

DAKWAH MEDIA SOSIAL : POLA DAKWAH PADA MASA PANDEMI COVID 19

Zida Zakiyatul Husna¹, Moh. Ali Aziz²

¹ Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana, UIN Sunan Ampel, Surabaya

¹ Email : zeedzack3011@gmail.com

² Email : malzis@yahoo.com

Abstract

The Covid-19 pandemic, which has hit almost all parts of the world, has made many changes in social order. No exception, Indonesia is also one of the countries affected by the Covid-19 outbreak. The new government policy regarding the prevention of the Covid-19 outbreak has hampered almost all social activities. One of them is da'wah activities. The existence of the PSBB and WFH policies makes preachers have to find new da'wah strategies and methods so that da'wah can be carried out in the midst of new policies from the government. Looking at the above background, this research focuses on how the new dakwah patterns during the pandemic. Through a descriptive qualitative approach and observing one of the da'wah actors, namely the @ala_nu account on social media Instagram, this study found that one of the new da'wah patterns in the pandemic was the use of growing media. And one of the media that is now widely used by preachers in conveying their preaching during a pandemic is Instagram social media. Through the @ala_nu account, researchers can find out new da'wah patterns using social media.

Keywords: *Da'wah Patterns, Social Media, @ala_nu*

Abstrak

Pandemic Covid-19 yang sampai saat ini melanda hampir seluruh bagian di dunia membuat banyak sekali perubahan tatanan sosial. Tak terkecuali Indonesia juga menjadi salah satu negara terdampak wabah Covid-19. Adanya kebijakan baru dari pemerintah mengenai pencegahan wabah Covid-19, menjadikan hampir seluruh kegiatan sosial terhambat. Salah satunya yakni kegiatan dakwah. Seperti kebijakan PSBB dan WFH menjadikan para da'i harus mencari strategi dan metode dakwah baru agar dakwah dapat dilakukan di tengah kebijakan tersebut. Melihat latar belakang di atas, penelitian ini terfokus pada bagaimana pola dakwah baru pada masa pandemic. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dann dengan observasi pada salah satu pelaku dakwah yakni akun @ala_nu di media sosial instagram, penelitian ini menemukan bahwa salah

satu pola dakwah baru di masa pandemic yakni dengan pemanfaatan media yang tengah berkembang. Salah satu media yang kini banyak digunakan oleh pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya di masa pandemic yakni media sosial Instagram. Melalui akun @ala_nu peneliti dapat mengetahui pola dakwah baru menggunakan media sosial.

Kata Kunci : Pola Dakwah, Media Sosial, @ala_nu

A. Pendahuluan

Dakwah secara umum diketahui sebagai kegiatan mengajak kepada kebaikan dan meninggalkan kebatilan. Dakwah dalam bahasa memiliki arti panggilan, seruan atau ajakan (Wahidin Saputra, 2012). Hal tersebut menjadikan dakwah sebagai kegiatan sosial keislaman yang mengarah kepada perbaikan standar nilai-nilai kemanusiaan yang unggul, baik dalam tingkah laku pribadi maupun hubungan antar sesama manusia (Muhaimin, 2007). Jadi bisa dikatakan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak pada kebaikan dengan tujuan agar mitra dakwah mengikuti apa yang da'i sampaikan dan menjadi pribadi yang baik sesuai ajaran-ajaran keislaman.

Dakwah dalam praktiknya membutuhkan unsur-unsur yang harus terpenuhi. Unsur-unsur dakwah tersebut meliputi da'i (subjek dakwah), mad'u (mitra dakwah), pesan dakwah, metode dakwah, media, dan efek dakwah. Unsur-unsur tersebut berkaitan satu sama lain. Jika terdapat salah satu unsur yang tidak ada maka proses dakwah akan berjalan tidak sempurna atau dianggap gagal.

Kegiatan dakwah identik dengan ceramah di masjid atau tempat-tempat umum dengan mengumpulkan banyak massa. Akan tetapi sebenarnya, dakwah dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Dakwah juga mempunyai beragam metode dengan menggunakan beragam media dalam penerapannya. Metode-metode dakwah tersebut sudah tertulis pada QS. An-Nahl ayat 125, yang artinya; *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*(Departemen Agama RI, 2006). Surat tersebut menjelaskan bahwa terdapat 3 metode dakwah yakni Bil Hikmah, Bil

Mau'idzatil Hasanah, dan Mujadalah (Acep Aripudin, 2011). Metode dakwah tersebut dapat dilakukan da'i dimana saja dan kapan saja.

