

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era digitalisasi, Islam sebagai nilai pandangan hidup sudah semestinya mampu mengakomodir teknologi informasi sebagai bagian dari *integral* bagi perkembangan dakwah.

Dakwah adalah suatu upaya dalam menyeru, memanggil, dan mengajak manusia untuk menuju pada Allah *Subhanahu Wa Ta'Ala* yakni ajaran-ajaran agama Islam. Setiap umat Islam dengan latar belakang maupun profesi yang beragam dapat melakukan dakwah, karena dakwah adalah perintah Allah *Subhanahu Wa Ta 'Ala* untuk umat Islam yang taat, yang dilakukan sesuai dengan posisi dan kapasitas yang dimilikinya. Tujuan dari aktivitas dakwah adalah perubahan kondisi masyarakat kepada kondisi yang lebih baik sesuai dengan norma dan nilai-nilai ajaran Islam (Fakhruroji, 2019:6).

Dakwah melibatkan elemen-elemen yang saling terkait dalam prosesnya, diantara elemen atau unsur dakwah tersebut yaitu; pelaku dakwah (*Da'i*), objek dakwah (*mad'u*), pesan dakwah (*maudhu al-da'wah*), metode dakwah (*uslub*), dan media dakwah (*wasilah da'wah*). Pada proses dakwah yang berjalan efektif dan efisien, semua elemen ini harus dipertimbangkan dengan baik, termasuk salah satunya yaitu dalam penggunaan media dakwah.

Media memainkan peran yang sangat penting dalam keberlangsungan dakwah karena dapat membantu memperluas jangkauan pesan-pesan dakwah yang

disampaikan oleh seorang *Da'I* atau pelaku dakwah, selain itu dapat meningkatkan efektivitas dakwah, memperkaya bentuk dakwah, dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Media dakwah telah mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan jaman terutama dalam arus kemajuan teknologi dan informasi, seperti halnya yang telah terjadi di Indonesia.

Media dan dakwah merupakan satu kesatuan utuh untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih efektif. Media dakwah memiliki arti sebagai alat yang bersifat objektif yang bisa menjadi sarana untuk menghubungkan ide dengan ummat, dan merupakan elemen penting dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah (Sukayat, 2019:27).

Perkembangan media dakwah di Indonesia telah mengalami pergeseran signifikan dari yang tradisional ke *modern*. Dulu, media yang digunakan oleh pada *da'i* dan *muballigh* untuk berdakwah masih sangat terbatas, sehingga aktivitas dakwah dilakukan melalui cara-cara yang tradisional dan sederhana, seperti halnya ceramah di Masjid, para *da'i* akan memberikan ceramah agama di Masjid sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada jamaah, dan mimbar Masjid menjadi media yang kerap kali digunakan. Lalu melalui seni pertunjukan, beberapa bentuk seni tradisional seperti wayang, qasidah, atau tarian religius juga digunakan sebagai media dakwah. Melalui seni pertunjukan ini, pesan-pesan agama disampaikan secara artistik dan menghibur, pengajian-pengajian di rumah warga, kitab tulis atau naskah tangan yang digunakan sebagai media untuk menulis dan menyebarkan pesan-pesan agama, dan lain sebagainya.

Memasuki era *modern* muncul beragam media massa seperti televisi, radio, hingga internet yang mana media tersebut memungkinkan para *da'i* dan *muballigh* untuk mencapai *audiens* yang jauh lebih luas. Pada era yang serba digital seperti sekarang ini, perkembangan teknologi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Salah satu media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan menyesuaikan juga dengan kondisi masyarakat *modern* adalah melalui aplikasi ponsel atau semua media yang menggunakan jaringan internet.

Transformasi media dakwah yang terjadi memang menuntut para pelaku dakwah untuk bisa beradaptasi dengan keadaan baru, sehingga dakwah tidak hanya sebatas melalui media tradisional, namun turut memanfaatkan media digital untuk bisa mengoptimalkan syiar dakwah guna mencapai tujuan dakwah. Produk-produk media digital yang kini eksis digunakan oleh para *da'i* dan *muballigh* diantaranya situs web, aplikasi *mobile*, media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan lain sebagainya.

