

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Islam merupakan agama yang diturunkan Allah Swt., untuk mengatur kehidupan manusia agar mendapatkan kebahagiaan hidup yang sesungguhnya. Karena itu, Islam di dalamnya berisikan ajaran-ajaran yang memberikan tuntunan kepada para pemeluknya untuk mengarahkan manusia menuju kehidupan yang sejahtera dan penuh bahagia, tidak hanya di dunia melainkan juga di akhirat kelak. Maka dari itu, ajaran-ajaran Islam ini penting untuk terus disebarluaskan kepada umat manusia di muka bumi ini dan terus mengajak mereka ke jalan kebenaran sesuai dengan nilai-nilai yang terdapat di dalam ajaran Islam.

Upaya untuk terus menyebarluaskan ajaran Islam dan mengajak umat manusia pada jalan kebenaran salah satunya dapat dilakukan dengan melakukan dakwah Islam. Inilah mengapa dakwah Islam menjadi hal yang sangat penting dan mendasar dalam Islam. Bagaimana tidak, tanpa dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Selain alasan tersebut, Islam juga senantisa mendorong umatnya untuk berbuat kebaikan sekaligus mengajak orang lain agar menjadi insan yang baik, berakhlak dan berpengetahuan. Maka dari itu tidak berlebihan apabila Islam juga seringkali disebut dengan agama dakwah. Dengan demikian, antara Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Islam butuh dakwah agar ajarannya tersampaikan, dan dakwah butuh Islam sebagai pijakannya.¹

Islam sebagaimana dikemukakan di atas, merupakan agama yang mengajarkan untuk berdakwah, yaitu mengajak umat manusia dan mengajarkan mereka atas nilai-nilai kebenaran sebagai representasi daripada rahmat bagi seluruh alam. Oleh sebab itu Islam dapat mengantarkan para pemeluknya pada kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap

¹ Eko Sumadi. “*Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan tanpa Diskrimasi*”, At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaraan Islam, Vol. 4 No. 1 (2016). 174.

aspek kehidupan itu disajikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh oleh umat manusia. Melalui dakwah yang dilakukan oleh generasi pertama hingga saat ini tiada putus-putusnya, maka Islam bisa berkembang ke seluruh penjuru dunia.

Persoalan dakwah di dalam ajaran Islam sesungguhnya menjadi urusan besar dan agung, mengingat di dalam dakwah inilah seruan-seruan atas kebaikan dan nilai-nilai yang sarat akan ajaran tentang moral yang bersumber dari agama diserukan kepada manusia untuk mengamalkan apa yang menjadi perintah dari Allah Swt., dan menjauhi larangan-larangan-Nya, semata-mata untuk menyelamatkan manusia itu sendiri dari kesesatan dan kenistaan. Oleh karena itu, dakwah seringkali dimaknai sebagai suatu kegiatan, ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Maka dari itu tidak dibenarkan adanya pemaksaan di dalam syi'ar Islam, mengingat Islam harus diterima secara sukarela, sehingga nilai-nilai keimanan mampu tertanam di dalam setiap hati yang menerimanya dan memancarkan cahaya berupa dorongan untuk melaksanakan kebaikan-kebaikan sesuai dengan perintah Allah Swt.,.

Sebagaimana telah disampaikan bahwa dakwah menempati posisi yang sangat penting di dalam agama Islam, karena dakwah bertujuan untuk mengantarkan manusia menjadi manusia memiliki perangai yang baik dalam rangka meraih kemuliaan hidup di dunia dan di akhirat. Bahkan di dalam agama Islam, dakwah menjadi tugas umat secara keseluruhan dan bukan hanya untuk kaum Islam kalangan tertentu.² Ini artinya bahwa setiap pemeluk agama Islam memiliki kewajiban untuk melaksanakan dakwah sesuai dengan kapasitas dan bidang-nya masing-masing. Kewajiban setiap pemeluk agama Islam untuk melaksanakan tugas dakwah ini tercermin dari konsep *amar ma'ruf* dan *nahi*

² Efa Ida Amaliyah. "Islam dan Dakwah: Sebuah Kajian Antropologi Agama". At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol. 3, No. 2 (2015). 341.

munkar, yaitu perintah untuk mengajak masyarakat untuk melakukan perilaku positif-konstruktif sekaligus mengajak mereka untuk meninggalkan dan menjauhkan diri dari perilaku negatif-destruktif. Konsep ini mengandung dua implikasi makna sekaligus, yakni prinsip perjuangan menegakkan kebenaran dalam Islam serta upaya mengaktualisasikan kebenaran Islam tersebut dalam kehidupan sosial guna menyelamatkan mereka dari kerusakan (*al-fasad*).

Selain itu perlu dipahami bahwa dakwah Islam merupakan sebuah aktifitas komunikasi, sehingga keberhasilan dakwah tergantung pada beberapa komponen yang mempengaruhinya, yakni *da'i* sebagai orang yang menyampaikan pesan (komunikator), *mad'u* sebagai orang yang menerima pesan (komunikan), materi dakwah sebagai pesan yang akan disampaikan, media dakwah sebagai sarana yang akan dijadikan saluran dakwah, metode dakwah sebagai cara yang digunakan untuk berdakwah. Adanya keharmonisan antar unsur-unsur tersebut diharapkan tujuan dakwah bisa tercapai secara maksimal. Dalam pada itu, pelaksanaan dakwah juga harus dapat menyesuaikan perkembangan zaman yang saat ini terus mengalami modernitas. Karena itu proses dakwah akan menghadapi permasalahan-permasalahan jika tidak mampu menyesuaikan perkembangan zaman yang semakin maju, hal ini dikarenakan semakin terus berkembangnya peradaban manusia di berbagai bidang kehidupan, sehingga proses dakwah harus adaptif dalam menghadapi tantangan tersebut. Kondisi ini juga kemudian diikuti dengan adanya sejumlah tantangan yang datang dari adanya latar belakang sosial keagamaan dan budaya masyarakat itu sendiri yang kompleks sehingga terkadang menjadi hambatan-hambatan tersendiri bagi pelaksanaan dakwah agar dapat dengan mudah diterima oleh seluruh lapisan masyarakat yang kompleks tersebut.

Seiring perkembangan zaman pada abad ke-21 telah terjadi *sindrom globalisasi*.³ Hal ini ditandai dengan masuknya teknologi yang kemudian dilanjutkan pada penggunaan internet dan berbagai aplikasinya. Media sosial (*sosial network*) merupakan lanjutan dari arus globalisasi yang menghubungkan seluruh lapisan masyarakat melalui dunia maya (*cyberspace*). Di Indonesia,

³ A. Muis, *Komunikasi Islami* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001). 131.

pengaruh *sindrom globalisasi* ini telah merambah dengan sangat cepat dan luas. Kemajuan teknologi ini tentu akan berimbang baik jika dimanfaatkan untuk hal-hal yang positif salah satunya untuk kegiatan syi'ar Islam melalui berbagai aktivitas dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.⁴

Sementara itu, di tengah-tengah kewajiban melaksanakan tugas dakwah, tidak bisa dipungkiri bahwa di era globalisasi dan interkoneksi yang sangat tinggi seperti sekarang ini, aspek media sosial sebagai media baru (*new media*) menjadi sarana yang sangat tepat untuk melaksanakan dakwah dengan melakukan proses digitalisasi dakwah yang berbasis kepada media sosial. Pada tataran ini, digitalisasi sebagai bagian dari kemajuan teknologi, memberikan kesempatan bagi lahirnya internet, yang didefinisikan dalam bahasa Inggris sebagai *international connection networking* yang dapat dimaknai sebagai jaringan internasional yang yang dapat menghubungkan antara satu dengan yang lainnya sekalipun lintas negara (internasional).