Dakwah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Metode dan media yang digunakan menciptakan pola dakwah yang berbeda-beda. Seiring dengan perkembangan teknologi seperti saat ini, juga dengan keadaan dunia yang sedang dilanda wabah covid-19 menjadikan segala kegiatan sosial mengalami perubahan yang cukup signifikan. Mewabahnya covid-19 sebagai pandemic global menjadikan segala kegiatan sosial terkendala. Hal tersebut menjadikan segala kegiatan sosial berkiblat pada teknologi yang semakin maju. Hal tersebut yang harus dihadapi dan diatasi oleh seorang da'i agar aktifitas dakwah tetap terlaksana ditengah wabah covid-19. Seorang da'i diminta untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan dakwahnya agar aktifitas dakwah tetap berjalan. Guna menghadapi problema tersebut, tentunya seorang da'i perlu merumuskan pola dakwah agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Masa pandemi seperti saat ini, dakwah juga mengalami perubahan dalam praktiknya. Hal ini Dikarenakan pandemik global ini mengharuskan seluruh kegiatan sosial dilakukan secara online. Saat ini kegiatan dakwah tetap dapat berjalan berkat bantuan media sosial. Media sosial merupakan media yang menawarkan jaringan yang terhubung melalui internet terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan dalam menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna dari media sosial memiliki pilihan informasi yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan aktifitas interaksi inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media (Erika Dwi Setya Watie, 2011).

Media sosial sendiri juga memiliki berbagai macam platform seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube* dan masih banyak lagi. Setiap platform memiliki kelebihan masing-masing. Salah satu platform yang banyak dikunjungi dan diminati oleh masyarakat yakni Instagram. Nama Instagram sendiri berasal dari

fungsi yang diberikannya. Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya instan, dan “gram” dari kata telegram (Miliza Ghozali, 2016). Dari kata tersebut dapat dipahami bahwa Instagram merupakan media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu singkat.

Melihat pengguna Instagram yang sangat tinggi, menjadikan Instagram sebagai platform yang sangat memungkinkan untuk dijadikan sebagai media dakwah pada masa pandemic. Saat ini, sudah marak akun-akun dakwah di Instagram yang menyajikan pesan-pesan dakwah dengan ciri khas masing-masing akun baik berupa foto atau video. Oleh karena itu penelitian ini menganalisa pola dakwah di akun Instagram @ala_nu,

Akun @ala_nu merupakan sebuah kelompok yang mempunyai tujuan mengenalkan dan mensyiarkan ajaran-ajaran keislaman yang lebih khususnya ajaran Nahdlatul Ulama. Secara garis besar akun mengandung gambar, tulisan, dan video dengan muatan dakwah yang berkiblat pada Nahdlatul Ulama. Sementara itu, akun dakwah lainnya, akun @ala_nu memiliki pengikut sejumlah 720.000 dengan unggahan sejumlah 13.343 unggahan terhitung pada tanggal 22 Januari 2021. Adanya akun akwah tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bgaimana pola dakwah yang dilakukan oleh akun @ala_nu agar dakwah tetap terus dilakukan walau sedang dimasa pandemic seperti saat ini.

B. Metode Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif untuk menjelaskan kondisi yang ada, sehingga kemudian dapat dilakukan modifikasi. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiono, bahwa metode kualitatif bersifat kurang terpola, dan juga disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan dilapangan (Sugiono, 2016). Dalam penelitiannya, peneliti akan melihat peristiwa yang menjadi pusat penelitian yakni pola pendekatan dakwah yang dilakukan oleh akun dakwah di media sosial Instagram, kemudian digambarkan sebagaimana adanya. Untuk penggambaran lebih dalam mengenai

fenomena tersebut peneliti mengambil satu objek yang akan diteliti secara mendalam dengan menggunakan metode pengamatan yakni akun @ala_nu di media sosial Instagram.

Ruang Lingkup Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa memiliki arti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan dalam bentuk kata kerjanya mempunyai arti memanggil, menyeru atau mengajak. Sedangkan pada arti istilahnya, dakwah memiliki banyak arti.

