

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN
PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN
MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT**

***RIRIN JAMIAH, **HEMLAN ELHANY, ***RUDINI**

****IAIN Metro Lampung**

Jl. Ki Hajar Dewantara No.15A, Iringmulyo, Kec. Metro Tim., Kota Metro, Lampung
34112

***IAIN Syaikh Abdurrahman Sidik Bangka Belitung**

Jl. Pahlawan 12, Petaling, Mendo Barat, Bangka, Kepulauan Bangka Belitung

ririnjamiah@metrouniv.ac.id, hemplanceraci@gmail.com, Rudinidani20@gmail.com

Abstrak

Social media is a form of technological progress that is developing rapidly. Like Instagram and WhatsApp, which are currently owned by many Mulyojati Village people, especially teenagers. They use Instagram and WhatsApp as a medium for communication, to seek and obtain information and also to spread or convey da'wah messages. This study aims to find out how effective social media is in conveying da'wah messages to the people of Mulyojati Village, West Metro District.

The method used in this study is (Fieldresearch) and is descriptive qualitative. The data sources used are primary and secondary data sources. Then the technique of data collection is done by observation, interviews and documentation. Data analysis in this study was qualitative in nature, namely collecting data, analyzing all data from interviews, observations written down in field notes, personal documents, official documents, photographs. Then do data reduction then do the abstract.

Various effects of research results in the process of delivering da'wah messages, namely, First, Cognitive Effects, da'wah messages that are spread or conveyed via Instagram and WhatsApp can add insight and knowledge to the community. Second, Affective Effects, namely that only a few people apply the contents of da'wah messages in their daily lives. The third is the behavioral effect, namely that only a small portion of the community after observing the contents of the da'wah message then applies it in everyday life to practice it in others.

Delivery of da'wah messages through social media to the people of Mulyojati Village is less effective. Because of the three effects in the process of delivering da'wah messages, only cognitive effects are mostly carried out by the community, especially teenagers. Most of the people of the Mulyojati Village, especially teenagers, use Instagram and WhatsApp to find and disseminate information related to Islamic da'wah messages.

Keyword: Effectiveness, Social Media, and Da'wah Messages

A. Pendahuluan

Dakwah dalam agama islam menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Kegiatan dakwah dalam islam menjadi suatu usaha untuk mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya. Dakwah menurut prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan¹. Selain itu, didalam aktifitas dakwah juga terdapat penyampaian nilai-nilai kebenaran. Menyebarkan kebenaran dapat dilakukan dengan berbagai cara baik melalui lisan, tulisan dan perbuatan.²

Berdakwah bisa dimulai dari diri kita sendiri, dari hal yang kecil merambah ke hal-hal yang ada disekitar kita seperti keluarga, saudara, atau teman tanpa bersifat menggurui.

Sebagaimana firman Allah:

﴿ اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ ۚ ﴾ (النحل/16:125)

¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Dan Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983).

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl(16): 125)³

Kegiatan dakwah pada masa kini tidak hanya dapat dilakukan melalui mimbar-mimbar tempat ibadah atau lembaga-lembaga keagamaan, seperti ceramah dan pengajian yang masih menggunakan media komunikasi secara langsung.

Pada masa kini, dalam menghadapi era globalisasi dan perkembangan teknologi dunia dihadapkan dengan cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah.

Perkembangan teknologi menyebabkan adanya perubahan perilaku dan gaya hidup manusia. Salah satu pengaruhnya adalah memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi melalui *gadget* atau perangkat elektronik sebagai salah satu kemajuan teknologi. Internet menjadi salah

³ QS. An-Nahl (16): 125

satu layanan yang banyak dinikmati oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan hasil survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta pengguna⁴. Jumlah ini mengalami kenaikan sebanyak 77,02% dari tahun sebelumnya yang hanya menyentuh angka 73,70%. Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi media yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia jika dibandingkan dengan media konvensional lain seperti surat kabar, radio atau televisi.