Kehadiran media sosial sebagai media baru (*new media*) yang dapat digunakan sebagai media dalam melaksanakan dakwah sesungguhnya tidak bisa dilepaskan daripada peran teknologi-informasi seperti internet yang ada di era digital saat ini. Bahkan di era digital saat ini, penggunaan media internet semakin berkembang dan sudah menjadi hal yang sangat familiar. Berdasarkan data hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023.⁵

Sebagai media baru, media sosial sebagai hasil daripada teknologi ini dapat dengan mudah diakses kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun. Daya jangkau

⁴ Artis dan Zoko Syahputra. “Strategi Dakwah Berbasis Social Network (Tinjauan Majelis Dakwah Al-Bahjah Cirebon)”, *Jurnal Idarotuna*, Vol. 1. No. 1 (2018). 2.

⁵ <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, diakses pada 22 Maret 2024.

media sosial yang bersifat global memungkinkan terjadinya konektivitas dan interaktivitas yang tinggi. Hal ini membuat media sosial menjadi sarana yang efisien dalam proses komunikasi dimana penggunanya makin hari makin banyak, belum termasuk jasa penyedianya seperti Youtube, Facebook dan Instagram yang menjadikan akses informasi dapat lebih cepat didapatkan masyarakat melalui media sosial tersebut.⁶ Di samping itu bahwa di antara kelebihan daripada media sosial ini adalah hampir tidak ada batasan ruang dan waktu. Selain itu, sifat global dari media sosial ini membuat akses untuk memperoleh informasi sangat mudah sehingga memungkinkan sebuah informasi dapat berkembang dan menyebar secara masif. Maka dari itu, media sosial telah berkembang dengan sangat pesat.

Media sosial bahkan telah menjadi sebuah kebutuhan dalam kehidupan. Indonesia merupakan negara yang paling banyak menggunakan media sosial. Beragam fitur dan kemudahan akses yang ditawarkan media sosial memberikan keuntungan tersendiri bagi manusia, diantaranya kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan teman, keluarga dan juga masyarakat secara luas.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini sudah seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para *da'i*. 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.

Keberadaan media sosial saat ini tidak bisa dipungkiri telah memberikan tantangan besar dalam bidang dakwah. Para *da'i* dituntut untuk mampu menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah disebabkan media sosial menawarkan kemudahan dan jangkauan yang luas untuk mentransmisikan pesan-pesan dakwah. Oleh sebab itu, di era digital saat ini, dakwah tidak hanya dilakukan dengan hanya menggunakan media konvensional saja, melainkan juga dapat

⁶ F. Junaedi, *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. (Yogyakarta: Aspikom, 2011). 52

dilakukan dengan media digital seperti media sosial. Oleh karena itu, kemampuan menggunakan media sosial sebagai media dakwah merupakan hal penting bagi para da'i. Disamping mengikuti perkembangan zaman, juga untuk mengoptimalkan dakwah itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kegiatan dakwah akan dapat berjalan secara efektif dan dalam menyampaikan ajaran-ajaran Allah Swt,. Salah satu aspek yang bisa ditinjau adalah dari segi sarana dan prasarana dalam hal ini adalah media dakwah, karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal yang menjangkau semua segi kehidupan manusia, maka dalam penyampaiannya pun harus dapat menyentuh semua lapisan atau tingkatan baik dari sudut budaya, sosial, ekonomi, pendidikan dan kemajuan teknologi lainnya.

Sebagaimana telah dikemukakan bahwa seiring dengan proses modernisasi yang terus berlangsung di tengah-tengah masyarakat, pelaksanaan dakwah juga turut mengalami perkembangan terutama dalam kaitannya dengan pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi dengan menjadikannya sebagai media dakwah. Media dakwah sendiri merupakan sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan, Seiring dengan perkembangan zaman media dakwah tidak hanya berganti dari mimbar ke mimbar melainkan pendakwah semakin kreatif menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam melalui akun-akun media sosial yang bisa diakses secara mudah.⁷ Karena itu pelaksanaan dakwah tidak selalu harus dilakukan hanya melalui cara-cara yang berbasis kepada pendekatan konvensional dengan mengandalkan media lisan dari mimbar ke mimbar, tetapi membutuhkan proses keterlibatan teknologi yang dapat membuka ruang interaksi yang lebih leluasa. Hal ini salah satunya misalnya dengan memanfaatkan aplikasi Youtube, Radio, Facebook, dan lain sebagainya. Bahkan dakwah melalui pemanfaatan teknologi informasi di era sekarang ini seperti melalui media sosial, dinilai lebih efektif karena tidak terbatas oleh masa, tempat, keadaan dan situasi.⁸

⁷ Adi Wibowo. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital". *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03 No. 02 (2019), 345.

⁸ Noradilah Abdul Wahab, Najmi Muhammad dan Mohd Sani Islamil. "Social Media as a Medium Dakwah Nowadays". *Journal: International Social Science and Humanities*. Vol. 2 No. 1 (2019), 19.

Komunikasi dakwah melalui media sosial ini perlu dipandang sebagai salah satu strategi yang kekinian dan menarik jika diamati. Kemudahan berdakwah melalui media sosial di antaranya dapat dilihat pada sejumlah hal berikut: pertama, pesan dakwah akan lebih cepat diterima oleh pendengarnya; kedua, jumlah jamaah bersifat heterogen dan dengan jangkauan luas sehingga terdapat dimana-mana; ketiga, masuk di setiap lini masyarakat misalnya orang dewasa, anak-anak remaja dan yang lainnya; keempat, dapat didengarkan atau dibaca berulang-ulang oleh para jamaah; kelima, jarak fisik tidak menjadi halangan atau rintangan bagi keberlangsungan proses dakwah.⁹

Sejumlah kelebihan dakwah melalui media sosial tersebut yang menjadikan keberhasilan bagi dakwah Islam di era sekarang ini dikarenakan kemudahan dan kelebihan yang dimilikinya. Hal ini seperti penggunaan Facebook sebagai media dakwah yang seringkali digunakan oleh para da'i sekarang ini. Facebook sendiri sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tidak hanya tulisan, facebook juga menawarkan fitur-fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fitur *friend requests* (ajakan pertemanan), *notification* (pemberitahuan), *messages* (pesan tertulis langsung kepada pemilik akun), *recommended pages* (merekomendasikan halaman), *notes* (catatan), *photo album* (album foto), status, *comment* (komentar) dan sebagainya. Semuanya merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, khususnya mengaplikasikan sebagai sarana syiar dakwah Islam.¹⁰

Penggunaan media facebook atau media sosial lainnya seperti Youtube, Instagram dan berbagai media sosial lainnya memang mampu menampilkan video maupun foto secara jelas ditambah mampu menyimpan sampai kapanpun, maka penggunaan media sosial tersebut menjadi media dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Hal ini seperti dilakukan dalam bentuk video yang diunggah pada media sosial menjadikan dakwah tersebut tersebut banyak diminati

⁹ Mistarija. "Urgensi Media Digital dalam Berdakwah pada Masa Pandemi Covid-19", Al Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Vol. 8 No. 1 (2021), 79-91.

¹⁰ Adi Wibowo. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital". Jurnal Islam Nusantara, Vol. 03 No. 02, (2019) 346.

karena tidak menimbulkan kebosanan para penggunanya.¹¹ Kemudian melalui instagram, dakwah melalui media sosial Instagram ini dapat terjadi melalui pengguna instagram mengikuti akun akun dakwah pilihannya, dan disanalah akan terjadi komunikasi antara pengguna instagram sebagai mad'u, dan akun dakwah sebagai da'i. Komunikasi tersebut dapat terjadi melalui salah satu fitur di Instagram yakni fitur komentar sebagai alat pertukaran informasi antara pengguna instagram dan akun dakwah. Dengan demikian, dakwah dapat dilakukan dengan lebih luas dan bisa dijangkau oleh siapapun pengguna akun media sosial yang jumlahnya sangat banyak.

