

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kegiatan *tabligh* merupakan salah satu cara dalam berdakwah, adapun bentuk yang lain dalam berdakwah yaitu dengan melakukan kegiatan *khitabah* (dakwah bil-lisan), *kitabah* (dakwah bi al-Qolam), dan *i'lam* yaitu kegiatan dakwah melalui media audio visual.

Tabligh diartikan lebih sempit dan spesifik dalam perkembangan Ilmu dakwah yaitu *tabligh* dijadikan salah satu bentuk dari bentuk-bentuk dakwah yang lain yang secara keilmuan dapat dibedakan walaupun dalam tataran praktis hal tersebut menjadi suatu kesatuan. “*Tabligh* merupakan bentuk dakwah dengan cara menyampaikan atau menyebarluaskan (transmisi) ajaran Islam melalui media mimbar atau media massa (baik elektronik atau cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak” (Aep Kusnawan, 2004:56). *Tabligh* juga dapat dilakukan dengan menggunakan media komunikasi yang meliputi komunikasi lisan (*khitobah at-tatsiriyah dan khitobah ad-diniyah*) dan komunikasi tulisan (majalah, buletin, buku-buku dan internet). Media tulisan kini semakin berkembang pesat, di tengah kemajuan teknologi komunikasi dan informasi pada era globalisasi yang berujung pada kemunculan berbagai media baru, seperti radio, internet dan sebagainya.

Kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi ini memiliki banyak manfaat dan tidak lepas juga dari berbagai macam kerugian yang

mungkin terjadi. Maka dari itu, kita sebagai pengguna harus mampu menjadi seseorang yang bijak dalam menanggapi kemajuan teknologi ini. Apabila kita tidak siap dengan segala kemajuan yang terjadi, maka globalisasi akan menjadi bumerang. Salah satu dampak yang paling merugikan yaitu merosotnya akhlak.

Strategi yang dilakukan dalam kegiatan membangun jaringan dakwah adalah dengan memanfaatkan perkembangan *global connection*. System ini merupakan salah satu alternative untuk dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Aspek keuntungan yang diperoleh dengan pemanfaatan jaringan internet antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan lainnya, juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat (aspek social), dapat berdiskusi mengenal perkembangan islam (aspek agama) serta pengembangan ilmu pengetahuan (<http://noviatrywidya.blogspot.co.id/>).

Melihat kemajuan teknologi informasi tersebut, banyak sekali aplikasi media sosial yang muncul seperti (*Facebook, Twitter, Path*, dan sebagainya) dan pesan instan (*Whatsapp, LINE, BBM*) yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh pengguna untuk menyampaikan kajian-kajian Islam dengan cepat, mudah, dan tanpa batas. Media sosial ini sangat mudah kita dapatkan, yaitu dengan cara mendownload media sosial ini di *smartphone*, tablet, maupun komputer yang dioperasikan dengan jaringan Internet. Salah satu yang paling fenomenal adalah media sosial LINE.

Pengguna aktif aplikasi pesan instan LINE di Indonesia sudah mencapai angka 30 juta. Jumlah tersebut merupakan pengguna terbanyak keempat di dunia setelah Jepang, Taiwan dan Thailand. “Secara global, pengguna LINE sudah mencapai 181 juta,” kata ketua tim pemasaran LINE Indonesia, Galuh Candra Kirana di Jakarta (<http://www.suara.com/tekno/2015/03/12/211315/pengguna-LINE-di-indonesia-tembus-30juta>).

LINE terus melakukan inovasi tak henti, kini LINE menyediakan layanan terbaru yaitu LINE@. Kini LINE tidak hanya berfungsi sebatas aplikasi pesan singkat, namun melalui produk LINE@ ini menunjukkan bahwa LINE sudah merambah fungsi sebagai salah satu aplikasi media sosial dengan segala fitur yang mendukung aplikasi ini seperti dapat mem-*posting* konten secara berkala sehingga pengguna akun LINE bisa berlangganan informasi dengan menjadi *adders*.

