PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MASYARAKAT VIRTUAL

Zulfikar Ghazali

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
zulfikarghazali89@gmail.com

Abstrak

Peningkatan pengguna internet serta kemajuan teknologi informasi, menyebabkan perubahan terhadap cara berdakwah. Kemudahan untuk menemui jaringan internet merupakan suatu kelebihan yang dapat menjadikan internet sebagai media atau sebuah sarana alternatif dalam berdakwah. Koneksi atau jaringan internet dapat dijumpai di beberapa tempat seperti warnet, restoran atau cafe yang menyediakan layanan internet menggunakan jaringan wifi, serta layanan internet yang diberikan oleh provider-provider telekomunikasi yang semakin hari semakin berkembang. Selain itu perlu diketahui, kegiatan dakwah Islam tidak mesti harus selalu diadakan pada lingkup majelis ta'lim yang berisi ceramah, tausiyah maupun nasihat tentang ilmu keagamaan baik membahas tentang ilmu syari'at Islam, tafsir, taubid, dan lain-lainnya. Tetapi dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dakwah Islam dapat dilakukan dengan cara yang berbeda, salah satunya menggunakan media sosial facebook. Media sosial ini sangat efektif digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, di karenakan banyaknya pengguna dari aplikasi media sosial facebook ini. Kemudahan dalam fasilitas yang disediakan oleh media sosial facebook menjadi kelebihan tersendiri bagi masyarakat virtual khususnya bagi juru dakwah atau para da'i dalam menyampaikan atau membagikan informasi dakwah Islam, berdikusi dan menyambung tali silaturrahim kepada pengguna facebook lainnya.

Kata Kunci: *Media Dakwah, Media Dakwah Facebook, Pemanfaatan Media Sosial, Dakwah dalam Masyarakat Virtual*

Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat, khususnya dalam sarana dakwah. Hal ini Berawal dari komputer yang digunakan untuk pribadi berubah dan berkembang menjadi jaringan yang lebih luas, tidak saja untuk jaringan lokal tapi sudah menjadi jaringan komputer global dunia yang di kenal dengan internet. Internet adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna diseluruh dunia¹. Kemajuan teknologi informasi dan pemanfaatan terus meningkat dari waktu ke waktu, yang mana hal ini menyebabkan banyaknya masyarakat virtual khususnya juru dakwah atau para da'i menjadikan teknologi informasi sebagai sarana dakwah karena dengan internet mereka dapat menjangkau seluruh umat Islam yang ada di dunia, tanpa harus secara langsung bertemu dengan mereka.

Masyarakat virtual adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diinderakan melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. Kehidupan semacam ini tentu saja bukanlah kehidupan akhirat manusia, namun merupakan sisi lain kehidupan “masyarakat nyata” yang seperti kita ketahui selama ini. Di mana “masyarakat nyata” lebih menekankan pada jalinan kehidupan sosial manusia yang berbasis dan dibangun melalui penginderaan secara langsung². Dalam masyarakat virtual, mendengar ceramah,

¹ “Definition of Internet”, dalam <http://www.definitions.ws/95663/internet>, diakses tanggal 8 Februari 2017

² Rino Setyadi, “Komunikasi Virtual: Sebuah Keniscayaan Masyarakat Teknologi”, dalam <http://komunikasi.us/index.php/course/4899-komunitas-virtual-sebuah-keniscayaan-masyarakat-teknologi>, diakses tanggal 8 Februari 2017

tausiyah, atau dakwah dari ulama-ulama yang ada baik di dalam negeri maupun diluar negeri, serta mencari informasi keagamaan khususnya yang berhubungan dengan dakwah, tidak perlu membutuhkan modal yang banyak. Karena saat ini sudah sangat banyak sarana-sarana penyampai dakwah yang menggunakan media internet. Penggunaan sarana teknologi informasi sebagai media dakwah memudahkan masyarakat untuk mencari informasi tentang keagamaan baik itu berupa video ceramah, maupun tulisan dengan media internet yang menggunakan *web browser* sebagai aplikasi penghubungnya. Adapun penggunaan internet sebagai sarana dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, salah satunya adalah *facebook*. Dakwah melalui media sosial *facebook* dipandang cukup efektif, dikarenakan aplikasi ini dapat diakses dimana saja dengan catatan harus terkoneksi ke jaringan internet. Selain itu pertumbuhan penggunaan *facebook* yang cukup signifikan, membuat media sosial *facebook* menjadi sangat cukup efektif untuk digunakan sebagai sarana dakwah Islam.