Termasuk salah satunya yaitu Ustadz Oemar Mita. Ustadz Oemar Mita atau yang juga dikenal sebagai Abu Bassam, merupakan salah satu *da'i* yang ikut aktif memanfaatkan penggunaan media digital dalam aktivitas dakwahnya. Seorang *da'i* lulusan fakultas syariah di Lembaga Ilmu Pengetahuan Islam dan Arab (LIPIA) sudah eksis berdakwah sejak tahun 2016. Ustadz Oemar Mita juga merupakan pendiri dari yayasan yang bernama Syameela. Selain berdakwah dari Masjid ke Masjid, antar lembaga ilmu, melihat peluang dakwah di media digital yang dapat menjangkau banyak jamaah atau audiens, maka Ustadz Oemar Mita ikut aktif

memanfaatkan produk dari media digital antara lain, seperti *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan sebagainya.

Tidak hanya media sosial tersebut, bahkan Ustadz Oemar Mita dalam melakukan aktivitas dakwah juga memanfaatkan sebuah aplikasi baru. Beranjak dari fenomena Pandemi Covid yang terjadi pada tahun 2019 telah membawa perubahan signifikan dalam kondisi dakwah. Pembatasan sosial, penutupan tempat ibadah, dan larangan pertemuan besar-besaran telah mengubah cara tradisional dakwah dilakukan. Pada *da'i* telah beralih ke media digital seperti *live streaming*, video ceramah, *podcast*, dan *platform* komunitas *online* untuk tetap berkomunikasi dengan jamaah dan menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Situasi pandemi saat itu telah mendorong kreativitas dalam menyebarkan dakwah, dengan penggunaan media sosial maupun aplikasi lainnya sebagai sarana untuk menjaga interaksi dan edukasi keagamaan. Maka untuk tetap melangsungkan dakwahnya, Ustadz Oemar Mita dan tim media dakwah yayasan Syameela melakukan inovasi dengan mengadakan program-program dakwah yang dilaksanakan secara *virtual* selama masa pandemi, dengan melalui sebuah aplikasi baru yang bernama Mosfeed. Berawal dari inovasi program dakwah yang baru dan penggunaan media baru banyak menarik perhatian para jamaah, adapun hal tersebut dapat diketahui dari meningkatnya pengikut di akun media sosial Ustadz Oemar Mita seperti pada akun *instagramnya* yang memiliki nama akun @oemar_mita, sudah sebanyak 1.200.000 *followers*. Dalam media *Youtube* yang memiliki nama channel Oemar Mita Syameela sudah ada sebanyak 533.000 subscriber. Tidak

hanya selama pandemi, penggunaan aplikasi Mosfeed pun masih dilakukan hingga saat ini.

Aplikasi Mosfeed dengan nama lengkap Mosfeed Indonesia adalah sebuah web aplikasi yang dapat diakses melalui ponsel pintar dan komputer yang digunakan untuk mengakses layanan Mosfeed. Kegiatan pengelolaan dan pengembangan aplikasi Mosfeed ini dibawah naungan PT. Pixel Nine Indonesia, yang merupakan perseroan terbatas yang telah didirikan dan sudah beroperasi secara sah berdasarkan hukum Republik Indonesia, perusahaan tersebut berdomisili di Tangerang Selatan, Indonesia.

Kehadiran aplikasi Mosfeed dirancang sebagai wadah digital untuk komunitas Muslim yang terintegrasi. Tujuan dari pembuatan aplikasi Mosfeed ini adalah untuk menyatukan komunitas Islam dengan memberikan kemudahan bagi jamaahnya. Selain itu, kegunaan dari aplikasi Mosfeed yaitu sebagai sarana berinteraksi, sarana komunikasi antara pengguna layanan dan komunitas kajian maupun perorangan sebagai anggota suatu komunitas kajian tersebut, maksud dari komunitas kajian adalah kelompok kajian yang mengorganisir kegiatan-kegiatan kajian keIslaman dan menyelenggarakannya melalui aplikasi Mosfeed.

Sehubung dengan ini peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam terkait pemanfaatan aplikasi Mosfeed yang dijadikan sebagai media dalam melangsungkan dakwah, sebagaimana yang dilakukan oleh Ustadz Oemar Mita pada program dakwahnya dengan memiliki nama akun Syameela *Series* pada aplikasi Mosfeed. Demikian itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul

penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Syameela Series Mosfeed).”