- a) Prof. Toha Yahya Oemar mengatakan bahwa dakwah Islam merupakan upaya untuk mengajak umat dengan cara yang bijaksana yakni kembali ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan agar sejahtera di dunia dan akhirat.
- b) Dalam kitab *Hidayatul Mursyidin*, Syaikh Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah sebagai dorongan kepada manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk dari Allah, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, agar mereka, mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c) Syaikh Muhammad Abduh mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan menyeru pada kebaikan dan mencegah pada hal yang munkar. Hal tersebut hukumnya *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap muslim (Wahidin Saputra, 2012).
- d) Luthfi Ulfa Ni'amah pada jurnalnya "Filsafat Dakwah Yang Terabaikan" mengatakan bahwa dakwah merupakan suatu hal yang mampu merubah situasi sosial menjadi lebih baik. Dakwah sendiri merupakan perintah dari Allah tertulis dalam kitab-kitab agama samawi. Dari perintah tersebut, umat beragama berlomba-lomba untuk mengajak orang lain untuk mengikutinya (Luthfi ULfa Ni'mah, 2016).

Pengertian-pengertian diatas, walaupun terdapat perbedaan dalam perumusannya, akan tetapi apabila dibandingkan satu sama lain mempunyai arti yang sama. Secara umum istilah kata dakwah adalah sebuah ajakan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain untuk melakukan kebaikan atau hal-hal yang Allah ridhai dan menjauhi kemunkaran atau hal-hal buruk. Wajib hukumnya seorang

umat muslim untuk melakukan dakwah. Dakwah sendiri dilakukan dengan tujuan agar setiap umat mendapat kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

2. Unsur-unsur Dakwah

Pada suatu kegiatan berdakwah juga perlu adanya unsur-unsur atau komponen-komponen yang harus ada dalam kegiatan dakwah. Komponen-komponen tersebut meliputi :

a. Da'i

Da'I merupakan orang yang menyampaikan dakwah baik itu secara lisan atau tulisan. Ataupun dengan perbuatan yang dilakukan seorang da'i. Pada dasarnya setiap muslim adalah seorang da'i, artinya setiap seorang muslim mempunyai tugas untuk mengajak sesamanya untuk mengikuti ajaran Islam atau mengikuti pada hal kebaikan. Seorang da'i bisa disebut dengan komunikator dakwah.

b. Mad'u

Mad'u adalah seseorang yang menjadi mitra dakwah atau sasaran dakwah. Lebih umumnya adalah orang yang menerima dakwah baik itu secara individu maupun kelompok baik dia Bergama Islam ataupun tidak, dengan kata lain manusia keseluruhan.

c. Materi atau Pesan Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. pada dasarnya pesan dakwah ini adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

1) Pesan Akidah, yang meliputi Iman kepada Allah swt. iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada Rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, iman kepada qada' dan qadar.

2) Pesan Syariah, meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji serta mu'amalah.

a) Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.

b) Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai.

3) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt., akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, teman, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.

d. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat-alat untuk menyampaikan dakwah. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima:

1) Lisan, merupakan media dakwah yang paling sederhana yang hanya menggunakan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

2) Tulisan, yang berbentuk buku majalah, surat kabar, dan yang lainnya.

3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.

4) Audio visual, merupakan alat dakwah yang mampu merangsang alat indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bisa berbentuk televisi, slide, oph, internet, dan sebagainya.

5) Akhlak, merupakan perbuatan baik yang dilakukan oleh da'i yang bisa diteladani oleh seorang mad'u.

e. Efek Dakwah

Efek dakwah juga bisa dikatakan *feed back* atau umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan dalam kegiatan dakwah. Menurut Jalalusin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu;

1) Efek kognitif, terjadi apabila terdapat perubahan pada apa yang diketahui, difahami, dan dipersepsi oleh khalayak.

2) Efek efektif, timbul apabila terdapat perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap serta nilai.

3) Efek behavioral, merujuk pada perilaku secara nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kkegiatan atau kebiasaan tindakan perilaku (Wahyu Ilaihi, 2010).

f. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara-cara yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan agar pesan dakwah sampai pada mad'u. Dalam Al-Qur'an telah terperinci metode dakwah yang terdapat QS. Al-Nahl ayat 125 yaitu Metode Bil Hikmah, Metode Muidhoh Hasanah, dan Metode Mujadalah (Departemen Agama RI, 2006).

Unsur-unsur dakwah diatas sangat penting keberadaannya untuk melaksanakan dakwah. Apabila salah satunya terlupa, maka dakwah yang dilaksanakan tidak akan maksimal.

3. Metode Dakwah

Seperti yang telah dituliskan diatas bahwa metode dakwah merupakan sebuah cara atau strategi seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya agar dapat sampai kepada mad'u. Dalam dakwah terdapat 3 metode yang sudah tertulis pada QS. Al- Nahl ayat 125 yang artinya;

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Departemen Agama RI, 2006).