Internet memiliki sejumlah fasilitas yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Seperti, website, blog, layanan streaming audio dan video serta media social. Media social menjadi salah satu layanan yang memiliki banyak pengguna. Dengan banyaknya berbagai *platform* dalam media social menjadikannya masyarakat bebas memilih dan bebas menggunakan media social jenis apapun. Hal itu karena sifat dasar manusia yang cepat bosan serta tidak pernah puas dan selalu ingin meminta hal lebih.⁵ Ada pun pengguna media sosial aktif

di Indonesia mencapai 277,7 juta orang pada Januari 2022,⁶ angka tersebut mengalami kenaikan sebanyak 12,35% dari tahun sebelumnya.

Salah satu media dakwah yang sering digunakan saat ini adalah media sosial. Media sosial dapat menyampaikan pesan kepada jutaan orang diseluruh dunia secara luas dan cepat dengan efisien termasuk pesan dakwah selama masih terhubung dengan jejaring. Menurut Van Dijk media sosial adalah platform multimedia yang dirancang untuk mendukung pengguna dalam bisnis dan organisasi⁷. Penggunaan media sosial yang sesuai dengan perkembangan harus dimanfaatkan agar dakwah Islam lebih mengena ke sasaran dakwah. Media yang bisa digunakan untuk berdakwah memiliki berbagai macam bentuk, seperti media visual yang dapat berupa dari tulisan, gambar diam dan bergerak, media audio yang hanya dalam bentuk suara, serta media audio-visual yaitu media dalam bentuk gambar dan suara seperti video. Dengan adanya keberagaman dalam media social penyampaian pesan dakwah akan lebih beragam pula.

Kecamatan Metro Barat memiliki 4 Kelurahan, salah satu diantaranya

⁴ "APJII Di Indonesia Digital Outlook 2022," www.apjii.or.id, June 9, 2022, https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857.

⁵ Nurudin, "Media Sosial Baru Dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi," *Jurnal Komunikator* 5, no. 2 (2013).

⁶ Nasrul Rizal A Lubis, "Informasi Berbasis Media Sosial Pada Perpustakaan Digital" 8, no. 1 (2022).

⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

yakni kelurahan Mulyojati. Kelurahan Mulyojati memiliki luas wilayah ±295 Ha yang terbagi mulai dari permukiman umum, bangunan umum, sawah dan juga ladang. Jumlah kepala keluarga di kelurahan Mulyojati sebanyak 2.425 KK dengan jumlah RW 6 dan RT sebanyak 27. Wilayah Kelurahan Mulyojati relative cukup luas maka penelitian ini di lakukan hanya di 2 RW yakni RW 05 dan RW 06. Peneliti mengambil 2 jenis media sosial yang lebih sering digunakan oleh masyarakat RW 05 dan RW 06 yaitu *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media komunikasi oleh masyarakat tersebut guna menyampaikan pesan dakwah.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di Kelurahan Mulyojati, banyak di antara masyarakat khususnya para remaja dengan rentan usia 12-21 tahun yang memiliki akun media sosial termasuk *Instagram* dan *WhatsApp*. Mereka menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media komunikasi, mencari pengetahuan, mendapatkan informasi serta menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penulis juga memfokuskan pada unggahan konten yang diposting oleh para pengguna media sosial dalam bentuk status atau *stories* yang dikirim di media sosial berupa tulisan, gambar atau video tentang pesan dakwah.

Melihat dari adanya permasalahan diatas karena banyak masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang menggunakan media sosial untuk berbagai macam kegiatan termasuk untuk menyebarkan ataupun menyampaikan pesan dakwah. Maka

oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan dakwah pada masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian yang menggunakan pertimbangan penelitian bersifat deskriptif dengan menggambarkan suatu fenomena apa adanya, dengan fakta yang ada dengan menelaah secara teratur atau melihat rinci tentang situasi dan kenyataan yang dilakukan seseorang dan diteliti secara mendalam.⁸ Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini dilakukan secara langsung fokus terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan dakwah. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat, Kota Metro.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik ini lebih sesuai dengan penelitian lapangan, dimana data diambil secara langsung dan lebih realistis. Penulis akan mengobservasi para remaja yang memiliki media social whatsapp dan Instagram melalui content pada status dan reels di

⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2017).

media social masing-masing. Kemudian penulis melakukan wawancara kepada para informan terkait penggunaan media social untuk kepentingan penyampaian dakwah. Selain itu penulis juga akan mengambil sejumlah data dari pihak pengurus RW setempat untuk memperkuat data yang dikumpulkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (Triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.⁹ Setelah data didapat penulis akan Kembali meng

C. Pembahasan

1. Media sosial dan Dakwah Digital

Media sosial merupakan sebuah gambaran dari kemajuan teknologi informasi. Media sosial juga merupakan sebuah sarana komunikasi yang dapat digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi (sumber informasi).¹⁰

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012).