Peneliti memilih topik penelitian tersebut dengan alasan yaitu untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan aplikasi Mosfeed yang dilakukan akun Syameela Series untuk dijadikan sebagai media dakwah, selanjutnya untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan media dakwah, terutama dalam penggunaan aplikasi Mosfeed yang terbilang masih sangat baru. Selain itu, penelitian dengan topik ini terdapat hubungan antara wilayah kajian keilmuan pada program studi yang ditempuhnya yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada program studi KPI sendiri terdiri dari tiga ranah diantaranya *khitabah*, *khitobah*, dan *i'lam*, dan pada penelitian ini termasuk ke dalam ranah *i'lam* yang memiliki fokus dalam bidang media.

I'lam atau disebut juga dengan media, dalam konteks dakwah dan penyiaran Islam memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada umat Islam dan masyarakat luas. Hal ini relevan dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang mempelajari berbagai bentuk media yang digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan ajaran Islam, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang peran media digital dan aplikasi dalam upaya dakwah di era *modern*. Termasuk memahami dengan terjadinya perkembangan teknologi dan komunikasi hingga transformasi media saat ini yang digunakan untuk menyiarkan pesan-pesan dakwah, dan untuk menentukan efektif atau tidaknya pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh para pengemban dakwah, tentu ketepatan dalam pemanfaatan

media merupakan salah satu hal yang menjadi perhatian penting untuk mencapai tujuan dakwah.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, adapun yang menjadi fokus penelitian ini diantaranya, sebagai berikut:

1. Bagaimana admin akun Syameela Series di aplikasi Mosfeed menyediakan informasi dakwah?
2. Bagaimana admin akun Syameela Series di aplikasi Mosfeed memberi ruang partisipasi kolektif?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui admin akun Syameela Series di aplikasi Mosfeed dalam menyediakan informasi dakwah
2. Untuk mengetahui admin akun Syameela Series di aplikasi Mosfeed dalam memberi ruang partisipasi kolektif

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat dari aspek akademis maupun aspek praktik dalam bidang dakwah dan komunikasi. Adapaun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Akademis

Terdapat beberapa kegunaan secara akademis dari hasil penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada

Akun Syameela Series Mosfeed)”, diantaranya: *Pertama*, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi dan dakwah, khususnya dalam mengkaji penggunaan media sosial sebagai media dakwah, serta menjadi referensi bagi para peneliti lainnya dalam mengembangkan penelitian di bidang ini.

Kedua, peneliti berharap dari penelitian ini dapat memberikan informasi baru dan wawasan bagi para peneliti, akademisi, dan masyarakat umum tentang pemanfaatan atau penggunaan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah sebagaimana sama halnya yang dilakukan pada akun Syameela Series di dalam aplikasi tersebut. *Ketiga*, penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memenuhi tugas akademisnya dan memperoleh gelar sarjana dalam program studi di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Kegunaan Secara Praktis

Selanjutnya, beberapa kegunaan secara akademis dari hasil penelitian ini, diantaranya: *Pertama*, penelitian ini dapat memperkuat peran aplikasi sebagai bagian dari media baru dan menjadi memberikan baru dalam berdakwah. Para pengelola media dakwah dapat mengoptimalkan penggunaan aplikasi Mosfeed sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah lebih variatif secara efektif dan efisien.

Kedua, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi dan masukan bagi pengelola media dakwah dalam mengelola konten dakwah, serta membantu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran bagi para penggiat dakwah maupun

masyarakat tentang pentingnya dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat dapat mengakses informasi tentang dakwah melalui aplikasi Mosfeed dan memperoleh manfaatnya.

E. Kajian Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini peneliti melakukan tinjauan pustaka dengan menggunakan beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Untuk mengetahui apakah memiliki kesamaan atau tidak dengan penelitian yang telah dilakukan atau belum. Peneliti menemukan tiga skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan diteliti, judul-judul skripsi tersebut antara lain:

Pertama, Anwar Sidiq (2017), mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, dalam skripsi yang berjudul "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*". Hasil penelitian menunjukkan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan Islamiyah dengan efektif, akun Instagram @fuadbakh menggunakan fitur-fitur yang tersedia seperti video, gambar, *captions*, *mentions*, *hashtag*, dan *comments*. Lalu, strategi yang paling diandalkan dalam pembuatan konten adalah dengan memilih tema tentang cinta dan hal-hal yang sedang populer di masyarakat Indonesia, agar khalayak dapat memandang hal tersebut dari sudut pandang Islam.