Merujuk pada penjelasan sebagaimana dipaparkan di atas dan melihat begitu banyaknya pemanfaatan internet dan jejaring sosial, maka, penyebaran dakwah sangatlah efektif jika menjadikan internet sebagai sarana atau media dakwah, dengan adanya media jejaring sosial ini sangat banyak menguntungkan khalayak. Dengan begitu para *da'i* akan sangat mudah untuk menyalurkan dakwah atau pemikirannya. Melihat jejaring sosial sudah menjadi aplikasi yang sangat diminati oleh khalayak. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa keberadaan media sosial bagi para pengguna internet (*user*) seperti ruang hidup baru yang membuat mereka bisa mendapatkan informasi dengan sangat cepat dan mudah. Bahkan menjadi-kannya sebagai sumber referensi baru dalam mempelajari Islam. Realitas tersebut menuntut para *da'i* untuk mampu bersikap adaptif, progresif, dan aplikatif, artinya para *da'i* harus mampu mengemas dakwah sesuai dengan tuntutan teknologi saat ini.

Kehadiran media sosial di era sekarang ini menjadi babak baru pengembangan aktivitas dakwah melalui media sosial yang menarik untuk dikaji. Karena tentu komunikasi dakwah melalui media sosial ini memiliki keunikan dan karakteristik tersendiri. Selain melibatkan komponen-komponen komunikasi dakwah seperti komunikator, komunikasi, materi, metode, media, dan efek; juga tentunya membentuk pola-pola interaksi baru antara komunikator dan komunikasi. Sehingga memunculkan ketertarikan dan keagungan tersendiri dari komunikasi

¹¹ Adi Wibowo. "Penggunaan Media Sosial... 347.

kepada komunikator, padahal sebelumnya di antara mereka tidak saling mengenal. Di samping dari aspek *ethos* (kepribadian), *pathos* (penampilan), dan *logos* (keilmuan) dari komunikator itu sendiri yang memancarkan daya tarik tersendiri sehingga memberikan nilai ketersukaan dan kepercayaan tinggi dari khalayak.¹²

Maka dari itu, dakwah di era digital saat ini dipandang perlu untuk melibatkan unsur-unsur yang datang dari kemajuan teknologi-informasi seperti media sosial, di samping keberhasilan dakwah juga banyak dipengaruhi oleh faktor yang datang dari ketokohan yang berperan sebagai *da'i* seperti para ulama, ustaz dan lain sebagainya yang memiliki daya tarik tersendiri, terutama tokoh-tokoh yang memiliki kemampuan dalam mengemas materi-materi dakwah agar lebih mudah diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran dakwah itu sendiri.

Ulama sendiri dalam sejarah perkembangan Islam, memang memegang peranan yang terbilang sangat penting dan signifikan dalam kehidupan umat, bahkan tidak hanya dalam hal pelaksanaan dakwah keagamaan saja, melainkan juga mencakup bidang-bidang lainnya, seperti sosial, politik, dan budaya, sehingga karena itu ulama diposisikan sebagai figur yang istimewa di atas panggung sejarah perkembangan Islam, terutama dalam perjalanan perkembangan Islam di Indonesia.¹³ Ulama memiliki posisi bagi kehidupan masyarakat bertindak sebagai “*al-Umma al-Wasatan*” yaitu sebagai teladan bagi masyarakat di tengah arus kehidupan yang serba kompleks, yang penuh dengan dinamika perubahan, tantangan dan pilihan-pilihan yang terkadang sangat dilematis dan problematis di tengah masyarakat.¹⁴ Sehingga, ulama dalam posisi ini hadir memberikan penerangan dan mengajak kepada *amar ma'ruf* dan *nahyi munkar* (menyeru kepada yang baik dan mencegah dari yang buruk).

Saat ini di tengah-tengah kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat yang membuka dilakukannya pengembangan dakwah melalui pemanfaatan media digital, dan di samping ketokohan para *da'i* yang memang sudah banyak dikenal

¹² Dudung Abdul Rohman. “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial”. *Tatar Pasundan: Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, Vol. XIII No. 2 (2019). 124.

¹³ Moeflich Hasbullah, *Sejarah Sosial Intelektual Islam di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012). 20.

¹⁴ H. Munzier dan H. Harjani, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009). 3.

oleh masyarakat, banyak para *da'i* yang muncul di tengah-tengah masyarakat yang melaksanakan dakwahnya dengan memanfaatkan berbagai media teknologi informasi sehingga dakwahnya memiliki jangkauan yang lebih luas dan bisa diperdengarkan kapan saja oleh para jamaahnya. Hal ini juga seringkali didukung oleh kemampuan *da'i* itu sendiri yang memiliki kemampuan dalam mengemas pesan-pesan dakwah melalui bahasa yang mudah diterima oleh masyarakat.

Kemampuan tersebut melahirkan kekhasan tersendiri bagi setiap *da'i* dalam melakukan komunikasi dakwahnya. Hal ini kemudian menjadi sangat menarik untuk dikaji secara mendalam dan diteliti lebih lanjut mengenai penggunaan media sosial dalam aktivitas dakwah dibanding dengan media-media lainnya. Selain itu bahwa dengan berkembangnya media sosial ini menciptakan sosio-kultur masyarakat baru yang menjadikan penggunaan media menjadi ritual, atau kebutuhan utama dalam kesehariaannya. Hal ini pun menjadi aspek penting untuk menjadi bahan penelitian bagaimana kecenderungan masyarakat baru yang sudah dimanjakan dengan media, terutama dalam spiritual agama. Tentu ini tidak terlepas dari implementasi komunikasi dakwah melalui media sosial.

Di antara sejumlah *da'i* yang mampu dan terbilang sukses dalam memanfaatkan media teknologi-informasi secara maksimal dan memiliki ketekunan yang sudah cukup familiar serta dikenal di tengah-tengah masyarakat Indonesia, salah satunya adalah K.H. Yahya Zainul Ma'arif yang seringkali disebut Buya Yahya. Beliau adalah seorang ulama terkemuka dan kharismatik dan telah memiliki jumlah jamaah yang banyak dari berbagai kalangan, terutama jama'ah yang berada di wilayah Cirebon dan sekitarnya.

Aktivitas dakwah yang dikembangkan oleh Buya Yahya lebih difokuskan pada bidang keagamaan, khususnya pendidikan agama yang diberikan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena realitas pendidikan dan tingkat keberagamaan masyarakat sekitar yang relatif masih rendah dan terbelakang. pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap agama Islam masih rendah dan minim serta mayoritas termasuk dalam kelompok Islam abangan. Bahkan adat dan tradisi yang

berkembang cenderung mengarah pada kemusyikan dan jauh dari nilai-nilai Islam yang penuh dengan ajaran dan nilai-nilai luhur serta akhlak yang mulia.

Buya Yahya adalah Kiai yang kharismatik dan unik, Buya Yahya memiliki daya tarik yang sangat luar biasa karena bisa memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat dibidang keilmuan atau pengetahuan, terutama di bidang agama. Buya Yahya juga tidak pernah menggunakan kekerasan ketika berdakwah.

Tidak hanya itu, pelaksanaan dakwah Islam yang dijalankan oleh Buya Yahya tidak hanya bertumpu pada pendekatan-pendekatan yang bersifat konvensional seperti pengajian-pengajian di pondok pesantren yang diasuhnya, majelis-majelis taklim, masjid dan lain-lain, melainkan juga dilakukan dengan cara-cara yang berbasis kepada pendekatan yang modern, dengan memanfaatkan sejumlah media-media teknologi komunikasi, seperti Channel Youtube milik Al-Bahjah, sebuah lembaga keagamaan berbasis pesantren yang dibinanya, melalui Radio, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya memiliki jangkauan yang luas tidak hanya terhadap para santri yang terdapat di Pondok Pesantren Al-Bahjah saja, melainkan juga seluruh masyarakat luas dari berbagai kalangan yang menyaksikan Channel Youtube dan juga mendengarkan siaran radio yang berisikan ceramah-ceramah Buya Yahya. Hal ini juga diperkuat dengan banyaknya jumlah *Subscriber* Channel Youtube Al-Bahjah TV yang mencapai 5.97 juta *Subscriber* dan rata-rata jumlah ribuan sampai juta'an penonton. Kemudian juga *Follower* di Instagram buyayahya_albahjah sampai mencapai angka 5.3 juta *Follower*, dan jumlah *Follower* di facebook 57 ribu.¹⁵

Dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya pada dasarnya memiliki kesamaan dengan dakwah yang dilakukan oleh para da'i lainnya, terutama dari sisi materi-materi yang disampaikan seperti masalah akidah, akhlak, fiqh dan ilmu-ilmu agama lainnya. Namun demikian, pelaksanaan dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan pelaksanaan dakwah oleh para da'i lainnya, dalam hal ini Buya Yahya dalam melaksanakan dakwahnya

¹⁵ Data insight media sosial dakwah Divisi Media dan Dakwah LPD Al-Bahjah

dengan memanfaatkan sejumlah media komunikasi berbasis digital, seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Buya Yahya mencoba melakukan apa yang disebut dengan digitalisasi dakwah pada aspek media yang digunakan sebagai bentuk upaya untuk menjawab tantangan zaman yang terus berkembang dan memperluas jangkauan daripada dakwah itu sendiri.