¹⁰ Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS," *Edulib* 8, no. 1 (July 24, 2018): 1, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>.

Media sosial memiliki peran penting dalam pengolahan dan penyediaan informasi apabila dapat digunakan dan dimanfaatkan dengan baik terutama bagi para penggunanya. Untuk dapat mengakses media sosial, maka pengguna harus terlebih dahulu terhubung dengan jaringan internet, sehingga para penggunanya dapat terhubung dengan pengguna lainnya untuk bertukar informasi melalui pesan teks, gambar, video, dan sebagainya.

Masyarakat yang ada di Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja. Disamping penggunaan aplikasinya yang cukup mudah, jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat tanpa ada batasan ruang dan waktu. Sehingga banyak masyarakat khususnya para remaja di Kelurahan Mulyojati yang memanfaatkan media tersebut untuk berbagai kebutuhan mereka termasuk komunikasi serta menyampaikan pesan-pesan dakwah. Seperti hasil wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

"Menggunakan media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* untuk komunikasi, silaturahmi, promosi dagangan, untuk membagikan pesan-pesan dakwah video-video dan gambar yang bermanfaat".¹¹

¹¹ Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

Sebagaimana hasil lain wawancara dengan Della Febianti yang menyatakan bahwa: "Lebih banyak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk komunikasi, untuk hiburan, mencari ilmu pengetahuan, untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah di media sosial".¹²

Dalam Islam kita diperintahkan untuk saling mengajak kebaikan dan selalu mengingatkan agar menjauhi keburukan.

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ» رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

Artinya: Dari Abu Sa'id Al-Khudri Radhiyallahu 'Anhu, ia berkata, "Saya mendengar Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam bersabda, "Barangsiapa melihat kemungkaran, hendaklah merubah dengan tangannya, jika tidak mampu, maka dengan lisannya, jika tidak mampu maka dengan hatinya. Yang demikian itu tingkatan iman paling lemah." (HR Muslim)

Masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media

komunikasi dakwah dengan mengemas pesan dakwah dengan kalimat-kalimat menarik, membagikan video, gambar atau tulisan yang tidak terlalu panjang dan disesuaikan dengan penerima. Mereka memilih menyampaikan pesan dakwah melalui *stories* atau status karena dianggap lebih efektif, efisien waktu dan biaya.

Dengan *Instagram* dan *WhatsApp* kita bisa menyebarkan pesan dakwah dengan cara apapun dan kapanpun. Hal ini juga di jelaskan dalam hadist riwayat Bukhari yang berbunyi:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya: "sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat"

Berdasarkan hasil wawancara dengan Silvia Rizki yang menyatakan bahwa:

"Yang saya lakukan biasanya dengan membuat Status di WA dan membagikan video atau gambar di *stories* Instagram. Menurut saya ya efektif, karena kita bisa menyampaikan pesan dakwah dimanapun dan kapanpun."¹³

Berdasarkan uraian diatas, masyarakat kelurahan Mulyojati khususnya para remaja banyak yang menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah, karena tidak bergantung pada tempat dan waktu sehingga pesan dakwah dapat disampaikan kapan saja dan dimana saja tanpa bertemu

¹² Wawancara dengan Della Febianti, pada tanggal 14 November 2022

¹³ Wawancara dengan Silvia Rizki, pada tanggal 14 November 2022

dan bertatap muka. Pesan dakwah adalah segala sesuatu yang harus disampaikan kepada objek dakwah, berupa keseluruhan ajaran Islam yang bersumber dari kitab suci al-Qur'an.¹⁴