Statistik Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan pernyataan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Selamatta Sembiring mengatakan, situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah *Facebook* dan *Twitter*. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna *Facebook* terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Selain itu menurut data dari Webershandwick, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna *Facebook* aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam mengaksesnya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya³.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga telah membagi pengguna internet dilihat dari beberapa aspek yaitu⁴:

a. Jenis Kelamin

Survey tahun 2014 menunjukkan bahwa pengguna internet yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada pengguna internet yang berjenis kelamin laki-laki. Mayoritas dari pengguna internet ini tinggal di daerah urban. Adapun untuk perempuan berjumlah 51% dan laki-laki berjumlah 49%.

b. Usia

Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu 49%, untuk usia 26-35 tahun berjumlah 33,8%, untuk usia 36-45 tahun berjumlah 14,6%, untuk usia 46-55 tahun berjumlah 2,4% dan untuk usia 56-65 tahun berjumlah 0,2%

c. Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, pengguna internet di Indonesia paling banyak yang telah menamatkan pendidikannya di tingkat SMU sederajat yaitu berjumlah 64,7%, Sarjana/S1 berjumlah 16,9%, SMP sederajat berjumlah 9,7%, Akademi/D1/D2/D3/D4/Vokasi berjumlah 6,8%, SD sederajat berjumlah 1,2%, dan Pasca Sarjana/S2/S3 berjumlah 0,4%

d. Aktivitas

Berdasarkan aktivitas, mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan pekerja dan

³ “Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang”, dalam <https://goo.gl/1NDYpu>, diakses tanggal 8 Februari 2017

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Profil Pengguna Internet Indonesia* (Penerbit: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2015), hlm. 10-17

wiraswasta yang berjumlah 55%, mahasiswa sebanyak 18%, ibu rumah tangga sebanyak 16%, tidak bekerja sebanyak 6%, dan pelajar SD/SMP/SMA sederajat sebanyak 5%.

e. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan karyawan yang berjumlah 65% pengguna, wirausaha sebanyak 27%, pekerja diluar sektor formal dan informal sebanyak 5%, dan pekerja informal sebanyak 3%. Sedangkan untuk sektor pekerjaan, mayoritas internet digunakan untuk perdagangan sebesar 31,5%, jasa sebesar 26,1%, pendidikan sebesar 8,3%, pemerintahan sebesar 7,0%, keuangan/perbankan sebesar 5,6%, otomotif sebesar 3,3%, konsultan sebesar 3,2%, manufaktur sebesar 3,2%, properti sebesar 1,7%, kesehatan sebesar 1,7%, hiburan sebesar 1,3%, perhotelan/restoran/kuliner sebesar 1,0%, dan agro perkebunan/pertanian sebesar 1,0%

f. Internet Dalam Keluarga

Sebagian besar pengguna internet Indonesia tinggal bersama keluarga batih sebanyak 93%. Keluarga batih adalah bentuk keluarga yang terdiri dari ayah (suami), ibu (istri), dan anak-anak, keluarga luas sebanyak 10% dan lainnya sebanyak 6%. Selain itu mayoritas pengguna internet di Indonesia tinggal di rumah milik orang tua yaitu sebesar 52,6%, rumah sendiri sebesar 29,8%, kontrakan sebesar 12,2%, kos/asrama sebesar 4%, keluarga sebesar 0,7%, lainnya sebesar 0,6%, dan rusun 0,2%

Dari data statistik pengguna Internet di Indonesia dan data jumlah pengguna *Facebook* yang telah dijelaskan di latar belakang, dapat disimpulkan bahwa pengguna internet dan aplikasi *Facebook* di Indonesia memiliki peningkatan yang sangat signifikan.