Dari ayat tersebut menyebutkan terdapat beberapa metode dalam berdakwah, yakni :

a. Bil Hikmah

Metode dakwah bil hikmah ini merupakan metode dakwah yang berbentuk kata-kata maupun perbuatan da'i yang bernilai Islami. Metode bil hikmah ini digunakan sebagai metode dakwah untuk semua golongan, golongan yang cerdas maupun golongan awam dan kelompok antar keduanya. Maka dari itu, metode bil hikmah dapat diartikan sebagai hikmah dalam berbicara sesuai dengan keadaan mad'u. begitu juga dengan hikmah ketika berdakwah dengan akhlak dan metode memberi contoh. Berdakwah dengan memberikan contoh akhlak merupakan dakwah yang memperhatikan keadaan dan tingkat kecerdasan penerima dakwah

juga memperhatikan kadar materi yang disampaikan agar tidak membebani (Acep Aripudin, 2011).

Berdakwah dengan cara hikmah ini merupakan cara da'i untuk memilih atau memilah strategi seperti apa yang harus dilakukan dan menyelaraskannya dengan kondisi mad'u agar pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u tanpa merasa mendapat pemaksaan. Maka dari itu, metode dakwah bil hikmah menjadi penentu sukses atau tidaknya seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya, juga dalam menghadapi mad'u yang mempunyai latar belakang, sifat, dan budaya yang berbeda-beda.

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya da'i tidak hanya melakukan dakwah secara lisan saja, akan tetapi juga mengamalkan apa yang di ucapkannya. Hal itu yang memotivasi para mad'unya untuk menjadikan dirinya lebih baik.

b. Bil Mau'idzatil Hasanah

Metode bil mau'idzatil hasanah atau bisa dikatakan dengan metode nasihat, merupakan tutur kata yang berisi tentang ajaran Islam dengan tujuan agar dilakukan oleh orang yang diberi nasihat. Isi ajaran Islam tersebut sangat beragam, lebih umumnya mengenai nasihat agar umat Islam melaksanakan ajaran sesuai Al-Qur'an dan *Al-Hadith*, seperti contohnya melakukan sholat lima waktu, anjuran agar umat Islam bersatu,, tolong menolong antar sesama, dan anjuran untuk berbuat baik (Acep Aripudin, 2011).

Seorang da'i juga bisa dikatakan sebagai penasehat. Nasehat yang diberikan merupakan sebuah petunjuk ke arah kebaikan dengan menggunakan bahasa yang baik. Bahasa dalam menyampaikan nasehat ini juga penting karena akan mempengaruhi mad'u untuk bisa menerima apa yang telah disampaikan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat memberikan nasehat yakni, enak didengar, berkenan di hati, menyentuh perasaan, menghindari sikap kasar, dan tidak boleh mencaci/menyebut kesalahan mad'u sehingga mad'u bisa menerima dan atas kesadarannya bisa mengikuti apa yang disampaikan oleh da'i tanpa merasa di tekan atau dipaksa.

c. Mujadalah

Metode muadalah atau bisa diartikan sebagai tanya jawab, merupakan cara berdakwah yang relatif jarang digunakan para da'I (Acep Aripudin, 2011).

Dakwah dengan metode muadalah atau tanya jawab ini memang jarang digunakan, akan tetapi metode ini masih dilakukan di pesantren-pesantren yang biasa dilakukan oleh antar santri atau antar ustadz dan kyai yang disebut dengan *batsul masa'il*. Dalam metode ini perlu diterapkannya hak-hak seperti berikut:

- 1) Tidak merendahkan, mencaci atau menjelek-jelekkkan lawan dikarenakan tujuannya untuk berdiskusi untuk mencapai sebuah kebenaran.
- 2) Tujuan diskusi untuk mendapatkan kebenaran sesuai dengan ajaran Allah.
- 3) Tetap menghormati pihak lawan dikarenakan setiap manusia mempunyai harga diri.

C.1. Dakwah Media Sosial

Mewabahnya virus covid-19 memberikan dampak pada berbagai aspek kehidupan mulai dari sosial, pendidikan, ekonomi dan termasuk kegiatan keagamaan salah satunya kegiatan dakwah. Jika pada kondisi normal, dakwah dilakukan dengan tatap muka antara pendakwah dan mitra dakwah yang biasa berupa tausiyah, ceramah dan tarbiyah. Akan tetapi dengan adanya pandemic covid-19 yang tidak memperbolehkan kegiatan yang mengumpulkan banyak orang, menjadikan para da'i harus bisa mencari cara bagaimana agar dakwah tetap berjalan.