Komunitas Dunia Jilbab yang didirikan oleh Miya Salsabila, ini telah didirikan sejak tahun 2012. Akun Dunia Jilbab ini memiliki nickname Dije. Berawal dari sebuah akun sosial media (*twitter*) bernuansa islami bersegmen muslimah, dan kini tumbuh menjadi sebuah komunitas Islami yang bertujuan untuk membagikan semangat berhijrah pada umat muslimah di Indonesia. “Inspirasi Muslimah Menuju Hijrah”, merupakan tagline dan semangat yang diusung oleh komunitas Dunia Jilbab ini.

Admin dari dunia jilbab bernama Fitri Yuliani. Fitri yang lahir pada bulan Juli 1988 ini bersama tim Duniajilbab: Eko W, Gita D Nanda, Kiyya, dan kawan-kawan memiliki visi, misi, dan semangat berbagi kebaikan dan inspirasi hijrah pada sesama. Dije merupakan karakter yang mewakili sikap seseorang yang selalu mengamalkan kemampuan dan ilmu yang dimilikinya. Dalam mengemban tugas dakwahnya, Putri dibantu beberapa orang dalam timnya. Dalam perkembangannya, Dunia Jilbab terus menyebarkan misi kebaikan, bersama dengan rekan-rekan di komunitas Dunia Jilbab, dalam rangka menyebarkan semangat dakwah dan berhijrah. Dalam menjalankan visi dan misinya ini, Dunia Jilbab menjadi sebuah wadah kontribusi, dimana *adders*, member, maupun rekan-rekan yang terlibat, bisa berbagi pengalaman hijrah maupun artikel-artikel

kebaikan bernuansa islami pada seluruh media online yang dikelola Dunia Jilbab. Saat ini akun Dunia Jilbab telah memiliki pengikut (*adders*) sebanyak 1.002.536 dengan 38.313 *posting-an* (<https://duniajilbab.co.id/tentang-kami/>).

Keunggulan akun Dunia Jilbab ini dibanding dengan akun-akun Islami yang lain ada pada cara penyampaian materi atau pesan *tabligh* nya yang disampaikan melalui tulisan (*tabligh bi al-kitabah*) yang dibuat menarik, dan unik dengan menyisipkan teknik desain grafis yaitu sebuah gambar yang kreatif. Keunikan akun Dunia Jilbab ini adalah disampaikannya pesan *tabligh* dengan menyuguhkan gambar yang kreatif dengan menyisipkan *quotes* berupa hadis, ayat Al-Qur'an, atau nasihat ulama. Apabila dikaji lebih mendalam sebenarnya akun Dunia Jilbab ini pun menerapkan ilmu psikologi dakwah yaitu memahami kondisi psikologis *mad'u* dan memanfaatkan media yang sedang populer digunakan, sehingga lebih mudah diterima tanpa terlihat menggurui.

Banyak sekali kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial LINE, melihat kondisi masyarakat modern sekarang yang memiliki kesibukan dan kurangnya waktu untuk bertatap muka langsung dengan da'i atau *mubaligh* sulit, sehingga masyarakat beralih pada media Internet, khususnya media LINE yang sangat efektif digunakan dimanapun dan kapanpun. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai media sosial LINE yang digunakan untuk menyampaikan pesan Islam. Dengan harapan besar dapat memberikan inspirasi bagi para *mubaligh* untuk menggunakan salah satunya media LINE sebagai media *tabligh*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti fenomena tersebut lebih dalam lagi khususnya mengenai "Tabligh Melalui Media Sosial LINE (Studi Deskriptif pada akun Official "Dunia Jilbab")".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang muncul untuk dijadikan bahan dalam penelitian ini. Yaitu permasalahan-permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses *tabligh* melalui media sosial LINE (akun Dunia Jilbab)?
2. Bagaimana kelebihan dan kekurangan *tabligh* melalui media sosial LINE (akun Dunia Jilbab)?
3. Bagaimana strategi pemanfaatan media sosial LINE sebagai media *tabligh*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui proses *tabligh* atau penyampaian materi keislaman melalui media sosial LINE (akun Dunia Jilbab).
- b. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan *tabligh* melalui media sosial LINE (akun Dunia Jilbab).
- c. Untuk mengetahui strategi memanfaatkan media sosial LINE sebagai media *tabligh*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara akademik

