

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah mengajak kebenaran dengan menyeru serta menyampaikan dengan berbagai macam metode, sesuai dengan tuntunan Al-Quran dan Sunnah yang telah diajarkan Rasulullah *Shallallahu Alaihi wa Sallam* terdahulu yang berdakwah tanpa menjatuhkan dan menyakiti, menggunakan kata-kata yang baik dan benar. Allah menyuruh hambanya untuk mengajak kepada kebaikan. Sebagai seorang muslim mempunyai kewajiban untuk berdakwah dengan cara mengingatkan muslim sebagaimana Allah berfirman di dalam ayatnya yaitu :

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

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar; dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.¹ (QS. Ali Imran ayat 104)

Pada era globalisasi pada saat ini, manusia modern khususnya umat Islam harus lebih kreatif dalam menyampaikan ilmu pengetahuan di media sosial. bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro, yang telah dibekali tentang pemanfaatan media sosial.

Perkembangan teknologi dengan hadirnya platform media sosial menjadi alat alternatif yang mudah digunakan untuk berdakwah, sehingga dakwah dapat tersampaikan dengan mudah kepada khalayak keseluruh penjur. dakwah menggunakan media sosial adalah suatu inovasi modern dalam syariat Islam, yang akan memudahkan para da'i menyebarluaskan kewajiban umat muslim yaitu berdakwah. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah salah satu kesempatan untuk menyebarluaskan dakwah Islamiyah, bagaimana orang-orang timbul rasa peduli terhadap kemampuan dalam berdakwah di media yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana dalam berdakwah². Maka peran mahasiswa terutama Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas

¹ Kementerian Agama RI, Al- Qur'an dan Terjemah Bandung: Jawa Barat, 2017 h. 63 .

² Moh. Al Azis, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, Cet Kedua, (Jakarta: Kencana, 2009), h.154

Muhammadiyah Metro sangat berpengaruh dalam media dakwah terutama di media sosial, anak muda harus memberikan contoh yang baik kepada millennial lainnya, yang bisa menyampaikan ilmu yang sudah dipelajari dan didapat.

Dari Abdullah bin Amr *radhiyallahu ta'ala 'anhu*, bahwa Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda :

يَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*” (HR. Bukhari)³

Sebagaimana hadis diatas menjelaskan perintah dari Rasulullah *shallallahu alaihi wasallam* memerintahkan bagi umatnya menyampaikan walau hanya satu ayat yang memiliki makna bahwa kita sebagai umat muslim harus menyebarluaskan ajaran Rasulullah kepada orang lain meskipun hanya satu ayat dengan menyeru dan mengajak umat muslim dalam kebaikan dan menjauhi kemungkaran.

Media sosial jika tidak dipelajari dan diamati dengan baik maka akan menjadi sebuah wadah informasi yang penuh dengan isu dan hoax, dizaman yang modern ini perkembangan dunia yang begitu pesat yang dengan mudahnya diakses di media sosial, tidak hanya itu banyaknya dampak buruk yang dikonsumsi oleh millennial dalam penggunaan media sosial, berbagai macam aplikasi yang bisa didownload di handphone, laptop, komputer, dan lain lain, yang menyediakan berbagai macam situs. Maka disini strategi mahasiswa dalam penggunaan media sosial harus memberikan dampak positif bagi penggunanya dengan memanfaatkan media sosial yang ada sebagai wadah pengembangan diri dan prestasi, dan sebagai wadah dalam berdakwah, dengan mempublikasikan hal-hal yang bermanfaat sehingga memberikan dampak positif bukan hanya untuk khalayak namun juga untuk diri sendiri, dengan menyampaikan apa yang memang diketahui dan dipelajari. Namun sayangnya sangat minim sekali kaum millennial menggunakan media sosial sebagai wadah media dakwah dikarenakan beberapa faktor salah satunya belum adanya keberanian, ketidaktahuan, bahkan rasa malas.

³ Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim dari Abdullah bin'Amr, No.3461

Dengan adanya fasilitas berupa internet untuk memudahkan para millennial dalam membuat konten yang berisikan dakwah yang Islami dan berbentuk casual dengan menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti kisah-kisah para sahabat Nabi membahas tentang syariat Islam dan mengingatkan tentang hari akhir. Strategi dakwah di media sosial ini sangat menarik banyak peminat karena dikemas dengan cara modern, dengan mengikuti zaman dan perkembangan teknologi yang memang sedang tren dibahas dan diberitakan oleh media maka sebagai seorang da'i atau konten kreator bisa mengangkat persoalan yang sedang trend dengan cara sudut pandang Agama Islam. Dr. M. Quraish Shihab mengatakan dakwah adalah sebuah seruan menuju keinsafan seorang hamba kepada tuhanNya (Allah), baik untuk dirinya sendiri maupun untuk masyarakat untuk menuju kualitas lebih baik karena dakwah bukan hanya sekedar usaha dan peningkatan baik itu pemahaman pribadi dari segi akhlak maupun sebuah tujuan hidup, yang sesungguhnya harus lebih dari itu dimana perkembangan zaman sekarang dakwah harus banyak memiliki wadah yang berperan teguh dengan ajaran Islam.⁴ Banyak yang mempunyai pengetahuan yang luas pemahaman agama yang dalam enggan dalam menyampaikan kebaikan dikarenakan belum adanya keberanian untuk mempublikasikan, maka Mahasiswa Fakultas Agama Islam harus memiliki keberanian dalam menyampaikan sebagai jalan dakwah.

Kehadiran jejaring media sosial memberikan sebuah wadah informasi yang besar bagi pengguna internet. Karena media sosial menjadi suatu kebutuhan bagi millennial untuk mendapatkan informasi, media sosial adalah salah satu teknologi internet yang sangat mudah didapatkan dan dicari.

Hasil pengamatan mendapatkan data bahwa, Mahasiswa menggunakan media sosial sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, seperti untuk bertukar informasi, menjaga komunikasi dan untuk proses belajar, hiburan, pengembangan diri, dan mencari potensi di media sosial⁵. media sosial berupa *facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Tiktok* dan lain sebagainya, memudahkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah tanpa harus terjun

⁴ M. Quraish Shahib, *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, cet. Ke-22, (Bandung: Mizan 2001), h.194

⁵ M Sulthan, SB Istiyanto-Jurnal Aspikom, 2019-jurnalaspikom.org

langsung, dengan media sosial juga mempermudah berkomunikasi secara personal, berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa (APJII), ada 200 juta pengguna internet di dalam Negara pada periode 2021-2022, jumlah yang meningkat 6,78% dibandingkan dengan periode yang sebelumnya yaitu sebesar 196,7 juta orang. Sehingga membuat tingkat penetrasi Internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02% , tingkat internet paling tinggi di kelompokan pada usia 13-18 tahun yaitu sebesar 99,16%, dan posisi selanjutnya oleh usia 19-34 tahun desain tingkat persentase yaitu 98,64%, selanjutnya tingkat penggunaan internet di rentang usia 35-54 tahun yaitu sebesar 87,30% dan tingkat persentase internet di umur 5-12 atau 55 tahun sebesar 62,43% dan 52,73%. Penggunaan internet yang tidak selalu dipergunakan atas alasan kepentingan saja namun berbagai macam aplikasi yang dapat diakses di dalamnya berupa *facebook, twitter, instagram, tiktok* dan aplikasi lainnya, kondisi tersebut perlu pengamatan yang sangat ketat terutama penggunaan terhadap millennial⁶.

Media sosial berperan penting dalam media dakwah dengan hadirnya internet dengan jangkauannya sangat luas yang bisa tersebar ke seluruh dunia sehingga tidak terbatas bagaimana umat Islam telah tersebar luas di penjuru dunia, Indonesia salah satunya pemeluk Agama Islam yang terbanyak dengan adanya media sosial merupakan jalan alternatif mempermudah dalam berdakwah banyaknya pengguna internet di Indonesia sehingga menyebabkan meningkatnya frekuensi dalam mengakses konten sebagai informasi di media sosial yang tidak menjamin pola pikir menjadi dewasa dalam penggunaan media sosial banyak menimbulkan ketergantungan⁷.

