

Suara Dakwah di Dunia Maya: Analisis Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Da'i

Ahmad Zaenuri

Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik, Indonesia

E-mail: ahmad.zaenuri@unkafa.ac.id

Abstract: *Islam merupakan agama dakwah, agama yang disebarkan dengan cara berdakwah mulai sejak diutusnya Nabi Muhammad SAW. Setiap kegiatan dakwah hampir membutuhkan media agar dakwah tersebut dapat tersampaikan dan diterima oleh khalayak secara luas. Di era kemajuan teknologi informasi saat ini, media sosial khususnya youtube menjadi media yang dapat dijadikan sebagai sarana dakwah, selain menjadi saran dakwah media sosial juga mampu mengakat citra seorang da'i. Banyak para da'i yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwahnya dan menjadi viral sehingga dikenal oleh masyarakat secara luas. Da'i secara personal yang memiliki kemampuan mengemas bahasa yang mudah diterima oleh masyarakat akan mendapatkan citra positif dan memiliki banyak pengikut diakun yuotube (media sosial).*

Keyword: Media sosial, Youtube, Da'i.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi memudahkan setiap individu mengirim dan menerima pesan. Pesan yang dikirim melalui teknologi informasi lebih mudah diterima oleh khalayak luas dan dapat dinikmati oleh semua kalangan. Salah satu produk perkembangan teknologi informasi yang hampir digunakan oleh semua khalayak adalah media sosial. Media sosial menjadi media baru yang memberikan suasana baru dalam mencari dan mengirim informasi. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah menjadi hal yang sangat penting saat ini, da'i sebagai orang yang memiliki pemahaman keagamaan harus ikut berperan aktif menyebarkan konten-konten dan informasi keagamaan. Media sosial tidak hanya dapat dijadikan sebagai ladang dakwah atau media dakwah akan tetapi media sosial juga dapat difungsikan sebagai *personal branding* yang dapat meningkatkan citra da'i. Banyak orang yang berhasil dan sukses memanfaatkan media sosial sebagai alat memperkenalkan diri (pencitraan). Pencitraan individu melalui media sosial dapat dilakukan dengan cara menampilkan video saat mengisi ceramah, mengupload konten-konten keagamaan dan sikap da'i dalam berbicara dan berpakaian dihadapan masyarakat.

Melalui *personal branding* dimedia sosial, seorang da'i diharapkan dapat membangun citra (*image*) dan identitas diri guna mempengaruhi

orang lain agar memiliki persepsi dan pandangan yang positif terhadap karakter, kepribadian dan kompetensi individu. Seorang da'i dapat membentuk identitas diri secara keseluruhan dan komprehensif secara simultan melalui ruang-ruang virtual dunia maya. Dalam bukunya Deddy Mulyana yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi* dijelaskan bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah fungsi sosial, fungsi yang menyatakan sebagai eksistensi diri. Ia menjelaskan bahwa individu melakukan aktivitas komunikasi karena berusaha menunjukkan bahwa dirinya eksis. Pernyataan tersebut dapat disamakan dengan ungkapan seorang filosof terkenal dari Prancis Rene Descartes (1596-1650) yang menyatakan *Cogito Ergo Sum* (Saya berfikir, maka saya ada) jika dibawa kedalam ilmu komunikasi dapat diartikan saya berbicara maka saya ada.¹

Da'i sebagai individu atau sebagai organisasi dapat memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Media sosial sebagai media yang tidak memiliki sekat atau batasan dapat menyebarkan berbagai informasi ke seluruh pengguna media sosial. Media sosial yang awal kelahirannya sebagai media untuk berinteraksi satu sama lain, kini dapat dimanfaatkan sebagai media untuk membangun citra diri dan mengirimkan pesan-pesan keagamaan. Tidak dapat dipungkiri kemunculan media sosial juga memunculkan para da'i yang banyak digemari oleh masyarakat. Media sosial menjadi sarana yang memudahkan masyarakat untuk mengenal para da'i dan mencari tema-tema keagamaan yang mereka gemari dan sesuai dengan selera mereka. Dengan demikian hal ini menjadi peluang bagi para da'i untuk membangun citra diri, pencitraan melalui komunikasi virtual media sosial memudahkan da'i untuk dikenal oleh masyarakat secara luas yang dalam istilah sekarang disebut dengan *viral*.