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang *tabligh* serta dapat memberikan kontribusi positif yang berharga bagi pengembangan penelitian melalui pendekatan ilmu dakwah dan komunikasi sebagai alat bantu utama bagi civitas akademika jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung untuk lebih mengapresiasi media sosial yang dapat digunakan sebagai metode dakwah Islam masa kini.

b. Secara praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan khususnya bagi aktivis *tabligh* dan umumnya untuk pembaca serta menarik minat peneliti lain, khususnya kalangan mahasiswa, untuk mengembangkan penelitian lanjutan dalam media sosial LINE dalam menyampaikan pesan *tabligh*, sehingga nantinya akan ditemukan model *tabligh* baru dengan media yang lebih efektif, mudah dan praktis sehingga media sosial dapat menjadi media strategi *tabligh* kontemporer.

D. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan terkait teori deskriptif , *tabligh* melalui media sosial yang dianggap relevan oleh peneliti yaitu:

Pertama, penelitian skripsi yang berjudul “Efektivitas Tabligh Melalui Media Sosial (Studi Terhadap Kajian Online Melalui Media Sosial Whatsapp Komunitas Kampus Peduli Bandung)” oleh Imas Hanifah memiliki kesimpulan bahwa keefektifan *tabligh* melalui media sosial sangat tinggi dengan perhitungan rata-rata diperoleh mencapai 28,07 dan 37,06. Nilai sebesar itu berada pada kategori baik. Objek dan metode pada penelitian ini menjadi pembeda dengan penelitian yang penulis lakukan, pada skripsi ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penulis kualitatif, sedangkan persamaannya pada fokus penelitiannya yaitu pada kegiatan *tabligh* yang dilakukan melalui media sosial.

Kedua, penelitian skripsi berjudul “Tabligh Melalui Media Sosial LINE (Studi Deskriptif pada Akun Official Teladan Rasul)” oleh Muhammad Mukti A memiliki kesimpulan bahwa dalam menyampaikan pesan *tablighnya* akun Teladan Rasul menggunakan bentuk *tabligh bi-al kitabah* (bentuk pengelolaan *tabligh* melalui media tulisan). Dengan menggunakan metode ini pesan yang disampaikan akan diterima oleh ratusan ribu, bahkan jutaan pembaca dalam waktu hampir bersamaan. Metode Studi Deskriptif serta media sosial yang digunakan dalam melakukan *tabligh* merupakan persamaan dari penelitian ini, sedangkan Objek yang diteliti berbeda dengan penulis yaitu pada akun Dunia Jilbab.

Ketiga, penelitian skripsi berjudul “Pesan Dakwah Tentang Muslimah di Media Sosial LINE (Analisis Isi Pesan Dakwah @dakwahmuslimah)” oleh Siti Zakiyah Tifany memiliki kesimpulan bahwa ada 4 kategori pesan dakwah visual dalam akun LINE @dakwahmuslimah yaitu poster gambar dan poster kartun, meme sindiran, komik, dan sticker. Persamaan dengan penelitian penulis ada pada

Subjeknya. Sedangkan perbedaannya pada metode Analisis Isi, karena penulis menggunakan Studi Deskriptif.