Kedua, Yosiena Duli Deslima (2018), mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, dalam skripsi yang berjudul "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan*".

Lampung”. Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa Instagram memiliki banyak manfaat sebagai media untuk melakukan dakwah. Bagi mahasiswa KPI, terdapat dua bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah, yaitu sebagai media komunikasi dan sebagai media untuk menyebarkan pesan dakwah. Jika digunakan dengan baik dan sesuai syariat Islam, Instagram dapat menjadi media yang efektif untuk melakukan dakwah. Dakwah melalui Instagram dapat menciptakan pesan-pesan inovatif dan menarik perhatian para *followers* sehingga dapat dengan mudah dibagikan ke media sosial lainnya. Dengan demikian, dakwah melalui Instagram dapat disebut sebagai dakwah milenial yang efektif.

Ketiga, Fatoni Ningsih (2022), mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, dalam skripsi yang berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Mataram Tahun 2022*”. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa KPI angkatan 2019 tidak hanya menggunakan media sosial Facebook untuk menyebarkan pesan dakwah, namun juga memanfaatkannya untuk kegiatan lain seperti berkomunikasi dan menjalin silaturahmi dengan teman lama, baru, kerabat, dan keluarga. Meskipun demikian, mayoritas mahasiswa KPI angkatan 2019 masih secara rutin membuat dan menyebarkan pesan dakwah di media sosial Facebook, sementara sisanya hanya melakukannya sesekali saja. Adapun konten-konten dakwah yang biasa disebarkan oleh mahasiswa KPI meliputi akidah, muamalah, shalat, solawat, menuntut ilmu, cara menutup aurat bagi wanita, dan lain sebagainya dalam bentuk tulisan, gambar, dan video.

Berikut persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu, dalam tabel sebagai berikut:

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Anwar Sidiq (2017), dalam skripsi yang berjudul <i>“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh”</i>	Kualitatif	Penelitian memiliki kesamaan dalam fokus penelitian yang mengenai pemanfaatan suatu media sebagai media dakwah	Tema dalam penelitian tersebut terfokus pada akun @fuadbakh di Instagram. Sedangkan peneliti berfokus pada akun Syameela Series pada aplikasi Mosfeed.
2	Deslima, Yosiena Duli (2018), dalam skripsi yang berjudul <i>“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”</i>	Deskriptif Kualitatif	Penelitian memiliki kesamaan dalam fokus penelitian yang mengenai pemanfaatan suatu media sebagai media dakwah. Penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian tersebut menggunakan jenis media Instagram sebagai objek penelitian. Sedangkan penelitian ini menggunakan aplikasi Mosfeed.
3	Fatoni Ningsih (2022), dalam skripsi yang berjudul <i>“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Mataram Tahun 2022”</i>	Deskriptif Kualitatif	Persamaan dengan penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu deskriptif kualitatif	Penelitian tersebut berfokus pada penggunaan Facebook sebagai media dakwah. Sedangkan penelitian ini berfokus pada penggunaan aplikasi Mosfeed.

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Landasan teori adalah bagian dari penelitian yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proposi yang disusun secara sistematis (Sugiyono, 2010). Terdapat landasan teori dan komponen-komponen yang mendukung dalam penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed.id Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Syameela Series Mosfeed.id).” diantaranya:

a. Teori Media Baru

Menurut Dennis Mcquails (2011:148) media baru merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan digitalisasi untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru Memiliki karakter yang fleksible, berpotensi juga lebih interaktif, dan dapat berfungsi secara individu maupun publik. Teridentifikasi lima kategori dalam media baru, diantaranya media komunikasi antar pribadi, media permainan interaktif, media pencarian informasi, media partisipasi kolektif, subtisusi media penyiaran.