Pada prinsipnya pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yakni Al-Quran dan Hadist. Penyampaian pesan dakwah dapat dilakukan dengan cara, seperti melalui *personal chat*, *group* dan bisa membagikannya melalui status di *WhatsApp* atau *stories* di *Instagram*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Adi Nugroho yang menyatakan bahwa:

"Kalau jenis pesan dakwah yang disampaikan itu lebih sering seperti ajakan membaca surah-surah, surah al kahfi, al mulk, dan lainnya. Kemudian tentang sabar, ketakwaan, dan lain-lain"¹⁵

Sebagaimana hasil lain dari wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

"Jenis pesan dakwah yang disampaikan kadang tentang motivasi kehidupan, sholat, adab-adab dalam kehidupan seperti adab pertemanan, makan dan lain-lain"¹⁶.

¹⁴ Nanda Setiawan, "Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)" (IAIN Metro, 2018).

¹⁵ Wawancara dengan Adi Nugroho, pada tanggal 13 November 2022

¹⁶ Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

Tujuan menyebarkan atau menyampaikan pesan dakwah adalah untuk saling mengingatkan, sama-sama saling belajar, memberikan kebaikan ke lainnya supaya hidupnya lebih bahagia dan tenang, mempunyai perilaku dan akhlak yang baik sesuai dengan ajaran-ajaran Allah SWT. Jenis pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial tentang akidah, syariat dan akhlak. Waktu yang digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah tidak tentu, kadang setiap hari, kadang ketika ada waktu luang atau ketika menemukan gambar atau video tentang dakwah yang menarik untuk disampaikan. Hal yang mendorong untuk menyampaikan pesan dakwah adalah karena masih jarang yang menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial dan karena memiliki tanggung jawab untuk saling mengajak kebaikan dengan sesama muslim lainnya.

2. Gambaran Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

Keberadaan Kelurahan Mulyojati mulai dari sejarah berdirinya hingga saat ini terbagi menjadi 3 (tiga) kurun waktu yang memiliki nilai historis, yaitu:¹⁷

- a. Kurun waktu tahun 1937-1942 semasa pemerintahan kolonial Hindia Belanda

¹⁷ Topografi Kelurahan Mulyojati

- b. Kurun waktu tahun 1942-1945 pada masa kekuasaan Jepang
- c. Paksa tahun 1949 ketika pemerintahan kembali ke pangkuan Ibu Pertiwi hingga sekarang.

Kelurahan Mulyojati memiliki luas wilayah ±295 Ha, yang terdiri dari:

- a. Sawah dan Ladang : 113,00 Ha
- b. Bangunan Umum : 5,15 Ha
- c. Permukiman Umum : 176, 80 Ha

Pemerintahan Kelurahan Mulyojati

Semenjak berdirinya kelurahan Mulyojati tahun 1937 hingga sekarang telah mengalami pergantian pemimpin. Adapun nama-nama yang pernah memimpin Kelurahan Mulyojati sebagai berikut:

- a. Tahun 1937-1956 Kepala Desa : Bpk. Joyo Mulyono
- b. Tahun 1956-1959 Kepala Desa : Bpk. Sarko
- c. Tahun 1959-1962 Kepala Desa : Bpk. Kastam
- d. Tahun 1962- 1963 Pj. Kades : Bpk. Samud
- e. Tahun 1963-1965 Kepala Desa : Bpk. Ranu Suwito
- f. Tahun 1965-1968 Pj. Kades : Bpk. M. Dasuki
- g. Tahun 1968-1986 Lurah : Bpk. Purwadi
- h. Tahun 1989-1991 Lurah : Bpk. Suroto
- i. Tahun 1991 Lurah : Bpk. Firmansyah