Munculnya berbagai bentuk dari *new media* menjadikan kegiatan sosial tetap berjalan di tengah pandemic. Jika melihat dari macam *new media* bahwa bentuk dari *new media* adalah televisi dan internet. Yang pertama adalah praktik dakwah dengan menggunakan media televisi. Televisi dapat digunakan sebagai media dakwah dalam mengembangkan atau menanamkan ajaran-ajaran keislaman melalui program-program televisi. Keunggulan dakwah menggunakan televisi ini melihat dari kebiasaan masyarakat yang menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Dan jika kegiatan dakwah dilakukan dengan memanfaatkan media televisi ini, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Program-program siaran dakwah baiknya dapat mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang,

sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan dan aktivitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi (Muzakkir, 2020).

Dan yang kedua adalah dakwah melalui internet. Selain televisi, internet juga menjadi sumber informasi serta hiburan. Tidak jauh berbeda dengan fungsi televisi, internet juga memberikan banyak kemudahan dalam kegiatan dakwah. Dengan jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun menjadikan pesan dakwah dapat tersampaikan dengan mudah kepada mad'u. Praktik dakwah menggunakan internet ini lebih tepatnya melalui media sosial. Kehadiran media sosial sebagai media baru menjadikan internet sebagai sarana yang paling tepat digunakan untuk menyebarluaskan pengaruh dan dampak dari media sosial tersebut. Disaat media konvensional tidak selalu membutuhkan internet, media sosial sangat bergantung pada layanan internet. Media sosial tidak akan dapat bekerja tanpa adanya internet, karena memang eksistensinya membutuhkan kerjasama yang seimbang antar keduanya (Jerry Indrawan, 2020).

Macam dari media sosial pun juga beragam. Banyak sekali platform-platform dari media sosial yang masing masing memiliki keunggulan. Contoh platform-platform media sosial yang kerap digunakan untuk berdakwah yakni Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter. Masing-masing platform memiliki fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah. Sebagai contoh, peneliti mengambil salah satu media sosial yang sering digunakan dalam kegiatan dakwah yakni Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan media sosial twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi terhadap penggunaannya (Bambang Dwi Atmoko, 2012).

Nama Instagram sendiri berasal dari fungsi yang diberikannya. Instagram diambil dari kata "insta" yang asalnya instan, dan "gram" dari kata telegram (Miliza Ghazali, 2016). Dari kata tersebut dapat dipahami bahwa Instagram merupakan media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu singkat. Menurut

data yang diberikan oleh Omnicore, digital marketing agency di Amerika Serikat per September 2018 pengguna media sosial Instagram aktif mencapai 1 miliar perbulan, 500 juta pengguna aktif perhari, 400 juta Instagram Story perhari, 25 juta pengguna Instagram bisnis, lebih dari 100 juta unggahan foto dan video perhari, 4,2 juta likes perhari. Dan total unggahan foto dan video perhari, 4,2 juta likes perhari. Dan total unggahan foto hingga bulan September 2018 mencapai 50 miliar dan angka tersebut terus bertambah hingga sekarang (Tim Stiletto Book, 2019).

Di Indonesia sendiri jumlah pengguna Instagram mencapai 61.610.000 orang pada November 2019 menurut NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di warsawa, Polandia. Hal tersebut menyatakan bahwa 22,6% atau hampir seperempat dari total penduduk Indonesia merupakan pengguna Instagram. 50,8% dari seluruh pengguna Instagram bergender perempuan dan 49,2% bergender laki-laki. Pengguna paling besar yakni kelompok berusia 18-24 tahun dengan total presentase 37,3% atau sekitar 23 juta pengguna. Dalam kelompok usia tersebut, pengguna bergender perempuan masih dominan dengan presentase 19,5% dibanding laki-laki dengan presentase 17,9%. Pengguna terbesar kedua yakni kelompok berusia 25-34 dengan presentase 33,9%. Kelompok usia ini lebih didominasi oleh gender laki-laki yakni 17,9%, sementara pengguna perempuan 16,1%. Dilihat dari segi jumlah, pengguna Instagram pria lebih unggul 1,1 juta. Dan pengguna paling rendah adalah 65 tahun keatas yang hanya sebesar 1,6% (Wahyunanda Kusuma Pratiwi, 2019).

Praktik dakwah di media sosial instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram, Instagram memberikan fitur-fitur yang memberikan inspirasi bagi penggunanya dan meningkatkan kreatifitas. Fitur-fitur Instagram tersebut dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi terlihat menarik. Dakwah dengan menggunakan Instagram ini menjadikan para akun dakwah mengemas dakwah agar menjadi lebih kreatif dan menarik sehingga dapat menarik mad'u untuk melihat konten yang berisi pesan dakwah tersebut.