Penggunaan Internet sebagai Media Dakwah

Dengan adanya peningkatan pengguna internet serta kemajuan teknologi informasi, menyebabkan perubahan terhadap cara berdakwah. Saat ini para da'i atau juru dakwah mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam penyampaian dakwahnya. Dengan penggunaan teknologi informasi, kegiatan dakwah bisa dilakukan lebih insentif dan menjangkau jaringan yang lebih luas. Berdasarkan pernyataan Kemkominfo, 95 persen dari 63 juta penduduk Indonesia menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Oleh karena itu penggunaan internet sebagai media dakwah bisa menjadi salah satu alternatif yang efektif dalam melakukan dakwah Islam.

Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u* yang berarti memanggil atau menyeru, mengajak atau mengundang. Secara harfiah dakwah merupakan *mashdar* dari *fi'il* (kata kerja) *da'a* dengan arti ajakan, seruan, undangan, dan panggilan⁵. Warson Munawir menyebutkan bahwa dakwah berarti memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*)⁶.

Sedangkan dakwah menurut Al-Quran diartikan sebagai perintah menyeru manusia ke jalan Tuhan dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik dengan berbagai metode dan pendekatan, seperti ditegaskan Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang artinya:

“Serulah manusia ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang Jebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk⁷.”

⁵ Ridho Syahibi, *Metodologi Ilmu Dakwah (Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al Safa)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, hal 42

⁶ Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009, hal 1

⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: DepagRI, 1989), hlm. 419.

Selain itu pada ayat 104 surat Ali Imran juga menjelaskan pengetahuan dakwah yang mana artinya sebagai berikut:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung⁸.”

Jadi berdasarkan dua surah tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan sebuah seruan atau ajakan menuju Allah yang mana seruan tersebut berisi ajakan amar ma'ruf nahi mungkar yang dilakukan dengan cara-cara yang baik, dan bertujuan agar objek dakwah mencapai keberuntungan baik itu berupa kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Dalam mencapai tujuan dakwah Islam, diperlukan sebuah konsep strategi dakwah. Strategi dakwah merupakan sebuah kegiatan perencanaan dalam menentukan metode, pesan, dan pilihan media yang akan digunakan dalam penyampaian dakwah. Dalam konteks pilihan media dakwah, terdapat beberapa macam media dakwah. Media dakwah pada dasarnya bisa diartikan sebagai sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah. Media tersebut antara lain⁹:

- a. Lembaga pendidikan formal, yang bisa dijadikan sebagai media dakwah karena seorang pendidik dapat memasukkan ide-ide dakwahnya melalui proses belajar mengajar
- b. Lingkungan keluarga, yang merupakan media dakwah yang paling efektif jika objek dakwahnya adalah kerabat keluarga.
- c. Peringatan hari-hari besar Islam, yang sering dipakai oleh seorang juru dakwah untuk menyampaikan misi dakwahnya kepada masyarakat.
- d. Organisasi-organisasi Islam, yang dapat dijadikan sebagai media dakwah melalui misi dan kegiatan-kegiatan mereka
- e. Media massa, yang dapat dipakai oleh juru dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, baik media massa elektronik maupun media massa cetak

Pengenalan *Facebook*

Facebook, sesuai dengan namanya adalah sebuah “buku muka.” Sebuah “buku” yang memuat banyak “muka” para penggunanya dalam foto, gambar. Maupun ilustrasi. Untuk mendukung fungsi penyimpanan foto-foto tersebut, *facebook* menyediakan fitur album untuk mengelompokkan foto-foto yang memiliki hubungan tertentu yang disesuaikan dengan selera penggunanya¹⁰.