- j. Tahun 1991-1993 Lurah : Bpk. Adi Sriyono
- i. Tahun 1993-1994 Lurah : Bpk. Purwadi
- k. Tahun 1994-2001 Lurah : Bpk. Sarimin. BA
- l. Tahun 2001-2002 Lurah : Bpk. Drs. Sapto Yuwono, SSTP
- m. Tahun 2002 Lurah : Bpk. Drs. Hafatah
- n. Tahun 2002-2004 Lurah : Ibu Ir. Santi Ratna Komala
- o. Tahun 2004-2006 Lurah : Bpk. Drs. Firdaus Saparyani
- p. Tahun 2006-2012 Lurah : Bpk. Eko Sujamroh, S.Sos
- q. Tahun 2012-2017 Lurah : Bpk. Heriyanto, S.Sos, MM
- r. Tahun 2017-2018 Lurah : Bpk. Triyono, S.Sos
- s. Tahun 2018-2021 Lurah : Bpk. Ichsan
- t. Tahun 2021 s/d sekarang : Ibu Retno Muryani, SE

Kependudukan

Tabel. 4.1
Jumlah Penduduk Kelurahan Mulyojati

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Jumlah KK |
|----|---------------|--------|-----------|
| 1 | Laki-Laki | 4.091 | 2.425 |
| 2 | Perempuan | 4.049 | |

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.2
Jumlah Penduduk Menurut Agama

| No | Agama | Jumlah (Orang) |
|----|-------|----------------|
| 1 | Islam | 7.936 |

| | | |
|---|----------|-------|
| 2 | Kristen | 99 |
| 3 | Katholik | 51 |
| 4 | Hindu | 32 |
| 5 | Budha | 22 |
| | Jumlah | 8.140 |

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

3. Instagram dan WhatsApp sebagai media dakwah pada masyarakat

Instagram dan *WhatsApp* dimanfaatkan masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat khususnya para remaja sebagai media komunikasi untuk mendapatkan informasi, hiburan dan Pendidikan. Selain itu, *Instagram* dan *whatsapp* juga digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam hal ini *Instagram* dan *whatsapp* menjadi media yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. Sehingga keduanya dapat disebut sebagai media dakwah. Media dakwah merupakan alat yang digunakan individu untuk menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan dan maksud tertentu. Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.¹⁸

Pesan dakwah yang dimaksud berupa ajakan kepada seluruh umat muslim agar menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi

laranganNya. Dengan Media Sosial kita bisa menyebarkan pesan dakwah menggunakan video-video singkat, gambar maupun teks yang berbau Islami.

- a) Kekurangan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai Media untuk Menyampaikan pesan dakwah
 - 1) Sasaran Penerima Dakwah Terbatas
 - 2) Pesan Terlalu Panjang
 - 3) Penerima Pesan Pasif
- b) Kelebihan *Instagram* dan *WhatsApp* Sebagai Media Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah
 - 1) Pesan Dakwah Menyeluruh
 - 2) Bisa *Review* Kembali
 - 3) Memberi Kemudahan dan Kecepatan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

4. Efektivitas Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Instagram dan *WhatsApp* merupakan media sosial yang paling banyak diakses untuk saat ini termasuk oleh masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja. Hal ini dapat memberikan peluang besar bagi masyarakat Kelurahan Mulyojati untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui media sosial tersebut. Dakwah melalui media sosial juga membuat mad'u merasa lebih santai dan relaks karena tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung. Ditambah dengan *Instagram* dan *WhatsApp* yang juga memiliki fitur-fitur yang cukup mudah untuk mengaplikasikan

¹⁸ Irzum Fariyah, "(Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus)" 1 (2013).

pesan-pesan dakwah. Seperti *message*, status atau *stories* yang bisa digunakan untuk membuat dan menyampaikan ke pengguna lainnya.

Instagram dan *WhatsApp* dimanfaatkan pengguna untuk media komunikasi, bersilaturahmi, mencari dan menyebarkan informasi, sebagai media hiburan serta sebagai media untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah. Pesan dakwah disini berupa ajakan kepada seluruh umat muslim agar menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya.

Masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja sudah menyebarkan atau menyampaikan pesan dakwah dengan cara apapun, termasuk dengan cara menggunakan media sosial yang ada salah satunya menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp*.