Pada tahun 1990-an terjadi proses percepatan penyebaran media digital dari teknologi informasi dan telekomunikasi, yang menyebabkan studi pada media dan komunikasi didefinisikan oleh objek penelitian baru (Littlejohn, 2016:822). Lingkungan media dari sudut pandang makro, bahwa teori media baru menghadapi tantangan metodologis dari sejumlah arah. Dalam buku Littlejohn dijelaskan pertama, langkah perubahan tiga sektor yang relevan dengan bidang ini, antara lain; komputerisasi, media dan telekomunikasi. Kedua, adalah kesulitan dan kebaruan

pemetaan konvergensi antara domain. Ketiga, keluasan sumber daya interdisipliner yang diperlukan untuk mensurvei bidang ini.

b. Pendekatan Media Dakwah

Dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang memiliki makna berupa seruan, panggilan, undangan atau doa. Berdasarkan makna, dakwah berarti upaya memanggil, menyeru, dan mengajak manusia menuju Allah, yakni ajakan kepada agama-Nya. Sebagaimana disebutkan dalam firman-Nya:

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

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran ayat 104).

Tafsir menurut kemenag pada ayat ini yaitu Allah memerintahkan orang mukmin agar mengajak manusia kepada kebaikan, menyuruh perbuatan makruf, dan mencegah perbuatan mungkar. Oleh karena itu, ayat ini dijadikan acuan dasar sebagai perintah untuk melakukan dakwah amar makruf nahi mungkar bagi setiap Muslim.

Menurut kajian ilmu dakwah terdapat lima unsur dakwah, diantaranya: Pertama, pelaku dakwah (*Da'i/Da'iyah*), pelaku dakwah adalah orang yang melaksanakan dakwah baik melalui lisan, tulisan dan perbuatan. Serta dapat dilakukan secara individu, kelompok, organisasi maupun lembaga. Kedua, objek dakwah (*mad'u*), adalah manusia baik secara individu maupun kelompok. Ketiga, materi dakwah (*maudhu al da'wah*), adalah pesan-pesan yang berupa ajaran agama Islam. Keempat, media (*wasilah*) dakwah, adalah alat yang digunakan sebagai perantara

untuk kegiatan dakwah. Kelima, metode (*uslub*) dakwah. Istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi, sebagaimana definisi yang selama ini diketahui, selain itu media merupakan sarana yang disertai dengan teknologinya. (Rulli Nasrullah, 2016:3 dalam Laghey, 2007; McQuail, 2003). Dalam penjelasan dari Asmuni Syukir (1983) bahwa media berasal dari bahasa latin yaitu median, yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung, penghubung antar dua aspek, dengan maksud yakni sesuatu yang dapat menjadi alat perantara untuk mencapai suatu tujuan.

Adapun definisi lain dari media sebagaimana yang dikemukakan oleh Wilbur Scharm (1977) yaitu sebagai teknologi komunikasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Lebih spesifik, media adalah alat-alat yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti halnya buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya. Media terbagi menjadi dua jenis yaitu media lama dan media baru. Menurut M.S. Nasaruddin Latif dalam bukunya *Teori dan Praktik Dakwah Islamiya* mendefinisikan dakwah sebagai setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan, dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan menaati Allah *Subhanahu Wa Ta 'Ala* sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah. Dari penjelasan diatas untuk tersampainya pesan dakwah tentu melalui perantara atau media, dan media termasuk diantara unsur-unsur dakwah.

Menurut M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006:32) mengenai media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (penerima dakwah). Dan adapun definsi lain dari Asmuni Syukir (1983:163)

bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Adapun klasifikasi dari jenis media terdapat menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media *modern* (dengan teknologi komunikasi).

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau topik antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya yang memiliki keterkaitan dari masalah yang ingin diteliti. Aplikasi Mosfeed merupakan salah satu produk dari media baru. Kehadiran aplikasi Mosfeed beserta fitur-fitur penunjangnya membuat Syameela Series melakukan pembuatan akun dan memanfaatkan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah. Konsep pemanfaatan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah yang dilakukan pada akun Syameela Series bisa terdapat berbagai macam cara, terutama dalam mengemas dan menyebarkan informasi-informasi dakwah, maupun program-program yang akan dilaksanakan.