Tidak dapat dipungkiri di era saat ini banyak da'i yang bermunculan di media sosial dan memiliki banyak *viewer* dan *subscriber*. Contoh da'iyah muda (sebutan untuk da'i perempuan) Neng Umi Laila yang saat ini sangat terkenal dan memiliki banyak pengikut di akun media sosial IG (*instagram*) dan Youtube miliknya. Media sosial secara simultan banyak memunculkan kiai-kiai muda atau da'i muda yang secara keilmuan agama sangat berkompeten dan jelas sanad keilmuannya. Kemunculan Gus Baha, Gus Idham dan kiai Anwar Zahid di media sosial dapat dikatakan sebagai berkah untuk para pencari ilmu. Pada era kecanggihan teknologi informasi setiap individu

¹ Deddy Mulyana, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015).14.

dapat dengan mudah belajar berbagai pengetahuan termasuk pengetahuan agama Islam dari *gadget*. Menurut dataindonesia.id pengguna media sosial pada bulan Januari 2023 mencapai 167 juta orang.² Dengan demikian, hal ini menjadi peluang bagi para da'i dan individu yang memahami agama dapat mencitrakan dirinya dan menyebarkan ajaran Islam melalui media sosial.

Da'i dan Media Sosial

Islam adalah agama dakwah, agama yang disebarkan oleh para pemeluknya dengan jalan mengajak, mengenalkan dan mengajarkan agama Islam kepada setiap manusia dimuka bumi ini. Hal ini sesuai dengan pengertian dakwah yang berasal dari bahasa Arab “*dakwah*” الدعوة yang huruf asalnya adalah *dal*, *ain* dan *wawu*. Dari huruf asalnya ini kemudian memiliki beragam makna, yaitu, memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, mengisi dan meratapi.³ Sedangkan secara istilah dakwah memiliki arti menyeru atau mengajak manusia kepada perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam.⁴ Sedangkan da'i adalah pelaku dakwah, pendakwah, mubaligh dan ustadz. Sedangkan pelaku dakwah perempuan disebut dengan istilah *daiyah* atau *ustadzah*.⁵ Islam dikatakan sebagai agama dakwah karena Allah sendiri memerintahkan Rasulullah untuk melakukan penyebaran atau penyampain agama Islam, hal tersebut termaktub dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 67.

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Hai Rasul, sampaikanlah apa yang di turunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak

² <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>, diakses pada tanggal 01/02/2023, jam 09:02 WIB.

³ Moh. ALi Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012). 6.

⁴ Rahmad Hakim, “Dakwah Bil Hall: Implementasi Nilai Amanah Dalam Organisasi Pengelola Zakat Untuk Mengurangi Kesenjangan Dan Kemiskinan,” *Iqtishodia* 02, no. 02 (2017). 43.

⁵ Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2019). 85.

*menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.*⁶

Ayat diatas menurut Thahir Ibn Asyur, mengingatkan Rasul agar menyampaikan ajaran agama kepada Ahl al-Kitab tanpa menghiraukan kritik dan ancaman mereka.⁷ Menurut penulis ayat ini juga memberikan motivasi kepada para da'i untuk tidak mudah putus asa atau berputus asa dengan berbagai kritik, caci maki dan ancaman yang mereka terima. Da'i yang memutuskan diri menggunakan media sosial untuk media dakwah atau da'i yang secara tidak sengaja terupload, maka harus siap dengan resiko komentar *nitizen* (masyarakat maya).

Media sosial adalah sebuah media online, setiap individu pengguna dengan sangat mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi dan saling berkomentar tanpa ada yang membatasi. Media sosial juga memudahkan dan mendukung semua penggunaanya untuk berinteraksi tanpa harus tatap muka dengan menggunakan teknologi web sehingga memudahkan komunikasi yang interaktif. Sedangkan menurut Chris Brogan, media sosial dimaknai seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak terjadi bagi orang awam.⁸ Kemudahan berinteraksi melalui media sosial membuat setiap individu dapat langsung berinteraksi dengan siapapun tanpa adanya batasan, dan bahkan yang menyedihkan etika komunikasi yang terjadi sering kali menghilangkan adab ketimuran. Setiap individu pemilik akun media sosial dapat dengan mudah menyapa, mengirim pesan, kepada siapapun tanpa melihat status sosial (pendidikan, ekonomi dan pendidikan) dan umur.

Memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan agama dapat dikatakan sebagai langkah yang tepat dan sesuai di era kemajuan teknologi informasi. Media sosial dapat menjangkau mad'u yang lebih luas, hiterogen dan semua usia. Da'i yang secara aktif melakukan aktivitas dakwah melalui media sosial akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat secara luas dan media sosial akan membantu meningkatkan citra da'i.

⁶ Al-qur'an dan terjemahnya.

⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishab Vol 3* (Ciputat Tangerang Selatan: Lentera Hati, n.d.). 150.

⁸ Jouke J Lasut Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *JURNAL ILMIAH SOCIETY* 2, no. 1 (2022). 2.

Metode Penelitian

Dalam menulis artikel ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, metode kualitatif adalah metode naturalistik karena penelitian ini bersifat alamiah (*natural setting*). Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk mengetahui peran media sosial dalam meningkatkan citra da'i. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten (*content analysis*). Analisis isi merupakan suatu teknik yang memungkinkan seseorang menguraikan dan memahami perilaku manusia secara tidak langsung, dengan menganalisis komunikasi antara satu manusia dan manusia lainnya, dalam berbagai genre dan ragam bahasa yang digunakan, misalnya melalui buku pelajaran sekolah, berita media massa, esai, novel, cerpen, drama, majalah, artikel, buku petunjuk, lagu, pidato kampanye, iklan, gambar. Isi dari semua bentuk/tipe/jenis komunikasi itu dapat dianalisis karena keyakinan, sikap, nilai, dan pandangan seseorang atau kelompok orang biasanya terungkap dalam tindak komunikasi.⁹ Dalam penelitian ini peneliti mengamati dan menganalisis komentar yang muncul di akun media sosial khususnya youtube. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan netizen atau masyarakat maya terhadap konten-konten yang diunggah oleh da'i. Untuk mengetahui citra da'i penulis akan mengamati setiap komentar yang masuk di media sosial tersebut. Penelitian kualitatif ini fokus pada media sosial youtube, karena media sosial ini berbentuk audio visual, yang mana da'i saat melakukan aktivitas ceramahnya dapat diketahui langsung gerakan (*body language*) yang dalam istilah komunikasi disebut dengan pesan non-verbal

Profil Neng Umi Laila

Neng Umi Laila adalah seorang da'iyah muda yang saat ini menjadi idola banyak masyarakat. Da'iyah dengan nama lengkap Ummi Lailatul Rahmah Hadi yang lahir di kota pahlawan Surabaya ini mampu mengikat audiences (*mad'u*) dengan gaya retorika yang mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat. Pendakwah muda yang menyelesaikan pendidikan sarjana dibidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSA (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel) ini terlahir dari pasangan Almarhum KH. Edy Rahmatullah yang terkenal

⁹ Teguh Budimanta Tarigan, Febrian Elly Sakinah Sari, "Metode Analisis Dalam Media Sosial," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)* 2, no. 2 (2022). 3345.

dengan sebutan kiai granat dengan ibu nyai Sulastri.¹⁰ Umi Laila yang merupakan anak dari seorang tokoh NU (Nadhatul Ulama) dan juga mubaligh terbiasa dengan lingkungan yang agamis. Lingkungan ini yang membentuk karakter da'i muda ini mampu tampil didepan masyarakat. Lingkungan keluarga da'i yang mana ayah dan ibunya juga seorang da'i mempengaruhi kehidupannya dan membentuknya menjadi neng yang tumbuh dengan wawasan keagamaan dan tumbuh sebagai seorang da'iyah yang digemari oleh masyarakat. Dalam konseptualisasi komunikasi terdapat istilah komunikasi sebagai interaksi, dalam arti sempit interaksi yang dimaksud adalah saling mempengaruhi.¹¹ Berdasarkan teori diatas, dapat dipahami interaksi yang kuat antara orang tua dan anak telah mempengaruhi dan mentransfer nilai-nilai keagamaan dan membentuk karakter neng Umi Laila tampil sebagai da'iyah muda yang memiliki banyak *follower* di akun *intagram* dan *subscriber* di akun youtubanya.

Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah hingga sampai ke *mad'u*.¹² Dakwah adalah aktivitas komunikasi yang berusaha mempengaruhi mad'u agar mereka menjalan perintah-perintah Allah bagi yang sudah beragama Islam dan mempengaruhi atau memperkenalkan ajaran Islam bagi mereka yang belum memeluk agama Islam, hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi yakni mengubah sikap, mengubah opini dan mengubah perilaku. Kegiatan dakwah yang berlangsung diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat kearah yang lebih baik yang berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam.