Proses digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya sebagaimana telah disampaikan bahwa di samping untuk menjawab tantangan kemajuan zaman juga dalam rangka memperluas jangkauan dakwah, pada dasarnya sejalan dengan karakteristik daripada pemanfaatan media digital itu sendiri sebagai bagian penting dari proses digitalisasi dakwah, dimana di era sekarang ini penggunaan media digital memiliki cakupan dan jangkauan cukup luas bagi penggunanya. Oleh sebab itu, tidak mengherankan apabila dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya dengan melakukan proses digitalisasi dakwah, terbilang berhasil.

Dalam hal ini saluran dakwah melalui media digital menjadikan dakwah lebih efisien, karena mampu menjangkau jumlah jamaah yang jauh lebih besar. Kondisi ini tentunya didukung oleh keberadaan media digital seperti adanya media sosial yang memberikan kemudahan bagi siapapun dalam mendapatkan informasi dengan sangat cepat dan mudah. Bahkan keberadaan media sosial tersebut dapat dijadikan sebagai sumber referensi baru dalam mempelajari ajaran Islam. Kenyataan ini tentunya menuntut para da'i untuk mampu bersikap adaptif, progresif, dan aplikatif, dimana da'i harus mampu mengemas dakwah sesuai dengan tuntutan teknologi saat ini.¹⁶

Sebagaimana telah disampaikan bahwa keberadaan media sosial merupakan buah daripada perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Keberadaan media sosial ini telah menghadirkan perangkat yang mudah digunakan (*perceived easy to use*) dan memberi manfaat (*perceived usefulness*) bagi para penggunanya.¹⁷ Tentu kemudahan tersebut memberikan peluang bagi para *da'i* untuk melakukan proses digitalisasi dakwah melalui pemanfaatan media sosial.

¹⁶ Ari Wibowo. “*Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual*”. Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 02 No. 02 (2020). 181.

¹⁷ F. D. Davis, “*Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use and User Acceptance of Information Technology*”, Journal MIS Quarterly, Vol. 13 No. 3 (1989). 319 – 340

Sebagai media baru, media sosial banyak menawarkan berbagai fitur (layanan) interaksi antar pengguna dengan lebih cepat (*up to date*) dan mudah.

Keberadaan media sosial tersebut harus menjadi daya tarik bagi para *da'i* untuk mendigitalisasi dakwahnya dalam berbagai format. Meskipun pada kenyataannya digitalisasi dakwah ini tidak ringan dan mudah, para *da'i* diharapkan mampu menguasai manajemen multimedia yang baik. Karena itu, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh para *da'i* untuk mendigitalisasi dakwahnya adalah dengan konsep desain komunikasi visual. Dakwah akan dirancang dengan sentuhan seni visual supaya memiliki daya tarik yang dapat digemari oleh objek dakwah (*mad'u*).¹⁸ Proses desain dalam komunikasi visual sendiri pada umumnya bertujuan untuk menginformasikan dan mempromosikan pesan dengan visualisasi yang menarik perhatian dan dapat merubah perilaku penerimanya. Secara aplikatif desain komunikasi visual ini akan menyajikan desain dakwah dalam beragam format seperti; poster; spanduk; baliho; animasi; videografi; flyer; dan lain sebagainya.¹⁹

Media sosial pada dasarnya tidak dapat dilepaskan dari teknologi internet yang merupakan singkatan dari *integrated networking* adalah suatu kumpulan jaringan komputer dari berbagai jenis tipe, yang saling berkomunikasi dengan menggunakan suatu standar komunikasi. Secara teknis, internet merupakan dua komputer atau lebih yang saling berhubungan membentuk jaringan komputer hingga meliputi jutaan computer di dunia, yang saling berinteraksi dan bertukar informasi. Sedangkan dari segi ilmu pengetahuan, internet merupakan sebuah perpustakaan yang didalamnya terdapat berupa teks, grafik, suara, maupun animasi dalam bentuk elektronik. Jadi, internet sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran informasi jarak jauh. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah

¹⁸ Ari Wibowo. "Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual". *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02 No. 02 (2020). 182.

¹⁹ Lia Anggraini.S dan Kirana Natalia, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2013). 41-46

menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat.²⁰ Karena itu internet merupakan alat yang banyak dipakai masyarakat pada saat ini. Teknologi komunikasi ini banyak dipakai karena dapat digunakan di mana saja, kapan saja, oleh siapa saja, dan tentunya mudah digunakan.

Hadirnya internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi dewasa ini telah memungkinkan pengembangan aktivitas dakwah yang lebih konvergensi dan membedakannya dengan pola konvensional. Dakwah menjadi lebih mudah, tak terbatas ruang dan waktu serta murah dan terbuka. Karena itu di era media baru seperti saat ini yang ditandai dengan munculnya para *da'i* pada berbagai media online, menjadikan agama dan spiritualitas umumnya tampil sebagai kebutuhan mendasar masyarakat modern. Banyaknya jumlah penonton para *da'i* lewat akun sosialnya menjadi bukti kongkrit eksistensinya dalam menyebarkan risalah agama Islam ini yang mudah di terima secara masal. Begitu besarnya arus informasi melalui media online di era media baru saat ini ditambah dengan arus globalisasi yang tidak mungkin dibendung sehingga perlu dilakukan upaya agar media online bisa menjadi sarana komunikasi dakwah Islam.²¹

Keberhasilan dakwah pada media online yang dilakukan melalui proses digitalisasi, memang dinilai memiliki kelebihannya tersendiri. Hal ini dikarenakan adanya kelebihan yang dimiliki oleh media online sebagai *social network* di internet yang dijadikan sebagai media dakwah dimana internet memiliki setidaknya tiga keunggulan; *pertama*, karena sifatnya yang *never turn-off* (tidak pernah dimatikan) dan *unlimited access* (dapat diakses tanpa batas). Internet memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun; karena internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya; sebagian orang yang memiliki keterbatasan dalam komunikasi sering kali mendapat kesulitan guna mengatasi

²⁰ Mubarok Ahmadi. “*Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat*”, Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 4 No. 1 (2020). 27.

²¹ Lukman Al-Hakim dan Alfan Bachtiar. “*Dakwah Online dalam Perspektif Masyarakat Modern di Media Sosial Youtube*”. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. Vol. 2, No. 2, (2021). 56.

kebutuhan spiritual mereka.²² Atas dasar pandangan inilah, dakwah melalui media sosial merupakan suatu hal yang dinilai sangat relevan dengan kondisi perkembangan saat ini yang hampir semuanya sudah berbasis kepada aspek digital, sehingga proses dakwah juga harus menyesuaikan perkembangan tersebut dengan melibatkan media online sebagai media dalam melaksanakan dakwah Islam.

Berbicara mengenai dakwah melalui media online sebenarnya dapat disebut sebagai inovasi baru dalam dunia syi'ar Islam dan hal tersebut telah memberikan kemudahan bagi para *da'i* dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media online sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media online tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islam.

Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi informasi ini dalam rangka mengembangkan proses dakwah yang adaptif terhadap tantangan zaman yang terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi-informasi yang terus semakin maju.