Keempat, penelitian skripsi berjudul “Dakwah di Media Online (Studi Kasus Akuntabilitas Media Website Persis.or.id) oleh Hilman Taufik memiliki kesimpulan bahwa website persis.or.id menjalankan tiga kategori akuntabilitas media yang sudah ditetapkan yaitu: Pertama, *The frame of law and regulation* yang merupakan penerapan hukum dan peraturan yang berlandaskan pada UU Pers, Kedua, *the frame of market* berupa media tidak mempublikasikan informasi yang semata-mata untuk konglomerasi media. Ketiga, *the frame of profesional and public responsibility* adalah berupa media yang menampilkan keberagaman informasi, opini, konten dan budaya. Perbedaan penelitian ini terletak pada metode Studi Kasus sedangkan penulis menggunakan Studi Deskriptif, dan perbedaan lain pada objek penelitian. Skripsi ini menggunakan Website sebagai objeknya sedangkan penulis menggunakan sebuah official akun.

E. Landasan Pemikiran

Salah satu dimensi dakwah adalah *tabligh*. “Secara harfiah kata *tabligh* bentuk masdar dari kata *balagha* berarti *ishal*, menyampaikan sesuatu kepada pihak lain” (Abdul Basit, 2013:46). *Balagha* dapat pula berarti sesuatu (materi atau pesan) yang disampaikan juru penerang (*muballigh*) baik dari Al-Qur’an, al-Sunnah, maupun dari dirinya sendiri.

Sedangkan *tabligh* menurut istilah (*syara*) adalah menyampaikan agama Allah kepada manusia dan mendorong mereka untuk memahaminya, mengimaninya dan menggunakannya sebagai pedoman bagi perilaku dalam mencapai kesejahteraan, memelihara keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (Ahmad Subandi, 2007:34).

Tabligh dalam pengertian menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat (*mad'u*), diwajibkan Allah sebagai awal proses dalam tahapan dakwah. Dalam aktivitasnya, *tabligh* dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok baik secara lisan maupun tulisan kepada orang lain.

Menurut (Asep Muhyidin, 2002:34), *tabligh* merupakan upaya sosialisasi ajaran agama Islam, internalisasi ajaran agama Islam, melalui audio visual (mimbar, elektronik, media cetak, dan media internet) dengan menggunakan media *khitabah* (ceramah agama), *kitabah* (tulisan) dan *i'lam* (media audio visual dan internet), untuk menyeru manusia kepada fitrah (agama Islam) dan menolong mereka mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Hakikat manusia dalam perspektif Islam adalah beramal saleh yang dilandasi dengan iman. Salah satu amal saleh yang dilakukan manusia adalah berdakwah. Manusia menjadi unsur utama dalam kegiatan dakwah. Bahkan, keberhasilan dakwah banyak ditentukan oleh pelaku dakwah itu sendiri. Namun kegiatan dakwah atau *tabligh* seringkali dipahami sebagai suatu kegiatan yang praktis, yaitu kegiatan penyampaian dakwah secara lisan yang dilakukan oleh seorang kyai di atas mimbar, di masjid, maupun di pengajian-pengajian majelis taklim.

Jika kegiatan dakwah atau *tabligh* hanya terfokuskan pada hal diatas, maka proses penyampaian pesan tidak akan mampu mencapai target yang dituju, seolah hal ini dibenarkan oleh Aep Kusnawan dalam bukunya, Ilmu Dakwah. Menurut beliau, secara kualitatif kegiatan *tabligh* seperti yang dijelaskan diatas kurang

sepenuhnya mengenai pada tujuan akhir (*ultimate goal*) dari kegiatan dakwah itu sendiri, dan tidak membuat perubahan khalayak dakwah (*mad'u*), pasalnya, para pelaku dakwah nampaknya masih banyak yang belum memahami strategi, metode, bahkan mengenai hakikat dari dakwah itu sendiri. Sehingga dakwah yang dilakukan hanya menekankan pada aspek mobilitas saja, dan tidak sampai kepada peningkatan pemahaman mengenai ajaran Islam yang menyentuh dimensi hidup dan kehidupan manusia.