Penggunaan media sosial sebagai media (wasilah) diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat secara lebih luas. Media sosial dalam hal ini khususnya youtube adalah media yang dapat menampilkan audio visual. Hal ini sesuai dengan pendapat Hamzah Ya'qub yang menyatakan bahwa Wasilah dakwah terdapat lima macam yaitu; lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak.¹³ Youtube merupakan media

¹⁰ <https://www.inews.id/lifestyle/muslim/profil-dan-biodata-umi-laila-pendakwah-muda-yang-kerap-viral-di-tiktok>

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008). 72.

¹² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revi (Jakarta: Kencana, 2009). 120.

¹³ Ali Aziz.

sosial terbuka yang memberikan kebebasan kepada para pengguna pemilik akun untuk mengupload berbagai bentuk konten. Para da'i atau da'iyah yang aktif menggunakan youtube secara aktif dan simultan menyampaikan ceramah atau aktivitas kesehariannya melalui video yang diunggah di youtube. Munculnya da'i di media sosial menunjukkan bahwa para da'i dan da'iyah sebagai individu dan kelompok mengikuti perkembangan zaman dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Da'i dan da'iyah tidak hanya berdakwah secara komunikasi kelompok atau komunikasi publik didepan para jamaah atau *audience (mad'u)*, tetapi sudah banya da'i – da'iyah yang secara sengaja membawa tim untuk merekam kegiatan dakwahnya kemudian di unggah di media sosial.

Salah satu da'i atau da'iyah muda yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai media menyampaikan pesan-pesan islam adalah da'iyah muda yang dikenal dengan sebutan Neng Umi Laila. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, da'iyah muda ini tidak hanya memanfaatkan youtube sebagai media dakwah, iya terlihat juga memiliki beberapa akun, seperti aku *Instagram, tiktok* dan youtube. Dakwah yang ia lakukan tidak sekedar berpidato tetapi ia juga bersholawat.



SLUKU SLUKU BATHOK - NING UMI LAILA

8,220,903 views • 11 months ago

SLUKU SLUKU BATHOK - NING UMI LAILA

Official Song by :

Judul : SLUKU SLUKU BATHOK

Lagu :

Lirik & Lagu :

...

READ MORE

Salah satu akun yang menunjukkan Neng Umi Laila bersholawat.

Keberadaan da'iyah mudah neng Umi Laila diakun youtube resmi yang diberi nama Ning Umi Laila, banyak akun-akun youtube lain mengunggah pengajian-pengajian neng Umi Laila. Da'iyah muda ini sangat mudah ditemukan di media sosial youtube, setiap pengguna youtube cukup dengan mudah menulis nama Ning Umi Laila maka akan muncul dan kita dapat memilih berbagai tema dakwah yang dibawakan dan kita juga dapat mendengarkan lantunan sholawat yang dilantunkan.

Di era kemajuan teknologi informasi saat ini, peran *new media* (media sosial) menjadikan media sosial sebagai media dakwah menjadi

sangat penting. Dakwah dengan media sosial dapat dilakukan diberbagai tempat, dakwah tidak harus dilakukan di masjid, podium dan forum-forum diskusi. Saat ini youtube merupakan media sosial yang sangat subur dan hampir diakses oleh semua pengguna internet. Dengan demikian dapat dipahami berdakwah menggunakan youtube memiliki banyak manfaat, baik itu manfaat untuk da'i ataupun manfaat untuk mad'u.

Dakwah Dalam Perspektif Komunikasi

Dakwah dan komunikasi adalah sebuah aktivitas yang tidak dapat dipisahkan, keduanya sama-sama proses penyampaian pesan (informasi) dari seorang komunikator (da'i) kepada khalayak (komunikan) baik secara individu maupun kelompok yang bersumber dari ajaran Islam, yakni Al-Qur'an dan Hadsit dengan menggunakan bahasa verbal dan nonverbal.¹⁴ Komunikasi dan dakwah memiliki tujuan yang sama, yakni mengubah opini, mengubah perilaku, mengubah tindakan dan mengubah masyarakat. Dalam perspektif ilmu dakwah, dakwah memiliki tujuan mengubah masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Setiap aktivitas yang dilakukan manusia tidak dapat terlepas dari yang namanya tujuan, begitu juga aktivitas dakwah. Dakwah adalah bagian dari komunikasi yang dapat merubah etika dan moral, baik itu etika komunikasi melalui media massa, media sosial ataupun tatap muka langsung. Pesan dakwah adalah pesan agama yakni isi pesan yang disampaikan adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist yang memiliki fokus terhadap seruan *al-kebayr*, *amr ma'ruf* dan *nahy munkar*.¹⁵ Setiap da'i yang menyampaikan pesan dakwah memiliki tujuan agar dakwah yang ia sampaikan dapat diterima oleh masyarakat dan tentunya memiliki efek tertentu, hal ini sesuai dengan model komunikasi yang diperkenalkan oleh Lasswell, yaitu: *Who says what in which channel to whom with what effect*.¹⁶ Artinya setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh da'i atau komunikator selalu mengharapkan efek dari komunikan (*mad'u*).