Banyak sekali akun-akun dakwah yang bermunculan di media sosial Instagram. Sama dengan akun-akun dakwah lain, semua memiliki tujuan yang sama yakni menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada para pengungjung Instagram. Kebanyakan dari mereka pun memiliki alasan yang sama mengapa lebih memilih berdakwah dengan menggunakan media sosial, yakni dikarenakan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang menjadikan segala kegiatan beralih pada media baru yaitu media sosial. Selain itu juga dikarenakan kemunculan wabah covid-19 ini yang mengharuskan untuk tidak boleh diadakan kegiatan yang mengumpulkan masa, menjadikan dakwah dengan menggunakan media sosial adalah cara yang tepat agar kegiatan dakwah tetap berjalan di tengah pandemic.

C.2. Dakwah akun @ala_nu

Akun @ala_nu merupakan salah satu contoh akun di Instagram yang melakukan dakwah menggunakan media sosial Instagram. Pengikut dari akun @ala_nu ini sebanyak 546.000 pengikut, dan terdapat kurang lebih 10.400 postingan berupa foto ilustrasi dan video dakwah. Dakwah yang dibawakannya dengan mengunggah foto ilustrasi dan juga video pendek di Instagram dengan mengangkat tema-tema dakwah dari dawuh para kyai atau ulama dengan sentuhan kreatif yakni editing pada bagian foto ulama lengkap dengan sepenggal kalimat ucapan dari ulama tersebut. Guna dapat lebih memahaminya, juga ditambahkan dengan penjelasan yang dijadikan *caption* foto tersebut. Bahasa yang digunakan juga ringan dan mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Penggalan ayat Al-Qur'an ataupun hadits sebagai penguat penjelasan yang disampaikan. Pada segmentasinya, akun dakwah @ala_nu ini adalah para remaja hingga dewasa.

Dakwah akun @ala_nu didominasi oleh materi-materi keagamaan tentang fiqih dan juga tokoh-tokoh besar Islam. seperti contoh pada konten dakwah "Hukum melaksanakan shalat dengan APD lengkap" pada unggahan tersebut terdapat caption yang menjelaskan mengenai hukum melaksanakan shalat dengan menggunakan APD "Mengacu pada hasil bahtsul masail LBM PBNU pada akhir Maret 2020 terkait cara shalat tenaga kesehatan dengan APD lengkap yang sibuk

mengurus pasien covid-19 dan sulit untuk berwudhu maupun tayamum untuk menjalankan shalat pada waktunya. LBM PBNU dalam putusannya menyebutkan bahwa tenaga kesehatan dalam kondisi demikian mendapatkan rukhsah atau keringanan untuk menjamak shalatnya karena hajat selama tidak dilakukan secara rutin dan terus menerus. Opsi lain yang ditawarkan adalah pelaksanaan shalat pada waktunya oleh tenaga kesehatan dengan APD tanpa bersuci baik berwudhu maupun bertayamum. Mereka dapat shalat dengan cara sebisa dan semampu mereka li hurmatil waktu. Konsekuensi pelaksanaan shalat pada opsi ini adalah kewajiban mengulang atau mengqadha shalat tersebut di kemudian hari pada kondisi yang memungkinkannya untuk bersuci dan melakukan shalat sebagaimana umumnya; dan ketidakwajiban mengulang atau mengqadha. Adapun berikut ini adalah keterangan Imam An-Nawawi perihal kewajiban shalat ketika masuk waktu sesuai dengan keadaan tanpa kewajiban mengulangnya (mengqadha) sebagai dalil yang lebih kuat. Artinya, "Pendapat yang keempat ini merupakan pendapat yang dipilih Imam Al-Muzani dan merupakan pendapat yang paling kuat dalilnya." (An-Nawawi, Syahrul Shahih Muslim bin Al-Hajjaj, [Beirut, Darul Ihyatut Turatsil Arabi: 1392 H], juz III, halaman 103). Dengan demikian, tenaga kesehatan yang memakai APD dapat juga memilih pendapat yang menyatakan wajibnya shalat seketika itu sesuai keadaannya tanpa harus mengulang atau mengqadha shalatnya" (Instagram ala@nu, 2021).