Facebook merupakan situs jejaring sosial terbesar di dunia saat ini yang menyediakan berbagai aplikasi yang memudahkan pengguna untuk saling berhubungan kepada para pengguna *facebook* yang lain. Untuk mendaftar atau membuat *facebook* dapat kita lakukan tanpa ada biaya sedikitpun atau gratis dan dapat anda lakukan dalam beberapa menit saja. Selain itu berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, untuk saat ini, pengguna *Facebook* di Indonesia menduduki peringkat ke-3 dari pengguna *Facebook* di dunia dan memiliki penetrasi pengguna *Facebook* via *mobile phone* tertinggi di dunia, yakni mencapai 88,1% di tahun 2014 dan akan naik menjadi 92,4 persen di tahun 2015.

Facebook awalnya berasal dari nama "TheFacebook.com", yang merupakan jaringan sosial skala kecil untuk lingkungan sekolah dan kampus. Mark Elliot Zuckerberg adalah sang penemu *Facebook* pertama kali yang tinggal di kawasan bernama Dobbs Ferry, Westchester County, kota New York. Tetapi pada bulan September 2006 *Facebook* membuka pendaftaran untuk jejaring umum dengan syarat memiliki email¹¹. Sejak itulah jumlah anggota *Facebook* melesat seperti sekarang ini. Saat ini hampir semua orang

⁸ *Ibid*, hlm 93

⁹ Asmuni Syukir, Dasar-dasar Strategi dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983). him.201

¹⁰ Muhammad Rezky, *Facebook vs Friendster*, Yogyakarta: Conexxi, 2009, hal 50

¹¹ Iskandar Abadi, *Penemu dan Sejarah Singkat Facebook Pertama Kali*, dalam <http://www.indoza.com/2014/02/penemu-facebook-dan-sejarah.html>, diakses 8 Februari 2017

mengenal *facebook* dari anak kecil sampai orang tua.

Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* Sebagai Sarana Dakwah

Facebook merupakan salah satu bentuk media sosial teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan pernyataan *Webershandwick*, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna *Facebook* aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam mengaksesnya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya¹². Pernyataan ini dapat membuktikan bahwa media sosial *facebook* merupakan situs jejaring sosial yang paling favorit dikunjungi dibandingkan dengan situs jejaring sosial lain. Hal ini disebabkan pada media sosial *facebook* memiliki navigasi yang cukup mudah untuk digunakan oleh penggunanya selain itu aplikasi *facebook* mempunyai desain minimalis tapi kaya akan fitur dan pendukung. Selain itu dengan jumlah pengguna yang banyak serta penggunaan navigasi yang mudah, dapat menjadikan media sosial *facebook* sebagai pilihan sarana dakwah masa kini. Maka, tak sedikit dari para para juru dakwah atau da'i memanfaatkan aplikasi *facebook* yang ada sebagai sarana dakwah Islam.

Dengan melihat perkembangan pengguna *facebook* yang ada saat ini, berdakwah melalui sarana tersebut akan sangat efektif. Efektivitas *facebook* ini dapat dilihat dari bagaimana facebook dapat menyebar luas di masyarakat, yaitu dengan pertumbuhan 73% pertahun dari total pengguna facebook di Indonesia¹³. Selain itu Beberapa fitur yang terdapat di aplikasi *facebook* ini dapat dimanfaatkan bagi juru dakwah atau para da'i sebagai sarana dakwah Islam yang akan menjembatani kemajuan teknologi dan informasi dengan proses dakwah. Hal ini juga bermaksud untuk merubah paradigma masyarakat yang beranggapan bahwa dakwah Islam hanya dapat dilakukan dalam pengajian saja.