Penggunaan jaringan internet sebagai media dalam aktivitas dakwah telah membuka sejumlah kemungkinan baru bagi lahirnya gerakan-gerakan dan aktivisme dakwah. Internet dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dapat dipandang sebagai *medium* bagi aktivitas dakwah. Misalnya dengan menyebarkan beragam informasi keislaman secara luas melalui website, blog, media sosial, atau platform lainnya seperti facebook, Youtube, Instagram dan berbagai *platform* lainnya. Kondisi ini tentu saja menjadi peluang tersendiri untuk mengembangkan aktivitas dakwah agar mampu menjangkau jamaah yang lebih luas dari berbagai latar belakang.

Peluang ini pula lah yang digunakan oleh Buya Yahya untuk memaksimalkan perjuangan dakwahnya secara optimal di era milenial saat ini dengan memanfaatkan berbagai media online sehingga mampu menyentuh banyak

²² Artis dan Zoko Syahputra. “Strategi Dakwah Berbasis Social Network (Tinjauan Majelis Dakwah Al-Bahjah Cirebon). Jurnal Idarotuna, Vol. 1. No. 1. (2018). 3.

jamaah secara global. Hal ini kemudian yang mendorong bagi dilakukannya kajian lebih lanjut dalam bentuk penelitian berupa Disertasi yang secara mendalam dan komprehensif mengkaji mengenai aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya dalam melakukan proses digitalisasi dakwah di Era Digital pada media sosial Youtube, Facebook, dan Instagram.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian sebagaimana dikemukakan di atas dan melihat dari keberhasilan proses digitalisasi dakwah yang dilakukan Buya Yahya, maka penelitian ini mengambil fokus pada pengembangan model dakwah yang dilaksanakan oleh Buya Yahya dengan melakukan kajian berdasarkan sejumlah teori-teori pengembangan model dakwah yang berbasis kepada pemanfaatan media digital seperti media sosial yang meliputi tahapan pengembangan digitalisasi dakwah melalui media sosial Youtube, Facebook dan Instagram. Kemudian juga mengkaji kontribusi yang diberikan atas digitalisasi dakwah melalui media sosial Youtube, Facebook dan Instagram terhadap pengembangan dakwah di era digital. Maka dari itu berdasarkan fokus penelitian tersebut kemudian secara lebih lanjut dijabarkan ke dalam beberapa rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Youtube?
2. Bagaimana Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Facebook?
3. Bagaimana Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan pertanyaan penelitian sebagaimana telah dikemukakan di atas, maka pada penelitian dalam bentuk Disertasi ini ditentukan sebuah tujuan dilakukannya penelitian ini dimana secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan digitalisasi dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya melalui media sosial Youtube, Facebook dan Instagram untuk menyebarluaskan syi'ar Islam di Indonesia dengan cara memanfaatkan media sosial Youtube, Facebook dan Instagram untuk kepentingan dakwah agar dakwah yang dilakukan berlangsung lebih maksimal.

Tujuan umum ini kemudian dijabarkan ke dalam tujuan-tujuan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Youtube.
2. Untuk mengetahui Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Facebook.
3. Untuk mengetahui Digitalisasi Dakwah Buya Yahya melalui media sosial Instagram.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis hasil dari Penelitian mengenai Aktivitas Digitalisasi Dakwah yang dilakukan Buya Yahya melalui Media Sosial ini Berkontribusi bagi Studi Media dan Pengembangan syi'ar Islam yaitu mampu memperluas jangkauan Dakwah, mampu merespon tuntutan perkembangan zaman dan kebutuhan umat di Era Digital dalam mengembangkan syi'ar Islam Khususnya di Indonesia dan umumnya di Internasional.
2. Secara Praktis, Penelitian ini memberikan Inovasi Dakwah berbasis Teknologi Informasi Digital dalam mengembangkan Syi'ar Islam terutama untuk para Pegiat Dakwah, Tokoh Agama, Ulama, dan Penyuluh Agama Islam serta memberikan kemudahan Akses Informasi bagi Jama'ah untuk mendapatkan Materi Dakwah.

E. Landasan Pemikiran

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam, karena dakwah bertujuan untuk membuka potensi manusia agar eksistensi mereka punya makna di hadapan Tuhan dan sejarah. Tugas dakwah adalah tugas umat secara keseluruhan dan bukan hanya untuk kaum Islam kalangan tertentu. Karena itu aktivitas dakwah merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan agama Islam. Bagi umat Islam dakwah adalah kewajiban bagi setiap muslim. Saling

mengingatkan sesama manusia adalah hal yang harus dilakukan. Selain itu juga dengan mengajak kepada kebaikan serta menyerukan untuk meninggalkan keburukan.

Sementara itu Islam juga adalah agama yang dianut oleh berbagai kalangan. Di Indonesia sendiri, penganut agama Islam adalah mayoritas dibandingkan dengan para penganut agama lainnya. Penganut agama Islam di Indonesia ini berasal dari beragam latar belakang, yang masing-masing mempunyai kebudayaan yang berbeda. Adanya kebudayaan, manusia (individu) yang kapasitasnya sebagai anggota masyarakat mewujudkan tingkah lakuunya untuk berinteraksi, baik dengan lingkungan alam maupun dengan lingkungan sosial dalam lingkungan masyarakatnya. Kebudayaan mempunyai model-model yang berfungsi untuk mendorong mewujudkan tingkah laku nyata dalam kehidupan masyarakat, sehingga tingkah laku tersebut mempunyai makna dan terkategorisasi dalam peranan-peranan yang berlaku pada masyarakat yang bersangkutan sehingga ada keteraturan yang memungkinkan setiap warga masyarakat dapat berhubungan satu sama lain.²³ Maka dari itu dakwah menjadi metode yang cukup efektif dalam menyebarluaskan semangat Islamisasi dan pengembangan Islam, dakwah menjadi hal yang paling vital dalam menyongsong perkembangan Islam di suatu wilayah.

Al-Qur'an sendiri telah memuat cukup banyak ayat-ayat yang di dalamnya berisi tentang dakwah dan prinsip-prinsip serta cara-cara dalam melaksanakan syi'ar Islam yang diperuntukkan semua umat Islam.²⁴ Hal ini sebagaimana difirmankan oleh Allah Swt., di dalam al-Qur'an surah Ali Imran ayat 104 yang menyebutkan bahwa:

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ ۖ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung". (Kemenag RI, 2019)

²³ Efa Ida Amaliyah. "Islam dan Dakwah: Sebuah Kajian Antropologi Agama". *AT-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol. 3, No. 2 (2015). 341.

²⁴ M. Ridho Syabibi, *Metodologi Ilmu Da'wah: Kajian Ontologis Da'wah Ikhwan Al-Safa*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008). 1.

Allah Swt., memerintahkan bahwa di antara umat ini hendaknya ada sebagian golongan yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada perbuatan baik dan mencegah kemunkaran sebagai prinsip ajaran Islam yakni *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Secara substansial tindakan menyeru kepada kebajikan adalah melaksanakan aktivitas dakwah, menyebar-luaskan ajarana agama Islam sebagai ajaran kebenaran dan kesempurnaan. Justifikasi bahwa tindakan menyeru adalah dakwah ini didasarkan pada sebuah pemikiran bahwa dakwah itu adalah tindakan mengajak, menyeru dan memanggil kepada kebaikan, kepada kebenaran ajaran Tuhan. Oleh sebab itu aktivitas dakwah harus terus dilakukan sepanjang kehidupan umat manusia ini masih ada.

Secara esensial dakwah sesungguhnya dilakukan bertujuan agar manusia mengikuti tuntunan kebenaran yang terdapat dalam al-Quran dan as-Sunah sebagai sumber utama ajaran Islam. Dalam pengertiannya, dakwah itu sendiri berarti ajakan, atau disebut sebagai aktivitas kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang lain baik sendiri maupun kelompok untuk beriman dan taat kepada Allah Swt., sesuai dengan ajaran syari'at.²⁵ Pada ayat yang lain seperti terdapat di dalam al-Qur'an surah al-Nahl ayat 125, Allah SWT., juga menyebutkan bahwa:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمُؤْمِنَةِ وَجَادَهُمْ بِالْأَيْنِ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
BANDUNG
بِالْعِلْمَاتِ

Artinya: “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” (Kemenag RI, 2019).