Selain itu terdapat juga konten dakwah yang menunjukkan seorang tokoh besar Islam, seperti contoh pada unggahan yang menampilkan gambar Alm. Gus Dur dengan judul "Belajar Dari Kesederhanaan Gus Dur". Dalam unggahan tersebut menjelaskan mengenai kesederhanaan Alm. Gus Dur yang ditulis dalam caption "Pantas jika menyebut Gus Dur sebagai teladan kesederhanaan. Kesederhanaan Gus Dur asli bukan buatan, bukan pula untuk pencitraan. Tidak hanya saat masih muda, ketika menjadi presiden dan setelah lengser, Gus Dur tidak pernah kehilangan kesederhanaannya. Padahal, jangankan jadi presiden, orang awam seperti kita saja seringkali memiliki perilaku dan gaya hidup yang jauh dari sederhana. Gus Mus, sahabat dekat Gus Dur berpesan bahwa hidup sederhana itu

seharusnya mudah, karena tidak membutuhkan banyak biaya atau energi. Dengan hidup sederhana, orang bisa menjalani kehidupannya dengan ringan, santai, apa adanya, dan tidak ngoyo, apalagi banyak gaya. Tetapi rupanya, banyak manusia kurang suka hidup sederhana. Bisa jadi hidup sederhana terkesan kampungan, kurang bergengsi, dan nggak keren. Akibat menuruti gengsi dan agar terlihat keren itulah, akhirnya banyak gaya dan memaksa diri di luar batas kewajaran. Baik dalam makanan, pakaian, perhiasan, tempat tinggal, kendaraan. Kesimpulannya, hidup sederhana itu ternyata tidak sederhana. Kesederhanaan merupakan perwujudan sifat rendah hati/tawadlu, yang merupakan poin penting dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, kiai pesantren senantiasa memberikan teladan kesederhanaan kepada semua santrinya. Tak mengherankan jika kiai dan santri pesantren, seberapa pun tinggi kedudukannya di masyarakat, sepenting apa pun jabatannya di mata publik, mereka semua tetap sederhana. Teladan kesederhanaan hidup Gus Dur memang nyata. Ketika menemui seseorang yang dianggap penting, atau saat sowan kepada para kiai, bisa saja Gus Dur sebagai presiden membawa iring-iringan para pengawal, dengan bunyi sirine mobil vooridjer yang memekakkan telinga, disambut dengan upacara resmi layaknya pejabat negara. Tapi Gus Dur malah tidak menyukai protokoler seperti itu. Bahkan saat Gus Dur sowan ke ulama kharismatik Mbah Abdullah Salam Kajen, Gus Dur malah datang hanya ditemani beberapa orang, dan bahkan nyelonong lewat pintu belakang pesantren, menyibak di antara pakaian yang tergantung di kawat jemuran para santri". (Instagram ala@nu, 2021).

C.3. Pola Dakwah pada masa Pandemi

Pada tanggal 11 Maret 2020, organisasi kesehatan dunia WHO menyatakan bahwa wabah Covid-19 sebagai pandemic global. Status tersebut dinyatakan karena kasus positif di luar China meningkat tiga belas kali lipat di 114 negara dengan total kematian mencapai 4291 orang. Oleh sebab itu, WHO meminta agar negara-negara mengambil tindakan untuk mencegah dan mengatasi penyebaran virus Covid-19 tersebut (Anggia Valerisha, 2020).

Di Indonesia sendiri pada tanggal 2 Maret 2020 untuk pertama kalinya mengonfirmasi adanya kasus Covid-19. Hingga pertanggal 24 Januari 2021

tercatat terdapat 977.474 kasus yang telah menyebar di seluruh provinsi di Indonesia (<https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>, 2020). Kondisi pandemic yang terjadi membawa dampak yang cukup serius mulai dari tatanan kesehatan, ekonomi, dan sosial di Indonesia. Perubahan tatanan tersebut yang kemudian menjadi ancaman bagi seluruh masyarakat agar lebih dapat beradaptasi kepada tatanan baru. Melihat besarnya kasus yang terkonfirmasi Covid-19 tersebut, pemerintah memberikan berbagai kebijakan dengan tujuan untuk menjegah dan mengatasi penyebaran virus Covid-19. Mulai dari menerbitkan aturan dan protocol kesehatan, penetapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), WFH (Work From Home), dan berbagai macam kebijakan yang lain. Adanya kebijakan baru tersebut menjadikan seluruh sector, hingga kegiatan sosial juga harus mengambil strategi baru agar tetap berjalan di tengah pandemik.

Dakwah menjadi salah satu kegiatan sosial yang terkena dampak dari pandemic global tersebut. Dimana dakwah yang biasa dilakukan di majlis-majlis, ceramah, tausiyah dengan mendatangkan da'I dan mad'u dalam satu tempat, kini kegiatan tersebut terhambat. Maka dari itu, para da'I harus mampu mencari metode dan strategi baru agar dakwah dapat dilakukan. Yakni dengan memanfaatkan teknologi yang memang saat ini sedang berkembang pesat. Salah satu bentuk dari wajah baru dari dakwah yakni pemanfaatan media sosial sebagai media berdakwah.