Dalam hal ini penelitian Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Syameela Series Mosfeed) akan dipaparkan tentang adanya keterkaitan teori media baru dengan aplikasi baru, pola pemanfaatan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah, baik dimulai dengan pola pemanfaatan fitur-fitur aplikasi, jenis-jenis informasi dakwah, dan bentuk ruang partisipasi kolektif yang disediakan oleh admin akun Syameela *Series*.

a. Pemanfaatan

Pemanfaatan memiliki berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau faedah. Menurut Poerwadarminta (2002:125), mendefinisikan pemanfaatan adalah

suatu kegiatan, proses, cara ataupun perbuatan yang menjadikan suatu itu ada menjadi bermanfaat. Dalam kata pemanfaatan terdapat imbuhan pe-an memiliki arti proses atau perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan dalam penelitian ini adalah proses pemanfaatan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah yang dilakukan oleh admin akun Syameela *Series* Mosfeed.

b. Aplikasi

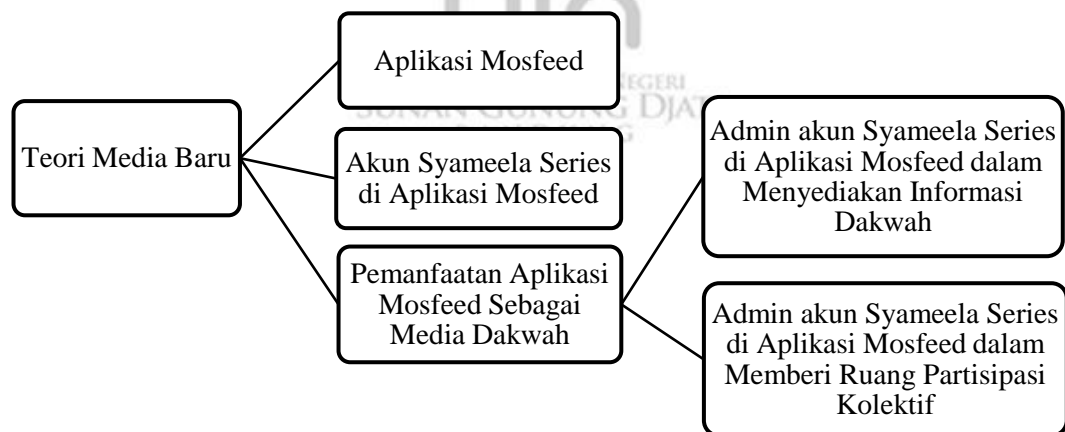
Istilah aplikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *application* yang memiliki arti penerapan, lamaran ataupun penggunaan. Adapun maksud lain, aplikasi adalah penggunaan ataupun penerapan suatu konsep yang menjadi suatu produk pembahasan (Noviansyah, 2018:4). Sedangkan menurut Jogiyanto (1999:12) menjelaskan bahwa aplikasi adalah penggunaan dalam suatu komputer, instruksi (*instruction*), atau pernyataan (*statement*) yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses *in-put* menjadi *out-put*. Aplikasi juga dapat diartikan sebagai program suatu perangkat yang dibuat untuk menolong pemakai dalam melaksanakan tugas tertentu. Adapun aplikasi yang akan dituju dalam penelitian ini adalah aplikasi Mosfeed.

c. Media Dakwah

Merujuk dalam bahasa Arab kata media sama dengan kata *wasilah* atau dalam bentuk jamaknya *wasail* yang memiliki arti yaitu alat atau perantara. Menurut Wilbur Scharm (1977) menjelaskan media sebagai teknologi komunikasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Lebih spesifik, media adalah alat-alat yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti halnya buku, film, video, kaset, slide,

dan sebagainya. Media pada intinya merupakan suatu alat yang dijadikan perantara komunikasi.

Menurut M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006:32) mengenai media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (penerima dakwah). Dan adapun defnisi lain dari Asmuni Syukir (1983:163) bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media terbagi menjadi dua jenis yaitu media lama dan media baru. Adapun klasifikasi dari jenis media terdapat menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media *modern* (dengan teknologi komunikasi). Berdasarkan pada analisis diatas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.1 yaitu:



Tabel 1. 2 Kerangka Konseptual

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian oleh peneliti yaitu Rumah Kreatifitas Dakwah Syameela yang terletak di Jl. Alamanda, E8/3, RT. 010 / RW. 011, Kel. Sepanjang Jaya, Kec. Rawalumbu, Kota Bekasi.