Media sosial bisa mempermudah jalan dakwah para da'i dalam menyebarluaskan kebenaran da'i dapat melihat fenomena dan kejadian-kejadian dan perkembangan isu yang sedang tersebar luas di dunia dengan menggunakan media sosial. Para da'i millennial dalam dakwah diminta untuk bisa memiliki kemampuan dalam menggunakan media sosial dan kepiawaian

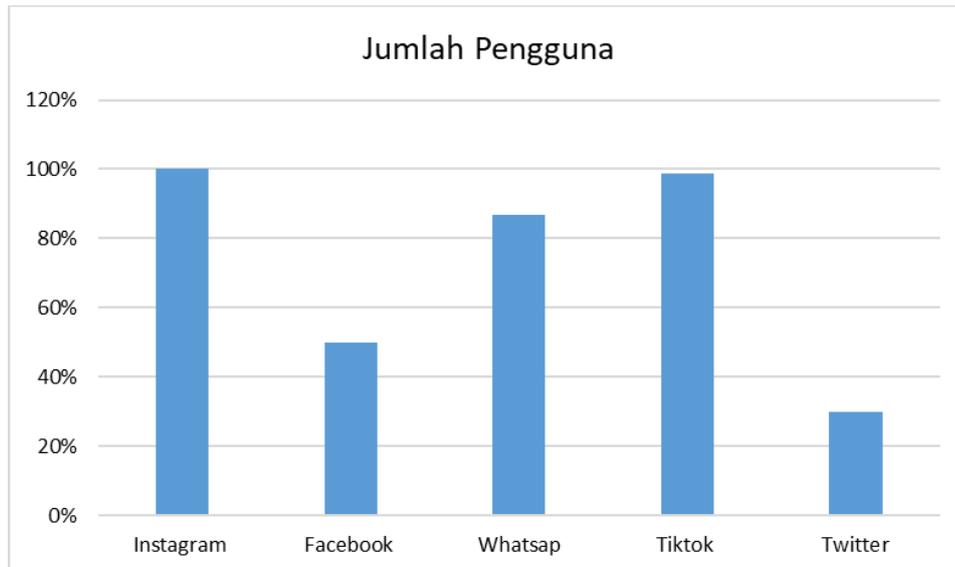
⁶Bayu Dimas.2022. Penggunaan Internet Indonesia 2022. <https://dataindonesia.id/digital>. 03 september 2022 (20:48)

⁷ Muhammad Sulthan (dkk), *model literasi media sosial bagi mahasiswa*, Jurnal ASPIKOM, volume 3 nomor 6, januari 2019, h. 1076-1092 .

dalam menyebarkan agama Islam serta nilai-nilai Agama dengan benar dan rasa sabar. meningkatnya perkembangan media sosial bisa memicu kaum millennial untuk mengeluarkan pendapatnya ke khalayak bertautan tentang dunia keIslaman dengan memanfaatkan media sosial sebagai situs keIslaman yang membahas tentang keagamaan.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Angkatan 2018 yang berjumlah 19 Orang terkait penggunaan media sosial bertujuan untuk pengumpulan data, yang dituju adalah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang aktif dalam penggunaan media sosial pada setiap harinya. Dari data yang didapat terdapat beberapa mahasiswa yang lebih aktif di media sosial *Instagram* dibandingkan dengan *Facebook* yaitu penggunaan Instagram ada sebanyak (78,6%) yang digunakan sebagai akuntansi diri dan hiburan serta dakwah sosial media, sedangkan *Facebook* ada (34%) yang digunakan sebagai fitur messenger yang bisa digunakan tanpa adanya biaya, atau dalam mode gratis, namun *Whatsapp* juga termasuk pengguna yang cukup tinggi (76%) yang sering digunakan sebagai komunikasi termudah, bertukar pesan dan berbagi file dalam ukuran besar, serta juga dapat digunakan sebagai sarana dakwah. Dan adapun pengguna Tik Tok hampir mencapai (60,8%) yang sering digunakan sebagai hiburan dan juga tempat mempermudahnya dalam menyebarkan dakwah dengan cara mengikuti konten-konten yang sedang trend dan sisanya adalah penggunaan *Twitter* (20%) dan (30%) yang digunakan untuk aktualisasi dan hiburan. 99,3% media sosial digunakan sebagai sarana memperoleh informasi melalui tontonan, dan 96,6% sebagai sarana komunikasi dan berbagi pesan, 94% memperoleh hiburan, menonton dan membaca postingan orang lain. Berikut diagram jumlah pengguna media sosial yang sering digunakan.⁸