Aktifitas dakwah dalam Islam merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam terhadap umat manusia disetiap ruang dan waktu dengan berbagai metode dan media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima (*mad'u*) dakwah tersebut.²⁶ Jika dianalisa keseluruhan terhadap sebuah proses dakwah, maka dapat dilihat bahwa pentingnya keselarasan antara media dakwah dengan

²⁵ M. Quraisy Shihab, *Membumikan Al-Quran* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006). 194.

²⁶ Enjang A.S. dan Aliyuddin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah Pendekatan Filosofis dan Praktis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009). 145.

tujuan dakwah. Secara mendasar tujuan dakwah Islam adalah menyeru manusia kepada jalan Allah Swt., artinya membimbing manusia agar hidup dijalan Allah dengan nilai-nilai ajaran Islam yang dijadikan pedoman hidup. Tujuan tersebut mencakup: *Pertama*, untuk menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan baik individu maupun masyarakat, sehingga manusia hidup dan berjalan sesuai dengan ajaran Islam. *Kedua*, untuk mengajak seluruh manusia memeluk agama Islam, sehingga terbentuk manusia yang memiliki kualitas akidah, ibadah serta akhlak yang tinggi. *Ketiga*, untuk mengajak manusia kejalan yang lurus untuk menyembah Allah dan tidak menyekutukannya, agar manusia mendapat ampunan dan keselamatan dunia akhirat.²⁷

Seiring dengan kemajuan teknologi, sehingga cara berdakwah pun sekarang mengalami perkembangan. Dakwah tidak lagi dilakukan secara sederhana tidak hanya sebatas diatas mimbar, di masjid-masjid atau mushala tetapi mulai memanfaatkan kemajuan media teknologi. Hal ini dilakukan agar dakwah lebih meluas dan agar dakwah bisa dilakukan lebih efektif. Dakwah bisa dilakukan melalui media massa dan diterima oleh orang banyak. Karena sifatnya massal maka penerima pesan dakwah tidak hanya dikalangan tertentu saja. Kalangan yang dijangkau bisa luas begitu pula dampak yang ditimbulkannya.

Terkait dengan masalah dakwah, salah satu unsur yang paling penting bagi keberhasilan dakwah adalah adanya media yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan atau materi dakwah. Media sendiri merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari penyampai pesan kepada penerima pesan. Dalam kaitannya dengan pelaksanaan dakwah, media merupakan sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada para jamaah atau penerima pesan dakwah.²⁸ Media dakwah merupakan media atau *instrument* yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. Media ini bisa dimanfaatkan oleh *da'i* untuk menyampaikan dakwahnya baik bentuk lisan maupun tulisan.²⁹ Dengan kata lain, media dakwah adalah sarana

²⁷ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006). 60-63.

²⁸ M. Hasbi Amiruddin dan Syukri Syamaun, *Dakwah dalam Masyarakat Global*, (Banda Aceh: Dinas Syariat Islam, 2013). 64.

²⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012).

yang digunakan oleh *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah. Media dakwah jika dilihat dari bentuk penyampaiannya, dapat digolongkan menjadi lima golongan besar, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak.³⁰ Pendapat lain menyatakan bahwa di antara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para *da'i* saat ini adalah Televisi, Radio, Surat kabar, Majalah, Buku, Internet, Handphone, Bulletin dan lain sebagainya.³¹ Dan dalam perkembangannya, keberadaan media dakwah tersebut terus mengalami perkembangan dan saat ini media sosial menjadi salah satu alternatif untuk digunakan dalam melaksanakan dakwah Islam.

Berbicara mengenai media yang digunakan dalam komunikasi dakwah, pada umumnya terbagi menjadi dua yaitu, memanfaatkan jalur cetak. Selain itu ada pula yang bersifat elektronik, yang merupakan implikasi dari kemajuan media teknologi. Media komunikasi cetak misalnya surat kabar, majalah, selembaran dan lain sebagainya. Sedangkan media komunikasi elektronik misalnya pesawat televisi, dan yang paling mutakhir adalah internet. Dakwah Islam sebagai konsep maupun lingkup kehidupan manusia, sehingga seluruh aspek kehidupan tidak dapat dilepaskan dari sudut pandang dakwah itu sendiri. Sejalan dengan pengertian dakwah sebagai nilai-nilai Islam kedalam semua aspek kehidupan manusia.³²

Dakwah melalui internet seperti dilakukan dengan penggunaan media sosial adalah suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para *da'i* dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah. Sementara mewujudkannya mulai dari tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan internet.

³⁰ Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leaderssship*, (Bandung: Diponegoro, 1992). 47-48.

³¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah...* 9.

³² Nur Ahmad, "Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah", *Jurnal ADDIN*, Vol. 8 No. 2 (2014). 326.

Umat Muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi. Dari sisi dakwah, kekuatan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan.

Peran media bagi aktivitas dakwah memang sangat strategis dalam upaya penyampaian pesan dakwah. Media mampu menembus batas-batas ruang dan waktu. Artinya, meski dengan jarak jauh komunikasi memungkinkan dilakukan. Tidak hanya itu, media juga menawarkan kecepatan waktu dalam menyediakan beragam informasi. Media saat ini tumbuh kian pesat. Dulu, media elektronik seperti televisi dan radio menjadi pilihan favorit dalam mencari informasi. Keunggulannya adalah mampu mengirim pesan suara dan gambar (*visual*). Saat ini realita itu mulai bergeser, publik tidak lagi berpusat pada media elektronik sebagai sumber informasi. Justru, kegandrungannya saat ini beralih ke *new media* (internet) sebagai bagian daripada perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi tersebut kemudian akan menghadirkan perangkat yang mudah digunakan (*perceived easy to use*) dan memberi manfaat (*perceived usefulness*) bagi penggunanya.³³ Tentu kemudahan tersebut memberikan peluang bagi para da'i untuk menyusun dan menentukan strategi dakwah yang tepat di media sosial. Sebagai media baru, media sosial banyak menawarkan berbagai *fitur* (layanan) interaksi antar pengguna dengan lebih cepat (*up to date*) dan mudah. Media sosial juga memberi fasilitas bagi para penggunanya untuk membangun komunitas virtual (*virtual community*) sesuai dengan klasifikasi dan karakter penggunanya masing-masing.

Beragam fenomena yang muncul secara maya di media sosial tersebut harus menjadi daya tarik bagi para da'i untuk mendigitalisasi dakwahnya dalam berbagai format. Tentu digitalisasi dakwah ini tidak ringan dan mudah, para *da'i* diharapkan mampu menguasai manajemen multimedia yang baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh para *da'i* untuk mendigitalisasi dakwahnya adalah dengan konsep desain komunikasi visual. Dakwah akan dirancang dengan sentuhan seni visual supaya memiliki daya tarik yang dapat digemari oleh objek dakwah (*mad'u*).

³³ F. D. Davis, “*Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use and User Acceptance of Information Technology*”, Journal MIS Quarterly, Vol. 13 No. 3 (1989). 319 – 340.

Persoalan mengenai dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial menjadi isu yang sangat penting untuk dikaji dari berbagai sudut pandang. Media sosial sendiri adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan sebagainya merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa *social network* (media sosial) adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial.³⁴ Dalam suatu proses dakwah, seorang juru dakwah (*da'i*) dapat menggunakan berbagai sarana atau media. Salah satu media tersebut adalah dengan memanfaatkan keberadaan media sosial yang saat ini merupakan aplikasi-aplikasi yang sangat diminati oleh khalayak. Dewasa ini, dapat dilihat bahwa telah banyak *da'i* baik individu maupun organisasi dakwah yang melakukan kegiatan dakwahnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dalam berdakwah. Salah satu unsur keberhasilan dalam berdakwah adalah kepandaian seorang *da'i* dalam memilih dan menggunakan sarana atau media yang ada.