¹⁴ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya* (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019). 23.

¹⁵ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). 39.

¹⁶ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006). 9.

Paradigma model Lasswell ini menunjukkan bahwa komunikasi atau dakwah memiliki lima unsur, yaitu:

1. Da'i (*komunikator*). Da'i atau komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pesan nilai-nilai keislaman kepada khalayak (*Mad'u*), baik melalui lisan (verbal) maupun melalui pesan nonverbal.
2. Pesan (*message*). Menurut pandangan M. Hafi Anshari Al-qur'an dan hadist adalah sumber utama materi pesan dakwah yang memiliki tiga asas pokok yakni: *Pertama*, akidah, yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan keimanan kepada Allah SWT yang menjadi landasan fundamental dalam keseluruhan aktivitas seorang muslim. *Kedua*, syari'at, dapat diartikan sebagai seperangkat rangkaian ajaran atau aturan yang menyangkut aktivitas kehidupan manusia yang barometernya adalah baik, buruk dan halal haram. *Ketiga*, akhlak yakni terkait bagaimana tata cara membangun hubungan dengan baik secara vertical dengan Allah dan hubungan yang baik horizontal sesama manusia dan lingkungan sekitar.
3. Media (*channel*) adalah sarana (alat) yang digunakan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Di era kemajuan teknologi informasi ini banyak media yang dapat digunakan sebagai media dakwah, mulai dari media sosial dan media massa.
4. Komunikan (*Mad'u*) yaitu khalayak atau sasaran dakwah yang berupa individu maupun kelompok dan komunitas. Komunikan (*mad'u*) dakwah adalah semua manusia yang beragama Islam maupun nonmuslim.
5. Tujuan (efek). Dalam ilmu komunikasi (dakwah) efek merupakan unsur yang diharapkan oleh komunikator dari aktivitas komunikasi. Efek komunikasi (dakwah) dapat diketahui ketika komunikan memahami dan melakukan pesan-pesan dakwah yang disampaikan komunikator. Menurut Jalaluddin Rahmat, efek komunikasi (dakwah) terjadi pada tiga aspek yakni:

- a. *Efek kognitif*, yaitu perubahan yang terjadi pada efek pengetahuan, yakni, yang diketahui, pahami dan dipersepsi oleh mad'u. efek ini berkaitan erat dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b. *Efek afektif*, adalah efek yang berhubungan dengan perubahan pada yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh mad'u meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c. *Efek behavioral*, yaitu efek yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, pada tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan perilaku mad'u.¹⁷

Citra Da'i atau Daiyah di Media Sosial

Efek dakwah terutama bagi para da'i yang menggunakan media sosial adalah citra yang terbentuk dibenak publik. Citra menurut pandangan ilmu komunikasi dapat diartikan sebagai kredibilitas. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat-sifat yang terdapat pada komunikator.¹⁸ Da'i sebagai komunikator memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan aktivitas komunikasi atau dakwah yang sedang berlangsung. Da'i atau daiyah dalam kegiatan dakwahnya tidak hanya dilihat dari gaya retorika dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menyangkut beberapa aspek sebagai penunjang keberhasilan da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Faktor-faktor yang menentukan kredibilitas da'i menurut Onong dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan kepada komunikator (*source credibility*)¹⁹
Efektivitas kegiatan komunikasi (dakwah) bergantung bagaimana mad'u (komunikasi) menerima materi dan kehadiran da'i (komunikator). Kepercayaan mad'u kepada da'i ditentukan

¹⁷ Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. 28.

¹⁸ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998). 275.