⁸ Hasil Wawancara pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro, 13 November 2022



Gambar 1 : Diagram Hasil Penggunaan Media Sosial

B. Rumusan masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro?
2. Apa Motivasi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Menggunakan Media Sosial ?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, mengingat luasnya ruang lingkup kajian media sosial maka penulis dalam penelitian ini, hanya membahas masalah penelitian pada :“Motivasi Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro Yang Berjumlah 19 Orang.”

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Memgetahui Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro.

2. Untuk Mengetahui Apa Motivasi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Menggunakan Media Sosial.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis

1. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah hasil dari peneliti ini dapat menambah referensi bagi peneliti.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah
 - a. Untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah pada Mahasiswa KPI angkatan 2018 dalam menyampaikan pesan dakwah.
 - b. Memberi pemahaman kepada khalayak bahwa mengajak untuk kebaikan itu salah satunya ibadah.
 - c. Menambah khasanah keilmuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - d. Peneliti ini dapat dijadikan salah satu bahan perbandingan bagi peneliti yang ingin mengkaji kajian yang sama.

F. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Mantra menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari perilaku yang ingin diteliti⁹ metode kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sejelas-jelasnya melalui pengumpulan data yang akan diteliti.

Metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan dan meringkaskan berbagai kondisi yang sedang terjadi. Atau berbagai variabel yang terjadi di masyarakat yang akan menjadi objek penelitian berdasarkan apa

⁹ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishings, 2015), h.27

yang terjadi¹⁰ dalam penelitian peneliti turun langsung ke lapangan untuk mencari data dan informasi yang bersangkutan dengan masalah yang akan dibahas yaitu “Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro”.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah proses pengumpulan data diperoleh. Analisis data diperoleh baik dari wawancara, observasi dan dokumentasi akan diuraikan dan dijelaskan mengenai keadaan yang sebenarnya dan apa yang terjadi didalamnya, seluruh data yang terkumpul akan diolah dan diteliti kembali agar dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan penelitian ini penulis menempuh dengan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a) Metode Observasi

Metode Observasi adalah Jenis pengumpulan data secara langsung kepada objek yang ingin diteliti serta mengamati apa yang sedang terjadi dilapangan.¹¹

Observasi yang digunakan oleh peneliti karena sesuai dengan objek penelitian yaitu “Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro”.

b) Metode Interview

Metode interview menurut Sutrisno Hadi “Metode Interview adalah proses wawancara atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih dengan secara langsung berhadapan-hadapan kepada objek secara fisik, dengan bertatapapan dan dapat melihat muka secara langsung dan mendengarkan percakapan secara langsung antara narasumber dan

¹⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), h.36.

¹¹ Syafnida Way, 2021, Pengertian Observasi, <https://raharja.ac.id/2020/11/observasi/>, 28 Februari 2022 (13:58)

pewawancara.¹² Sehingga dalam observasi dapat memperoleh gambaran terhadap fenomena yang di observasi yaitu Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa

Proses interview yang dilakukan dimana kedua pihak yang mendapati kedudukan masing-masing yang satu sebagai pewawancara disebut interview atau *information hunter*, yang ingin mendapatkan informasi dan yang satu lagi sebagai narasumber yang memberikan informasi (*information supplier*) atau informan.

Adapun metode yang digunakan penulis dalam interview untuk mendapatkan dan mengumpulkan data tentang :

1. Konten media sosial mahasiswa dalam menggunakan media sosial sebagai media dakwah
2. Peran media sosial bagi millennial (Mahasiswa) dalam dakwah
3. Aktivitas Mahasiswa dalam meningkatkan media sosial sebagai media dakwah
4. Jumlah mahasiswa akan diteliti yang berjumlah 16 orang

c) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data yang didapat dalam penelitian seperti dokumen-dokumen yang bersangkutan dengan subjek atau objek diteliti atau data sebagai bukti hasil dari penelitian, seperti mengscreenshot konten dakwah akun media sosial Mahasiswa.

¹² Rakmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), h 19-20