Digitalisasi dakwah telah menjadi alternatif pemenuhan kebutuhan kerohanian di masa milenial saat ini. Sejalan dengan pandangan tersebut, Islam sejatinya tidak menghambat umatnya untuk dapat maju dan berkembang jika melihat secara teologisnya. Bahkan Islam sangat mendorong untuk menjadi umat yang terbaik di muka bumi. Melihat dasar teologisnya, sehingga menjadikan umat Islam memerlukan bekal yang mumpuni perihal pengetahuan dan praktik penguasaan teknologi bagi para dai. Perlunya mengubah paradigm tentang anggapan bahwa *da'i* hanya pandai berbicara soal agama saja namun telah gagap dalam perkembangan teknologi. Atas dasar inilah para *da'i* mampu mengasah keterampilan dalam berselancar di media sosial guna berdakwah.

Digitalisasi dakwah pada dasarnya dilakukan melalui proses desain dalam komunikasi visual yang bertujuan untuk menginformasikan dan mempromosikan pesan dengan visualisasi yang menarik perhatian dan dapat merubah perilaku

³⁴ Artis dan Zoko Syahputra. "Strategi Dakwah Berbasis Social Network... 2

penerimanya. Banyak prinsip kerja yang dipertimbangkan dalam desain komunikasi visual ini mulai dari keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), kesatuan (*unity*).³⁵ Secara aplikatif desain komunikasi visual menyajikan desain dakwah dalam beragam format seperti; 1) poster; 2) spanduk; 3) baliho; 4) animasi; 5) videografi; 6) *flyer*; 7) dan lain sebagainya.³⁶ Format visual dalam mendigitalisasi dakwah tersebut selain memberikan tampilan baru dalam berdakwah di media sosial juga menjadi salah satu strategi untuk mengalihkan perhatian pengguna internet terhadap hoaks (berita bohong) dan disinformasi yang sulit terfilterisasi. Senada dengan Armahedi Mahzar yang menawarkan bentuk strategi integratif⁶ yang dapat dikembangkan dalam membangun komunikasi dakwah efektif di media sosial. Tantangannya, apakah para da'i yang sekaligus menjadi pengguna media sosial mau dan mampu mendigitalisasi dakwahnya agar nampak menarik dan memikat mad'u? Oleh karena itu tulisan ini akan mengulas dan memberi gambaran tentang konsep desain komunikasi visual dalam mendigitalisasi dakwah di media sosial.

Selain itu bahwa di era modern sekarang dibutuhkan spirit untuk masyarakat dengan memandang Islam sebagai nilai dan pandangan hidup. Sehingga sudah menjadi hal yang harus dilakukan bahwa teknologi informasi mengakomodir perkembangan peradaban umat Islam sekarang ini. Perwujudan dari agamanya merupakan gaya suatu peradaban yang menjadikan agama menjadi sumber utama. Kehadiran Islam pada peradaban dunia ini dapat dipertahankan dengan mempertahankan eksistensi melalui digitalisasi dakwah. Seberapa jauh umat Islam dapat memanfaatkan teknologi, maka akan menentukan seberapa maju umat Islam. Hal itu tergantung pada kemampuan umat Islam dalam membuka peluang dan relasi kebudayaan dengan teknologi. Dengan demikian, digitalisasi dakwah dapat dibangun menjadi peradaban baru Islam di Era Digital.

Kehadiran perkembangan media dakwah yang berbasis kepada media digital seperti media sosial dewasa ini terus mengalami kemajuan seiring dengan

³⁵ Lia Anggraini. S dan Kirana Natalia, *Desain Komunikasi Visual, Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*, (Bandung: Nuansa Cendikia, 2013). 41-46

³⁶ Ari Wibowo, “Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02 No. 02 (2020). 182.

perkembangan zaman yang semakin modern. Hal ini salah satunya ditunjukkan dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang sekarang ini cukup mengalami perkembangan yang sangat pesat. Di antara media teknologi informasi tersebut yang berbasis kepada media sosial seperti Channel Youtube yang saat ini banyak digunakan oleh para penggunanya untuk menyampaikan berbagai konten tertentu. Bagi seorang pendakwah (*da'i*), hal ini tentunya menjadi sebuah tantangan tersendiri yang menuntut pemanfaatan media teknologi informasi tersebut guna memaksimalkan pelaksanaan dakwah Islam. Dalam konteks ini, kehadiran media baru seperti media sosial, dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah. Karena sejatinya aktifitas dakwah dapat menyebarluaskan nilai-nilai ajaran Islam ke seluruh penjuru dunia dan dapat mentransformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama. Di sinilah pentingnya kehadiran media sebagai instrumen penting untuk kepentingan dakwah. Dengan bantuan media, aktivitas dakwah akan lebih akeleratif dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penduduk dunia.

Banyak hal yang akan didapatkan dengan berdakwah melalui media sosial di internet. Tentunya tidak bisa dilakukan dengan bebas dan keras menyuarakan pendapat, sebab ada etika dan peraturan tersendiri meskipun di dunia maya (*cyber space*). Ini sejalan dengan prinsip dakwah Islamiyah, bahwa dalam berdakwah harus selalu dengan perkataan mulia (*qoulul hasan*), bukan dengan cercaan dan kata-kata kasar. Esensi dakwah tidak hanya sekedar berorasi atau hanya berkata-kata saja, akan tetapi berdakwah juga harus dengan memberikan *uswah khasanah*⁷. Pada intinya, apabila perkataan dan tindakan seorang *da'i* sesuai dengan apa yang dilakukannya maka akan banyak pula yang akan mengikutinya.³⁷

Sebagai bagian daripada upaya merespon perkembangan teknologi yang semakin maju, dakwah yang sejatinya dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu di antaranya adalah melalui media sosial. Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Seperti diketahui bersama, bahwa aplikasi-aplikasi media sosial sudah

³⁷ Artis dan Zoko Syahputra. "Strategi Dakwah Berbasis *Social Network*... 2.

menjadi bagian tidak terpisahkan dari alat komunikasi yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Oleh sebab itu, telah menjadi fakta bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Setiap saat dan setiap waktu orang bisa mengakses media sosial. Selain untuk berkomunikasi, segala hal mulai dari informasi positif hingga yang paling buruk sekalipun bisa diakses melalui media sosial. Dengan semakin masifnya pengguna media sosial, kiranya akan sangat disayangkan jika hal tersebut hanya digunakan untuk sebatas komunikasi dan mengakses informasi-informasi yang kadang kala tidak penting dan tidak bermanfaat. Lebih dari itu, media sosial bisa dimanfaatkan untuk sarana berdakwah; menebar kabaikan, dan mengajak orang lain berbuat baik. Hal inilah yang selanjutnya menjadi tantangan bagi para *da'i* dalam berdakwah di era globalisasi khususnya di Indonesia.³⁸

Sejalan dengan penjelasan sebagaimana disampaikan di atas, maka dalam memperluas dakwah, tidak ada salahnya kalau memanfaatkan media sosial yang telah berkembang pesat saat ini. Media sosial menjadi salah satu media paling efektif untuk menyalurkan bakat atau pemikiran karena internet digunakan dan diakses secara global oleh seluruh manusia yang ada di muka bumi ini. Meskipun demikian perlu diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan berhasil atau tidak seorang *da'i* dalam mempengaruhi *mad'u*, yaitu:³⁹ *petama*, pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang *da'i* relevan dengan kebutuhan masyarakat. *Kedua*, penampilan seorang *da'i* memiliki daya tarik personal yang menyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya, walaupun kualitas dakwahnya sederhana. *Ketiga*, kondisi psikologi masyarakat yang membutuhkan siraman rohani serta persepsi yang positif kepada seorang *da'i*, sehingga pesan dakwah yang sebenarnya kurang jelas ditafsirkan sendiri oleh masyarakat dengan penafsiran yang jelas. *Keempat*, kemasan yang menarik menjadikan masyarakat yang semula acuh tak acuh terhadap agama dan juga terhadap *da'i* setalah melihat kemasan lain misalnya: kesenian, stimulasi, ataupun program pengembangan

³⁸ Eko Sumadi. "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi", *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4 No. 1 (2016). 175.