Pada tahap awal pengumpulan informasi, peneliti akan melakukan komunikasi secara daring melalui *whatsapp*, *zoom*, dan *google meet*, terutama dengan pendiri aplikasi Mosfeed dan admin akun Syameela Series Mosfeed. Selanjutnya, peneliti mengunjungi narasumber atau informan yang berada di lokasi penelitian untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan informasi terkait yang dibutuhkan dalam penelitian secara langsung.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan yakni paradigma interpretif. Menurut Rahardjo (2018) menjelaskan bahwa paradigma interpretif adalah paradigma yang memandang pada realitas sosial sebagai sesuatu yang dinamis, sesuatu yang holistik, tidak dapat terpisah-pisah satu dengan lainnya, berproses dan penuh makna. Sedangkan terkait pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dalam pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif akan menghasilkan data deskriptif. Selain itu pendekatan kualitatif berfokus pada kualitas yakni memahami mengenai suatu fenomena yang diteliti secara mendalam. Demikian itu karena penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, maka lebih menekankan pada pengungkapan makna yang terkandung di dalam deskripsi data-data tersebut.

3. Metode Penelitian

Adapun dalam penelitian “Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed Sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Pada Akun Syameela Series Mosfeed)” selain dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah berupaya untuk mengetahui hasil gambaran umum mengenai Pemanfaatan Aplikasi Mosfeed Sebagai Media Dakwah Pada Akun Syameela *Series*.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi: sejarah singkat berdirinya aplikasi Mosfeed, fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi Mosfeed beserta kegunaannya, sejarah singkat yayasan Syameela, visi dan misi Syameela, prosesi pembuatan akun Syameela *Series* dalam aplikasi Mosfeed, dan pola pemanfaatan aplikasi Mosfeed yang dilakukan oleh Syameela *Series*, yang juga meliputi penyediaan informasi dakwah dan ruang partisipasi kolektif oleh admin akun Syameela *Series*/

b. Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat dua sumber utama dalam pengambilan data, di antaranya sebagai berikut:

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung melalui obyek penelitian. Data primer secara khususnya dirampung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini sumber data

primernya adalah berupa hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan informan-informan dalam penelitian, diantaranya pendiri aplikasi Mosfeed, Ustadz Oemar Mita, dan admin yang mengelola akun Syameela *Series* di aplikasi Mosfeed.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan observasi, dan menjadi data pendukung atau pelengkap yang biasanya dari data primer. Sumber data pendukung dan pelengkap dari penelitian ini diantaranya data berupa dokumentasi, foto, hasil rekaman wawancara, data di *server* atau *flashdisk*, data yang tersimpan di *web site*.

5. Informan atau Unit Analisis

Dalam konteks penelitian ini, perlu untuk mengidentifikasi dan memahami dengan lebih mendalam mengenai informan dan unit analisis yang akan menjadi subjek utama dalam penelitian. Berikut adalah gambaran lebih rinci mengenai keduanya:

a. Informan

Pada penelitian ini peran informan sangat penting guna untuk mendapatkan informasi-informasi terkait data dari penelitian yang dilakukan atau disebut juga sebagai subjek penelitian. Adapun informan yang berkaitan dengan penelitian peneliti yaitu Pak Gia Subagia selaku pendiri dari aplikasi Mosfeed, Ustadz Oemar Mita selaku pendiri yayasan Syameela, dan Pak Muhammad Ghozi selaku admin dari akun Syameela *Series* di aplikasi Mosfeed.

b. Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian, yang mana unit analisis berkaitan dengan fokus penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pendiri dari aplikasi Mosfeed dan akun Syameela Series dalam aplikasi Mosfeed sebagai individu maupun komunitas kajian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah metode yang esensial dalam proses penelitian yang digunakan untuk menghimpun data yang relevan dan diperlukan, dan mengharuskan peneliti untuk menjalankan serangkaian langkah strategis guna memastikan keabsahan dan kevalidan data yang diperoleh. Adapun pengumpulan data pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Selanjutnya, dalam rangka mengoptimalkan proses akuisisi dan penguatan data penelitian, peneliti akan menerapkan teknik pengumpulan data melalui observasi. Pada penelitian ini, observasi akan dimulai pada bulan Mei 2023. Observasi akan dilakukan secara langsung di lokasi Rumah Kreatifitas Dakwah Syameela yang terletak di Jl. Alamanda, E8/3, RT. 010 / RW. 011, Kel. Sepanjang Jaya, Kec. Rawalumbu, Kota Bekasi. Selain itu, peneliti juga akan melakukan observasi secara tidak langsung atau virtual dengan mengamati aplikasi Mosfeed sebagai objek penelitiannya.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara melakukan wawancara. Yang mana dari metode ini peneliti dapat mengetahui hal-hal lebih mendalam dari responden terkait permasalahan dalam penelitiannya. Maka, lebih spesifik peneliti memilih jenis wawancara semi-struktur yang termasuk dalam kategori *in-dept interview*. Sesuai dengan tujuan, peneliti ingin menemukan permasalahan dari penelitian yang akan diteliti secara lebih terbuka, lalu pihak atau informan-informan yang diajak wawancara dapat dimintai pendapat, dan ide-idenya. Sedangkan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang responden, peneliti juga menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur.

Adapun wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan informan yang bersangkutan dengan permasalahan penelitian yaitu Bapak Gia Subagia selaku *founder* dari aplikasi Mosfeed, Ustadz Oemar Mita, dan admin akun Syameela *Series* yang mengelola akun tersebut di aplikasi Mosfeed.

c. Dokumentasi

Setelah metode wawancara, observasi, dan penelitian kepustakaan. Untuk melengkapi data penelitian tentunya dengan melakukan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, adapun bahan dari dokumentasi yang dapat dijadikan sebagai sumber dalam mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan antara lain: biodata *founder* aplikasi Mosfeed, Ustadz Oemar Mita admin akun Syameela *Series* aplikasi Mosfeed, foto, rekaman audio wawancara, data dari *server* atau *flashdisk*, transkrip hasil wawancara.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Data menurut Iswandy (2015:73), adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Dalam arti data-data yang telah diperoleh peneliti dari lapangan itu masih perlu dianalisis lebih lanjut, dengan tujuan data-data penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Maka, diperlukannya menguji keabsahan data yang telah didapatkan.

Dan teknik penentuan keabsahan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu meliputi uji validitas *interval*, validitas eksternal, reliabilitas, dan obyektivitas. Akan tetapi, ada catatan penting dari Sugiyono (2019: 270), mengenai hal yang utama pada proses keabsahan data yaitu dengan uji kredibilitas data, yang dilakukan dengan cara antara lain: perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, membercheck, dan analisis kasus negatif.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan untuk memperoleh data yang kredibel dan menyusun secara sistematis dari data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis Miles and Huberman (1984). Model tersebut mengemukakan bahwa kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2019:246). Berikut tahapan analisis data yang dilakukan:

a. Reduksi Data

Setelah melalui tahapan awal dalam penelitian dengan mencari, memperoleh, dan mengumpulkan data dari hasil penelitian observasi, wawancara, dan

dokumentasi terkait pemanfaatan aplikasi Mosfeed oleh akun Syameela Series. Kemudian melakukan tahap analisis dengan melakukan reduksi data, yaitu memilih, merangkum, mengklasifikasikan, dan memfokuskan data-data yang penting atau pokok. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh tersebut disesuaikan dengan fokus tujuan penelitian.

b. Penyajian Data

Tahapan setelah reduksi data yaitu penyajian data. Dalam penelitian kualitatif bentuk-bentuk dari penyajian data antara lain tabel, grafik, teks yang bersifat naratif, bagan, hubungan antar kategori, jejaring kerja (*network*), dan sejenisnya (Sugiyono, 2019:249). Adapun dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyajian data-data dengan bentuk teks naratif, tabel, bagan, tabel, dan gambar terkait pemanfaatan aplikasi Mosfeed oleh akun Syameela Series.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Setelah melalui tahapan reduksi data lalu dan penyajian data, langkah selanjutnya adalah menyimpulkan. Ini merupakan hasil analisis yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil langkah-langkah setelah proses verifikasi. Untuk mendapatkan kesimpulan yang kredibel, diperlukan data yang komprehensif. Dalam tahapan penelitian ini, peneliti mampu secara jela menjawab pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan aplikasi Mosfeed sebagai media dakwah oleh akun Syameela Series.