Tabligh tidak hanya dilakukan secara lisan, melainkan dapat juga dilakukan secara tulisan. Yang disebut *bi al-kitabah*. Tata Sukayat (2009:91). Mendefinisikan *tabligh bi al-kitabah* sebagai berikut : Dakwah dilaksanakan melalui aktiivitas yang melibatkan tulisan seperti risalah, majalah, artikel, cerpen, sajak, poster, buku, internet, koran, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif.

Kelebihan dalam menggunakan metode *tabligh bi al-kitabah*, tidak akan musnah walaupun *mubaligh* telah tiada. Tulisannya akan lebih dikenang dan teringat oleh pembaca hingga kapanpun. Rasulullah SAW bersabda, “*Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada.*“

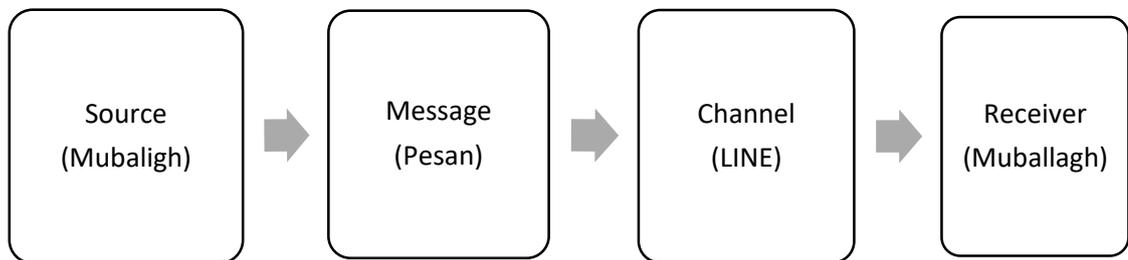
Tabligh bi al-kitabah, merupakan kegiatan menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui tulisan. Tentunya, mempunyai kekurangan tersendiri, diantaranya: media yang bisa mewadahi dan memfasilitasi dakwah tersebut. Namun tantangannya sangat sulit mendapatkan media yang bisa mewadahi *tabligh* yang berjuang menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan. Persoalan ini tentunya menjadi permasalahan yang dihadapi oleh *da'i* atau *mubaligh* yang menggunakan metode ini. Tidak semua media mampu menerima pesan dakwah

yang ditawarkan dan tidak sedikitpun tulisan dakwah yang dikembalikan karena tidak sesuai dengan isinya, terlalu banyak isi yang serupa, atau lebih tragisnya lagi tulisan itu tidak sesuai dengan visi misi media yang bersangkutan.

Pesatnya pertumbuhan IPTEK memberikan dampak yang cukup besar bagi kehidupan masyarakat sekarang ini, semua orang bisa memberikan pemikiran serta memberikan tulisan yang mudah disebar begitu saja kepada masyarakat dengan menggunakan Internet yang sering ramai digunakan khalayak.

Salah satu media yang bisa mendukung untuk penyebaran informasi serta menjadi solusi dari permasalahan diatas adalah media sosial LINE. LINE adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai *platform* seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan Internet sehingga pengguna LINE dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, vidio, pesan suara, dan lain-lain. (<http://ide.m.wikipedia.org/wiki/LINE>)

Untuk memahami posisi LINE dalam proses *tabligh*, akan dijelaskan mengenai teori S-M-C-R. model dalam ilmu komunikasi yang diperkenalkan oleh pakar komunikasi asal Amerika Serikat David K Berlo. “Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah : S adalah singkatan dari *Source* yang berarti sumber, komunikator atau *mubaligh*, sedangkan M adalah singkatan dari *Message* yang berarti pesan, C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, dan R adalah singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan ataupun *muballagh*. Dengan demikian berdasarkan teori tersebut, LINE menduduki posisi C yaitu *Channel* yang berarti saluran ataupun media yang digunakan dalam bertabligh” (Onong, 2003:256).



Gambar 1.1 Ilustrasi tabligh melalui media sosial LINE

Media sosial LINE adalah bentuk strategi *tabligh* yang bisa dilakukan tanpa membuat individu merasa tersita waktunya, lebih kreatif materinya, efektif metodenya dan sasarannya pun banyak. Selain itu, *muballagh* tidak merasa terpaksa ketika berinteraksi dengan *mubaligh* untuk memenuhi tuntutan zaman modern ini.