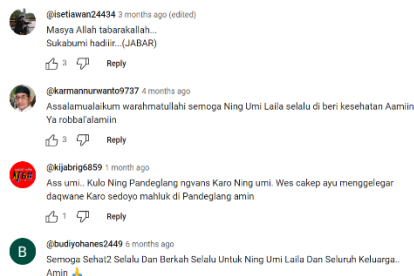
¹⁹ Onong Uchajana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Edisi Ke 3 (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003). 44.

oleh keahlian dalam mengemas pesan yang sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u. kepercayaan terhadap da'i menunjukkan bahwa pesan yang diterima komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Untuk memperoleh kepercayaan dari mad'u, seorang da'i harus terus mengembangkan kompetensi yang dimiliki.

2. Daya Tarik komunikator (*source attractiveness*)²⁰

Da'i sebagai komunikator memegang peranan penting untuk dapat merubah pandangan dan sikap komunikan (mad'u). Da'i yang memiliki daya tarik akan membuat komunikan merasa nyaman sehingga mudah menerima berbagai materi dakwah yang disampaikan.

Selain daya tarik di atas, seorang da'i akan berhasil menyampaikan pesan dakwah jika da'i mampu menyesuaikan cara komunikasinya sesuai yang dibutuhkan oleh mad'u. Da'i perlu menciptakan *image* atau citra dengan memahami kebutuhan, kepentingan, kecakapan, dan kecerdasan khalayak dakwahnya. Secara sederhana dapat dikatakan, da'i harus memiliki kemampuan masuk ke dunia mad'u, yang oleh Hartley disebut dengan istilah '*the image of other*'.²¹ Da'i yang memiliki kemampuan menyampaikan pesan dengan mengemas bahasa sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat akan dinilai sebagai da'i yang cerdas, ahli, berpengalaman dan memiliki ilmu agama yang mendalam. Hal tersebut dapat kita lihat beberapa komentar yang masuk di akun youtube Neng Umi Laila.



Beberapa komentar netizen di akun neng Umi Laila

²⁰ Effendy. 44.

²¹ Effendy. 45.

Dari beberapa komentar yang muncul di akun youtube tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Neng Umi Laila adalah sosok yang memiliki citra positif dan mendapatkan kepercayaan di masyarakat, baik masyarakat nyata maupun masyarakat maya di media sosial. Setiap individu pengguna internet dapat mudah mengakses materi-materi keislaman yang disampaikan oleh Neng Umi hanya dengan cukup *search* Neng Umi Laila maka akan banyak yang muncul di youtube, baik itu akun resmi Neng Umi Laila maupun berbagai akun yang mengunggah Neng Umi Laila.

Fungsi dan Tujuan Dakwah

Islam adalah ajaran yang Allah turunkan melalui malaikat Jibril dan didakwahkan oleh Nabi Muhammad kepada seluruh manusia. Islam merupakan agama sempurna yang diturunkan untuk mengatur kehidupan manusia baik secara individu maupun secara kelompok yang disebut dengan masyarakat. Kesempurnaan ajaran Islam tidak akan terealisasi tanpa adanya aktivitas dakwah. Oleh karena itu dakwah merupakan kewajiban umat Islam dan merupakan sistem penyebaran agama Islam. Dengan adanya aktivitas dakwah, ajaran Islam dapat dikenal, diketahui, dipelajari dan diamalkan oleh individu dan masyarakat. Dengan dakwah juga ajaran Islam dapat diwariskan dan dijalankan dari generasi ke generasi sehingga Islam akan terus hidup ditengah-tengah masyarakat.

Sejarah dakwah menunjukkan bahwa aktivitas dakwah dimulai semenjak Nabi Muhammad diangkat sebagai Rasulullah. Rasulullah sebagai pembawa ajaran Islam pertama kali menyebarkan islam dengan cara sembunyi-sembunyi dan kemudian Islam disebarkan secara terang-terangan sampai saat ini. Dengan demikian aktivitas dakwah memiliki fungsi yang mendorong manusia agar mempelajari, memahami dan melaksanakan ajaran Islam. Dakwah juga memiliki fungsi sebagai media untuk mengarahkan, memotivasi, membimbing, mendidik, mengingatkan individu dan masyarakat agar senantiasa beribadah dan

menjauhi larangan-larangan Allah.²² Secara umum tujuan dakwah dapat dilihat dari segi tingkatan isi (pesan) dakwah. Dalam menyampaikan pesan dakwah ada beberapa tahapan yang harus dicapai, yaitu:

1. Menanamkan pemahaman dan pengertian, yaitu memberikan penjelasan dan gambaran tentang ajaran agama Islam, sehingga khalayak memiliki pandangan yang jelas dan benar dari yang disampaikan oleh para da'i. Menanamkan pengertian dan pemahaman merupakan langkah awal yang harus menjadi target dan dicapai oleh para da'i karena jika khalayak memahami dan mengerti ajaran Islam mereka akan menentukan sikap dan melakukan ajaran-ajaran Islam sesuai yang mereka pahami.
2. Membangkitkan dan menumbuhkan kesadaran, isi pesan dalam dakwah harus memiliki bobot yang dapat menggugah, mendorong semangat untuk melakukan nilai-nilai agama yang disampaikan oleh da'i. Kesadaran merupakan jalan menuju arah tindakan amaliah.
3. Mengaktualisasikan dalam tingkah laku, Pesan dakwah yang dapat dimengerti dan dipahami oleh khalayak mad'u akan mudah dipahami dan diaktualisasikan dalam tingkah laku.
4. Melanjutkan dan melestarikan ajaran Islam, ajaran Islam akan terus berlangsung dan tidak akan terus gerus oleh perkembangan zaman jika pesan-pesan dakwah terus dikumandangkan dan dilaksanakan oleh pemeluknya.²³

Menurut pendapat Muhammad Husain Fadh Allah bahwa Al-Qur'an adalah kitab dakwah, kitab yang mengajak manusia baik secara individu maupun kelompok untuk melakukan aktivitas kegiatan dakwah. Al-Qur'an tidak sekedar memerintahak pemeluknya untuk melakukan dakwah, tetapi juga membarikan metode atau teknik dakwah yang harus dipegang teguh oleh pelaku dakwah. Hal tersebut tersurat jelas dalam Al-Qur'an surah *An-Nabl*/ ayat 125.

²² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Penerbit Qiara Media, 2019). 11.

²³ Muhammad Qadaruddin Abdullah. 12.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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.*²⁴

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa jika mad'u atau khalayak dakwah membutuhkan dialoq atau tukar pikiran maka hendaklah seorang da'i melakukan dengan cara yang baik, lemah lembut dan tutur kata yang baik. Hal tersebut diperkuat dengan Surah *Al-Ankabuut* ayat 46.

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِهْنَأْ وَإِهْنَأْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ

*Dan janganlah kamu berdebat dengan Ahli Kitab, melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang lalim di antara mereka, dan katakanlah: "Kami telah beriman kepada (kitab-kitab) yang diturunkan kepada kami dan yang diturunkan kepadamu; Tuhan kami dan Tuhanmu adalah satu; dan kami hanya kepada-Nya berserah diri."*²⁵

Bahkan dalam kasus Fir'un, Allah memerintahkan nabi Musa dan nabi Harun untuk berdakwah menggunakan kata-kata yang lemah lembut. Hal tersebut terekam jelas dalam Al-Qur'an dalam surah *Thaahaa*: 44.²⁶

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut".

Dengan demikian dapat dipahami bahwa fungsi dakwah adalah menyampaikan pesan Ilahi agar khalayak dapat memahami pesan-pesan

²⁴ Al-qur'an dan terjemahnya.

²⁵ Al-qur'an dan terjemahnya.

²⁶ Abdullah bin Muhammad bin Abdurahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 5 (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 1994). 121.

Ilahi dan kemudian menjalankan perintah-perintah agama. Dalam proses aktivitas pelaksanaan dakwah yang berarti mengajak manusia masuk Islam atau mengenalkan Islam kepada orang yang belum Islam dan mengingatkan orang yang sudah Islam untuk menjalani ajaran dan nilai-nilai agama yang dipahami. Dalam bahasa Arab, tujuan dakwah disebut dengan istilah *al-qarad*, *al-qaid*, *al-bugyat*, *al-hadif*, dari istilah tersebut, maka dapat dipahami bahwa tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai dengan usaha atau kegiatan yang direncanakan.

