yang dapat dijadikan sebagai media alternatif lain di masa pandemi COVID 19 kali ini, dilarangnya berkerumun dan anjuran untuk menghindari keramaian adalah usaha yang dilakukan saat ini untuk memutus mata rantai penularan COVID 19. Memaksimalkan sosial media adalah salah satu cara agar proses dakwah tetap berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Wawasan Dakwah Kajian Epistemologis, Konsepsi Dan Aplikasi Dakwah*, (IAIN Pers: Medan), 2002.
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cara Cerdas Bermedia khalayak media massa*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada), 2013
- Ardhina Pratiwi, “ *Konstruksi realitas dan media massa (analisis Framing Pemberitaan LGBT di Republika dan BBC News Model Robert N. Entman)*” (*Jurnal Thaqafiyat* Vol 9 No 1) Juni 2008.
- Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya), 2000.
- Marlina, *pengaruh Komunikasi Massa dan Media Terhadap masyarakat dan Budaya*, (Medan: Jurnal Ilmiah Al-Hadi Fakultas Agama Islam dan Humaniora universitas Panca Budi Medan) edisi Januari-Juni 2018
- Rachma Ida, *Metode Penelitian studi media dan kajian budaya*, (Jakarta; Pernanda Media Group), 2014
- Ruli Nasrullah, *media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. (bandung: simbiosis rekayasa media, 2015).
- Surip Muhammad, *Teori Komunikasi: Perspektif Teoritis teori komunikasi*, (Penerbita Unimed: Medan), 2011.
- Syukur Kholil, Dkk, *Komunikasi Islam dan tantangan Modrenitas*, (Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis) 2008