Lalu bagaimana pola dakwah pada media sosial ? melihat dari jangkauan media sosial yang sangat luas, atau bisa dikatakan bahwa semua orang mulai dari anak-anak hingga dewasa dapat mengakses media sosial, dakwah yang disampaikan juga harus mampu menyeluruh ke setiap kalangan. Materi yang disampaikan tidak melulu berupa permasalahan yang terjadi ditengah kehidupan keluarga akan tetapi juga materi mengenai remaja, juga diselipi konten-konten humor agar terkesan santai tetapi tetap bermuatan materi dakwah. Dalam penyampaiannya pun, seorang da'i atau admin dari akun dakwah tersebut harus mendesain foto atau video yang bermuatan materi dakwah tersebut agar menarik mad'u atau pengguna media sosial tersebut.

Jadi bisa dikatakan bahwa dakwah dakwah menggunakan media sosial ini memberikan dampak positif dimana materi dakwah dapat dijangkau lebih luas tanpa harus dilakukan dengan mengumpulkan massa. Juga dakwah dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Akan tetapi hal tersebut yang menjadikan da'i tidak hanya bertugas untuk memberikan materi dakwah saja, akan tetapi juga harus mengemas konten dakwah tersebut agar menarik para mad'u dengan sentuhan editing di konten dakwah tersebut.

D. Penutup

Wabah Covid-19 yang melanda hampir seluruh negara di dunia tak terkecuali di Indonesia menjadikan wabah tersebut sebagai pandemic global. Wabah tersebut menjadikan tatanan sosial berubah. Sekarang segala kegiatan sosial dibatasi mulai dari kegiatan jual-beli, pendidikan, bahkan keagamaan. Salah satu kegiatan yang terdampak dari adanya Covid-19 ini adalah dakwah. Dimana dakwah yang dahulu dapat dilakukan dengan mempertemukan antara da'i dan mad'u dalam suatu tempat, akan tetapi sekarang harus dilakukan dengan cara lain melihat adanya kebijakan baru dari pemerintah mengenai wabah Covid-19 ini.

Adanya kebijakan baru tersebut, kegiatan dakwah harus memiliki strategi dan metode baru agar dakwah tetap dapat dilakukan. Salah satu strategi baru dalam dakwah yakni pemanfaatan media sosial. Ada banyak sekali sisi positif yang diberikan sosial media dalam kegiatan dakwah. Diantaranya dakwah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Jangkauan dakwah pun menjadi lebih luas. Akan tetapi ini menjadikan PR bagi para da'i agar pandai dalam memanfaatkan fitur-fitur di media sosial tersebut, memberikan konten-konten dakwah yang menarik dengan sentuhan editing agar dapat menarik para mad'u.

Referensi

- Aripudin, Acep. 2011. *PENGEMBANGAN METODE DAKWAH*, Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*, Jakarta: Media Kita

- Tim Stiletto Book, 2019. *How To Win Instagram: Trik Menjadi Instagram Influencer*. Jogjakarta: CV. Diandra Primamitra Media
- Departemen Agama RI, 2006. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro
- Watie, Erika Dwi Setya . 2011. *Komunikasi dan Media Sosial*, Semarang
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House
- <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19> (Diakses pada tanggal 26 Januari 2020 pukul 22.29 WIB)
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA
- Indrawan, Jerry., Efriza, Anwar Ilmar, *Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik*, Medium, Volume 8 Nomor 1
- Instagram @ala_nu
- Muhaimin. 2007. *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*, Jakarta: PRENA Media
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA
- Muzakkir. 2020. *Etika Jurnalis : Analisis Kritis Terhadap Pemberitaan Media*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP
- Ni'amah, Lutfi Ulfa. *Filsafat Dakwah Yang Terabaiakan*, Kontemplasi, Volume 04 Nomor 01, Agustus 2016
- Saputra, Wahidin. 2012. *PENGANTAR ILMU DAKWAH*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Valerisha, Anggia Valerisha dan Marshell Adi Putra, 2020. *Pandemi Global Covid-19 dan Problematika Negara-Banngsa: Transparasi Data Sebagai Vaksin Socio-digital ?*, Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional
- Wahyunanda Kusuma Pertiwi, *Sebaanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?*, diakses di <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/12/23/14020057/sebanyak->

[inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia](#) pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 08.48 WIB.