Persamaan antara tujuan komunikasi dan tujuan dakwah sebenarnya sama. Komunikasi secara jelas memiliki tujuan yang *pertama*, menguba sosial (*social change*), setiap individu pelaku dakwah atau pelaku komunikasi memiliki keinginan untuk melakukan perubahan sosial. Perubahan sosial yang diharapkan dalam pandangan ilmu dakwah tentunya sesuai dengan nilai dan ajaran Islam. *Kedua*, mengubah sikap (*attitude change*), para da'i dalam melakukan dakwah tidak hanya ingin merubah opini dan pandangan masyarakat tentang Islam akan tetapi juga berusaha mengubah sikap yang sesuai dengan ajaran Islam. *Ketiga*, perubahan perilaku (*behavior change*) inti utama dari kegiatan dakwah adalah perubahan perilaku, dengan adanya aktivitas dakwah para da'i berdoa dan berharap agar para mad'u berperilaku sesuai tuntunan ajaran Islam yang diajarkan oleh Rasulullah yang tertera dalam hadist dan menjadikan Al-Qur'an hadist sebagai pedoman dalam berperilaku. *Keempat*, Mengubah masyarakat atau mengubah social (*social change*), kegiatan dakwah yang dilakukan secara *continue* (terus-menerus) diharapkan dapat mengubah tatatan sosial masyarakat kearah yang lebih baik, yaitu tatanan masyarakat yang sesuai ajaran Islam.

Media sosial adalah media yang dapat menjangkau kesemua individu diseluruh dunia tanpa adanya sekat pembatas, hampir seluruh pengguna media sosial dapat mencari dan membagikan informasi melalui jejaring dunia maya. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah memudahkan bagi para da'i untuk menyampaikan pesan dan nilai-nilai Islam. Dengan media sosial da'i dapat menjangkau mad'u yang lebih banyak dan tidak terbatas oleh sekat-sekat negara maupun sekat-sekat yang lain. Media sosial adalah media bebas aturan dalam

artian media yang tidak memiliki organisasi resmi sebagai mana media massa, sehingga siapapun dapat menggunakan mengakses dan mengirimkan informasi tanpa harus memiliki izin. Dakwah menggunakan media sosial diharapkan dapat mewarnai konten-konten yang beredar sehingga pengguna media sosial dapat bertindak secara bijak dalam menggunakan media dan memiliki etika dalam bermedia sosial.

Dakwah dan komunikasi selain memiliki tujuan juga memiliki fungsi, fungsi komunikasi dan dakwah tidak jauh berbeda, fungsi komunikasi dalam bukunya Onong Uchjana Effendy dijelaskan yaitu, fungsi menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) mempengaruhi (*to influence*).²⁷ Dakwah dan komunikasi sama-sama memiliki fungsi untuk mendidik dan mempengaruhi, da'i sebagai komunikator dalam aktivitas dakwahnya menyampaikan tema-tema keislaman seperti kisah kelahiran Nabi Muhammad, Isra' dan Mi'raj yang bertujuan mendidik dan memberikan pemahaman kepada khalayak dakwah. Dakwah juga memiliki fungsi mempengaruhi sebagai mana komunikasi. Da'i yang menyampaikan materi keislaman dan kisah-kisah teladan memiliki tujuan agar para khalayak dapat mengambil ibrah sehingga para khalayak menjalankan perintah-perintah Allah sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist.

Kesimpulan

Dari uraian diatas penulis menyimpulkan bahwa Media sosial merupakan media baru yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah dan meningkatkan citra da'i. Memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah memudahkan para da'i untuk menjangkau mad'u dari berbagai golongan dan latar belakang. Media sosial menjadikan da'i dapat dikenal oleh masyarakat secara luas, hal tersebut dapat dilihat dari subscriber dan viewer yang terdapat dalam akun youtube.

Daftar Rujukan

Abdullah. *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi Dan Aplikasi Dakwah*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2019.

²⁷ Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. 6.

- Al-Sheikh, Abdullah bin Muhammad bin Abdurahman bin Ishaq. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jilid 5. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 1994.
- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana, 2009.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Aziz, Moh. ALi. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Effendy, Onong Uchajana. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Edisi Ke 3. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- . *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Febrian Elly Sakinah Sari, Teguh Budimanta Tarigan. “Metode Analisis Dalam Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 2 (2022).
- M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbab Vol 3*. Ciputat Tangerang Selatan: Lentera Hati, n.d.
- Muhammad Qadaruddin Abdullah. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- . *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015.
- Rahmad Hakim. “Dakwah Bil Hall: Implementasi Nilai Amanah Dalam Organisasi Pengelola Zakat Untuk Mengurangi Kesenjangan Dan Kemiskinan.” *Iqtishodia* 02, no. 02 (2017).
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998.
- Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut. “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *JURNAL ILMIAH SOCIETY* 2, no. 1 (2022).
- Wahid, Abdul. *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.

Ahmad Zaenuri

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>,