³⁹ Bambang S Ma'arif. *Psikologi Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010). 2.

masyarakat maka paket dakwah menjadi stimulasi yang baik untuk masyarakat dan akhirnya mereka merespon secara positif.

Upaya memaksimalkan pengembangan dakwah di era modern saat ini memang dinilai relevan dengan keberadaan media sosial yang memiliki kelebihannya tersendiri dibandingkan dengan sejumlah media lainnya untuk digunakan menjadi saluran dakwah kepada masyarakat. Kelebihan media sosial sebagai media komunikasi dakwah, di antaranya: *pertama*, mampu menembus batas ruang waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau. *Kedua*, pengguna internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap visi dakwah. *Ketiga*, para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsistensi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum *syar'i*. *Keempat*, dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat karena bebas memilih materi dakwah yang disukai. *Kelima*, cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islami melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas.⁴⁰

Berdakwah melalui sosial media (*social network*) di internet tergolong cukup mudah dan sangat praktis. Tidak hanya jangkauannya yang sangat luas, internet juga menghilangkan batas-batas rasisme, golongan, agama dan lainnya sehingga internet menjadi media bebas untuk menuangkan pemikiran seseorang dalam sebuah tulisan dan video serta tidak terbatas oleh waktu. Ulasan pembahasannya pun akan lebih gamblang, mengena dan dapat ditelaah pembacanya kapanpun dan dimana pun mereka berada. Jadi, untuk mengulas sebuah permasalahan yang banyak terjadi dimasyarakat, seorang *da'i* harus memiliki wawasan yang luas serta pengalaman baik bersifat pribadi atau pengalaman yang didapatkan dari orang lain. Bahkan dengan berdakwah melalui internet yang salah satunya memanfaatkan media sosial, juru dakwah bisa mendapatkan ribuan bahkan jutaan *mad'u*.⁴¹ Apabila cara, pelaksanaan baik yang berhubungan dengan metode, media dakwah dan ketokohan yang dimiliki oleh seorang *da'i* sesuai dengan situasi

⁴⁰ Ma'arif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010).172.

⁴¹ Fadil Ibnu Ahmad, *Dakwah Online: Asyiknya Meraup Pahala di Dunia Maya*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2014). 24.

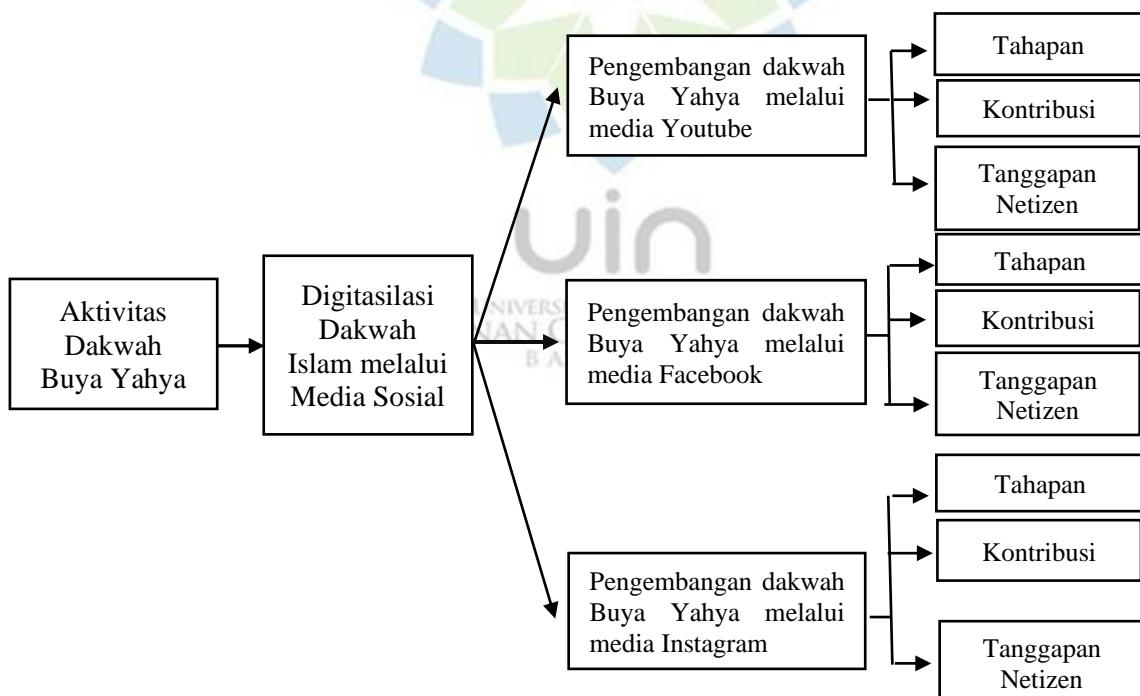
dan kebutuhan masyarakat itu sendiri, maka senantiasa dakwah bisa diterima oleh masyarakat. Hal ini seperti yang dipraktikkan oleh Buya Yahya dalam perjalanan kiprah dakwahnya yang cukup dikenal banyak memanfaatkan media teknologi informasi, seperti Channel Youtube, Radio, dan media lainnya yang dikelola oleh Lembaga Pengembangan Dakwah (LPD) Al-Bahjah, sehingga tidak heran apabila kiprah dakwah Buya Yahya mampu menembus seluruh lapisan masyarakat dan memiliki jumlah jamaah yang cukup banyak dan tidak terbatas pada para santri yang ada di pondok pesantrennya saja. Hal ini menunjukkan bahwa pola dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya tidak hanya terbatas pada pendekatan-pendekatan yang bersifat konvensional, akan tetapi juga menggunakan pendekatan-pendekatan yang berbasis kepada perkembangan zaman, seperti dengan memanfaatkan berbagai media teknologi informasi untuk kepentingan keberhasilan dakwah Islam.

Selain itu, ketokohan Buya Yahya sebagai salah seorang ulama kharismatik dan mumpuni di dalam penguasaan ilmu agama menjadi modal keberhasilan bagi perjalanan dakwahnya. Tidak heran apabila dakwah Buya Yahya banyak diminati dan diterima oleh masyarakat yang menjadikan kiprah dakwahnya di tengah-tengah masyarakat Indonesia terutama di wilayah Jawa Barat dapat dikatakan berhasil.

Terkait dengan aktivitas dakwah, sebagaimana diketahui bahwa *da'i* juga dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Hal ini karena media sosial dapat menjadikan setiap orang untuk menjadi komunikator massa. Setiap individu bisa menjadi narasumber maupun menjadi *da'i* tanpa harus melalui media televisi, radio maupun media cetak. Karakteristik media sosial yang terbuka dan masif menjadikan media ini bisa digunakan untuk sarana kebaikan dan bisa pula untuk sarana kejahanan. Media sosial dapat menyajikan informasi yang benar dan dapat pula yang tidak benar. Hal ini dikarenakan informasi yang disajikan kadang dimaksudkan untuk kebaikan bersama namun ada pula yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui fasilitas media sosial. Oleh karena itu dalam menyikapi keberadaan media sosial sebagai hasil daripada perkembangan teknologi informasi, harus secara tepat dengan memanfaatkannya guna kepentingan kebaikan seperti untuk pengembangan dakwah Islam.

Persoalan dakwah melalui media sosial tentunya tidak terlepas dari hal yang berkaitan dengan pengelolaan media massa berupa media sosial itu sendiri untuk digunakan dalam aktivitas dakwah. Karena itu teori utama dalam penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Media menjadi alat dukung yang paling penting dalam menunjang komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.⁴²

Kemudian mengenai kontruksi pemikiran dalam menggambarkan aktivitas digitalisasi dakwah Buya Yahya pada media sosial Youtube, Facebook dan Instagram, lebih lanjut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar: 1.1. Kerangka Pemikiran

⁴² Denis McQuail. *Mass Communication Theory* (London. SAGE Publications Inc, 2002). 388.