Kata media berasal dari bahasa Latin *median* yang merupakan jamak dari *medium*, yang berarti perantara. Adapun yang dimaksud media dakwah adalah perantara (sarana) yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah¹⁴. Dalam penggunaan media sosial *facebook* sebagai sarana dakwah terdapat beberapa peranan penting dari media sosial *facebook* tersebut antara lain:

a. Sebagai Media Informasi

Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh juru dakwah atau para da'i dalam menggunakan media sosial *facebook* sebagai sarana dakwah yaitu memberikan atau men-*share* informasi baik itu berupa nasihat, ilmu, kata mutiara, ayat Al-Qur'an beserta tafsirnya, video ceramah dan segala sesuatu yang berhubungan dengan dakwah Islam. Dengan adanya informasi yang berisi dengan dakwah Islam diharapkan dapat membuka wawasan atau menambah pengetahuan seseorang dan dengan pengetahuan tersebut timbullah kesadaran terhadap diri sendiri yang akhirnya orang tersebut akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

b. Sebagai Media Diskusi

Semakin banyak informasi dakwah Islam yang dibagikan atau diberikan, diharapkan dapat membuat para penerima informasi untuk saling bertukar pendapat, mengkaji dan mendiskusikan informasi tersebut menggunakan fasilitas yang ada di media sosial *facebook* seperti kolom komentar yang disediakan disetiap melakukan *update* status, selain itu terdapat fasilitas *fan page* dan membuat group. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pembelajaran jarak jauh bagi penerima informasi dakwah untuk mendalami atau mempelajari informasi dakwah Islam yang telah diduplikatnya.

c. Sebagai Media Silaturahmi

Dengan adanya interaksi antara pemberi informasi dengan penerima informasi, diharapkan

¹² "Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", dalam <https://goo.gl/1NDYpu>, diakses tanggal 8 Februari 2017

¹³ Muhammad Rezky, *Facebook vs Friend...*, hal v

¹⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi.....*, hlm. 17

dapat membina tali persaudaraan atau silaturahmi yang erat, baik dengan orang yang dikenal maupun yang tidak dikenal. Agar tercipta rasa cinta dan kasih sayang sesama dan menyebabkan terbentuknya tali persaudaraan yang kuat antara satu orang dengan orang yang lainnya.

Penutup

Perlu diketahui, kegiatan dakwah Islam tidak mesti harus selalu diadakan pada lingkup majelis ta'lim yang berisi ceramah, tausiyah maupun nasihat tentang ilmu keagamaan baik membahas tentang ilmu syari'at Islam, tafsir, tauhid, dan lain-lainnya. Tetapi dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dakwah Islam dapat dilakukan dengan cara yang berbeda, salah satunya menggunakan media sosial *facebook*. Media sosial ini sangat efektif digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, di karenakan banyaknya pengguna dari aplikasi media sosial *facebook* ini.

Kemudahan dalam fasilitas yang disediakan oleh media sosial *facebook* menjadi kelebihan tersendiri bagi masyarakat virtual khususnya bagi juru dakwah atau para da'i dalam menyampaikan atau membagikan informasi dakwah Islam, berdikusi dan menyambung tali silaturahmi kepada pengguna *facebook* lainnya.

Daftar Pustaka

- Abadi, Iskandar *Penemu dan Sejarah Singkat Facebook Pertama Kali*, dalam <http://www.indoza.com/2014/02/penemu-facebook-dan-sejarah.html>, diakses 8 Februari 2017
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Profil Pengguna Internet Indonesia* (Penerbit: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2015)
- “Definition of Internet”, dalam <http://www.definitions.ws/95663/internet>, diakses tanggal 8 Februari 2017
- Departemen Agama, *AI-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: DepagRI, 1989)
- “Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang”, dalam <https://goo.gl/1NDYpu>, diakses tanggal 8 Februari 2017
- Rezky, Muhammad. *Facebook vs Friendster*, Yogyakarta: Conexxi, 2009
- Samsul Munir, Amin. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009
- Setyadi, Rino “Komunikasi Virtual: Sebuah Keniscayaan Masyarakat Teknologi”, dalam <http://komunikasi.us/index.php/course/4899-komunitas-virtual-sebuah-keniscayaan-masyarakat-teknologi>, diakses tanggal 8 Februari 2017
- Syahibi, Ridh., *Metodologi Ilmu Dakwah (Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al Safa)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Syukir, Asmuni *Dasar-dasar Strategi dakwah Islam*, Surabaya: AI-Ikhlas, 1983