Dalam penelitian ini Efektivitas Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah pada masyarakat Kelurahan Mulyojati peneliti menemui tiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah. Adapun efek-efek dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Efek Kognitif Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam penelitian ini efek kognitif *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah

yaitu mengacu pada pemahaman dan pengetahuan seseorang yang diterima secara langsung melalui Media Sosial. Pengetahuan dan pemahaman yang dimaksud adalah pada penyebaran atau penyampaian pesan dakwah. Pernyataan ini di dapat dengan adanya penelitian yang dilakukan dilapangan dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa *Instagram* dan *WhatsApp* membantu mereka dalam penyebaran atau penyampaian pesan dakwah. Efek kognitif masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang terlihat jelas yaitu pada pengetahuan dan pemahaman mereka bertambah setelah menggunakan media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah.

b. Efek Afektif Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam penelitian ini efek afektif *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah yakni lebih mengacu pada nilai sikap seseorang yang mereka alami setelah melihat, mendengar dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial ini. Seperti perubahan sikap menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hasil penelitian dilapangan mengatakan bahwa

ada perubahan yang mereka alami setelah melihat, mendengar dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial.

Dengan adanya media sosial kita tidak perlu menyampaikan pesan dakwah secara tatap muka langsung untuk mengajak orang lain ke arah yang lebih baik, tetapi kita juga bisa menyebarkan kebaikan dengan cara apapun. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa pesan dakwah yang disebarkan melalui *Instagram* dan *WhatsApp* bisa pahami dan terima oleh masyarakat. Mereka juga menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi tentang dakwah kapanpun mereka mau sehingga menambah wawasan dan pengetahuan dari yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi paham tentang pesan-pesan yang disampaikan. Kemudian mereka juga mengatakan ada perubahan sikap yang mereka alami setelah memahami isi pesan dakwah yang disampaikan, walaupun tidak setiap hari dilakukan namun mereka selalu mencoba untuk melakukannya.

- c. Efek Behavioral Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah
- Dalam penelitian ini efek behavioral *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk

menyampaikan pesan dakwah adalah lebih mengacu pada perilaku nyata seseorang, tindakan atau kebiasaan setelah melihat, mendengar dan mengamati pesan dakwah melalui media *Instagram* dan *WhatsApp*. Tindakan yang dimaksud yaitu berupa kebiasaan-kebiasaan, dari yang mulanya hanya melihat dan meresapi isi dari pesan dakwah yang disebarkan penerima bisa belajar dan mendapati pengetahuan agama yang baru dan mengamalkannya.

Berdasarkan dari beberapa hasil wawancara di atas efek yang paling menonjol dari dakwah melalui *Instagram* dan *WhatsApp* adalah Efek Kognitif. Karena kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam. Mereka mendapatkan banyak wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun tidak semua dari mereka yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi ada sebagian juga yang menerapkannya walaupun tidak dilakukan setiap hari namun mereka selalu berusaha untuk melaksanakannya.

D. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian penulis menemui tiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah melalui media sosial. Pertama Efek Kognitif, yakni pesan dakwah yang disebarkan atau disampaikan melalui *Instagram* dan *WhatsApp* dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat. Kedua Efek Afektif, yakni hanya beberapa masyarakat yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga Efek Behavioral yakni hanya sebagian kecil dari masyarakat yang setelah mengamati isi pesan dakwah kemudian menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari hingga mengamalkan ke lainnya. Penyampaian pesan dakwah melalui media sosial pada masyarakat Kelurahan Mulyojati kurang efektif. Karena dari ketiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah hanya efek kognitif yang banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya para remaja. Kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam. Mereka mendapatkan banyak wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun tidak semua dari mereka yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi ada sebagian juga yang menerapkannya walaupun tidak dilakukan setiap

hari namun mereka selalu berusaha untuk melaksanakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Farihah, Irzum. "(Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus)" 1 (2013).
- Ilaahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana. "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS." *EduLib* 8, no. 1 (July 24, 2018): 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>.
- Lubis, Nasrul Rizal A. "Informasi Berbasis Media Sosial Pada Perpustakaan Digital" 8, no. 1 (2022).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nurudin. "Media Sosial Baru Dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi." *Jurnal Komunikator* 5, no. 2 (2013).
- Setiawan, Nanda. "Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)." 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Dan Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- www.apjii.or.id. "APJII Di Indonesia Digital Outlook 2022," June 9, 2022. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857.