Tabligh melalui media sosial LINE memiliki beberapa keuntungan diantaranya:

1. Waktu tidak terbatas dan tempat didalam penyampaian pesan *tablighnya*, dimana saja, kapan saja dapat menyampaikan pesan *tabligh*.
2. Pesan *tabligh* yang disampaikan meliputi seluruh golongan, tanpa memihak satu golongan manapun.
3. Sasaran *tabligh* yang luas tidak hanya terfokus dalam satu sasaran, tapi bisa mencakup seluruh penjuru dunia.
4. Penyampaian materi bisa disesuaikan dengan kehendak dan selera penulis tanpa menyalahi aturan syariat agama.

Usaha *tabligh* Islam melalui media sosial LINE digunakan agar dapat menciptakan dakwah atau *tabligh* yang ramah dan damai, seperti yang dicontohkan Rasulullah SAW ketika melakukan dakwah atau *tabligh* yang lebih sopan santun dan damai merupakan senjata yang ampuh untuk dipraktikkan dan tidak akan menyakiti atau memojokan golongan tertentu.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang ditempuh dalam penelitian ini adalah memulai dengan beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Metode penelitian

Metode penelitian ini ditunjukkan untuk menggali lebih dalam lagi mengenai *tabligh* dengan menggunakan media sosial LINE sebagai media dalam penyampaian. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif yakni memberikan gambaran mengenai *tabligh* melalui media sosial LINE yang ada pada akun official Dunia Jilbab dan dilengkapi dengan proses wawancara terhadap founder akun Dunia Jilbab.

Metode deskriptif ini menggambarkan secara mendalam mengenai *tabligh* Islam menggunakan media sosial LINE. Metode ini dipilih peneliti agar dapat menghasilkan suatu pemahaman yang mendalam, serta untuk menghasilkan rekomendasi guna memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi sebagai media *tabligh*. Metode deskriptif juga merupakan suatu metode penelitian yang dapat digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang sedang terjadi.

2. Subyek Penelitian

Dalam bukunya Suharsimi Arikunto (Manajemen Penelitian) “subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti atau sesuatu yang di dalamnya melekat atau terkandung penelitian” (Suharsimi, 2005:184). Dalam penelitian ini yang menjadi Subjek adalah official Akun Dunia Jilbab. Dari official akun @duniajilbab ini peneliti akan mendapatkan data-data mengenai gambaran umum berupa profil, sejarah akun @duniajilbab dan tujuan akun @duniajilbab. Peneliti memilih official akun @duniajilbab karena disitulah peneliti menemukan sesuatu hal yang tak biasanya, selain aktif dan mempunyai *adders* yang begitu banyak. Akun @duniajilbab ini memiliki keunikan dibandingkan dengan akun lain, yaitu founder utama yang menganut agama non muslim, mampu mengajak para wanita muslimah untuk melakukan dakwah. Dalam penelitian ini peneliti akan mendapatkan data-data primer mengenai akun dan proses penyampaian *tabligh* di media sosial LINE pada akun @duniajilbab.

3. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono “objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2010:38).

Adapun yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah postingan quotes yang bersumber dari hadist, Al-Qur’an dan kontributor dalam akun official Dunia Jilbab pada periode bulan Desember 2017. Hal ini bertujuan

untuk mengetahui proses penyampaian pesan yang ada dalam akun Dunia Jilbab, kelebihan dan kekurangan *tabligh* melalui media sosial Line, dan strategi pemanfaatan media sosial sebagai media *tabligh*. Hal ini berdasarkan pada data-data primer mengenai segala proses *tabligh* yang didapat di media sosial pada akun Line @duniajilab.

4. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis adalah kualitatif deskriptif karena penelitian deskriptif merupakan cara pengolahan penelitian kualitatif karena datanya berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Cara pengelolaannya dengan cara memasukan data-data yang sejenis lalu menguraikan secara naratif yang menggambarkan secara meluas dan mendalam tentang subjek penelitian

Jenis data dalam penelitian ini yaitu segala informasi yang berkaitan dengan *tabligh* yang dilakukan melalui media sosial LINE pada akun Dunia Jilbab, yang dirumuskan untuk menjawab pertanyaan peneliti ini mulai dari, proses penyampaian pesan yang ada dalam akun Dunia Jilbab, kelebihan dan kekurangan *tabligh* melalui media sosial Line, dan strategi pemanfaatan media sosial sebagai media *tabligh* untuk kemudian data-data tersebut dikumpulkan dan dianalisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu data yang berkaitan dengan isu atau topik, bahasa dan penyampaian proses *tabligh* yang digunakan dalam akun Dunia Jilbab.

Adapun sumber data sekunder diambil dari bahan-bahan pustaka. Yang berupa buku-buku, artikel, internet, dan lainnya yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu :

a. Teknik Observasi

Teknik observasi yaitu kegiatan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Kegiatan Observasi ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuka media sosial LINE dengan menggunakan perangkat telepon cerdas (*smartphone*) atau komputer, khususnya akun Dunia Jilbab. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan data mengenai bentuk pengelolaan *tabligh* yang dilakukan oleh akun Dunia Jilbab yang menggunakan media sosial LINE sebagai media *tabligh*.
2. Mengumpulkan informasi seputar sejarah dan latar belakang berdirinya akun Dunia Jilbab yang berkaitan serta

mengumpulkan informasi lain yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

3. Menentukan periode postingan yang akan diteliti, yaitu Periode bulan Desember 2017.

b. Teknik Wawancara

Wawancara dimaksudkan untuk memperoleh data yang kurang atau yang tidak didapatkan melalui observasi, sehingga peneliti mendapatkan informasi lebih mendalam tentang penelitian. “Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interview*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*)” (Arikunto, 1996:144).

“Wawancara yang penulis lakukan adalah teknik wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya” (Sugiyono, 2014:140). Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini dilakukan kepada admin akun Dunia Jilbab. Hal ini dilakukan karena peneliti beranggapan data yang dibutuhkan sudah ada pada profil akun @duniajilbab sehingga peneliti hanya membutuhkan informasi yang lebih mendalam dan akurat.

c. Teknik Dokumentasi

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui aplikasi media sosial LINE, dengan cara dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam.

Penelitian ini akan mengumpulkan beberapa dokumen tentang penelitian yaitu *posting-an* quotes yang bersumber dari Hadist dan Al-Qur'an pada official akun Dunia Jilbab periode bulan Desember 2017. Hal ini dikarenakan peneliti beranggapan bahwa penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan mengumpulkan sejumlah postingan quotes atau gambar yang diunggah pada akun @duniajilbab.

7. Analisis Data

Pada dasarnya data yang diperoleh dalam penelitian adalah data-data yang masih bersifat gambaran umum sehingga memerlukan penganalisaan secara objektif. "Data tersebut dimanfaatkan dan dikerjakan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian" (Kontjaraningrat, 1983:269).

Setelah terkumpul data-data secara lengkap, selanjutnya data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan tiga langkah sebagai berikut:

- a. Memeriksa semua data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi termasuk dilakukan editing dan

penyortiran terhadap data yang tidak diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis benar-benar sesuai dengan kebutuhan.

- b. Membuat kategori-kategori data sesuai dengan jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian. Hal ini bertujuan agar hasil pembahasan yang akan dijelaskan tidak terlalu luas dari judul penelitian dan fokus penelitian yang telah ditentukan.
- c. Mengumpulkan data. Data yang telah dikumpulkan dalam bentuk narasi. Setelah itu membuat kesimpulan hasil penelitian setelah semua permasalahan terjawab serta berbagai data dan informasi lengkap.

