

**DAKWAH DI MEDIA SOSIAL ( STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA  
FANSPAGE FACEBOOK GUSMUS CHANNEL)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Konsentrasi Penerbitan Dakwah

Oleh :

Laili Nuzuli Annur

1701026168

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 Lampiran

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr, Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Laili Nuzuli Annur  
NIM : 1701026168  
Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/KPI  
Judul Skripsi : **Dakwah di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Pada Fanspage Facebook GusMus Channel)**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 20 Desember 2021

Pembimbing,

  
**H. M. Afandi, M.Ag.**

NIP: 197108301997031003

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

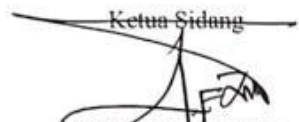
Dakwah di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Pada  
Fanspage Facebook GusMus Channel)

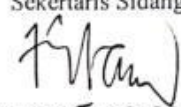
Oleh :


Laili Nuzuli Annur  
1701026168

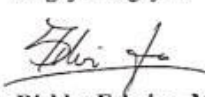
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 27 Desember 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan dewan penguji

  
Ketua Sidang  
H. M. Alfandi, M.Ag  
NIP. 197108301997031003

  
Sekertaris Sidang  
Nilnan N'mah, M.S.I  
NIP.198002022009012003


  
Penguji I  
Ahmad Faqih, S.Ag, M.S.I  
NIP. 19730308199731004

  
Penguji Penguji II  
Silvia Riskha Febriar, M.S.I  
NIP.19980229019032013

  
Mengetahui  
Pembimbing  
H. M. Alfandi, M.Ag  
NIP. 197108301997031003

Disahkan Oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semarang, 14 Januari 2022



  
H. M. Supena, M.Ag  
20410200112100

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah* *rabbi' alamin*, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan kuasanya, penulis diberi kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun juga masih terdapat kendala dalam penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Berkat beliaulah, kita masih bisa menikmati luasnya samudera pengetahuan dan kedamaian hingga kini.

Setelah melalui perjalanan yang tidak sebentar, akhirnya skripsi berjudul “Dakwah di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Pada Fanspage Facebook GusMus Channel)” memperoleh muaranya. Tentu dalam proses penyusunan dan pengerjaan skripsi ini terdapat kendala, baik dari segi pengembangan gagasan, pencarian bahan referensi, hingga penulis juga menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan. Sebab itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan semangat dari berbagai pihak. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang-orang yang membutuhkan. Oleh karena itu, peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufik, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. H.M. Alfandi, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Nilnan Ni'mah, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan.
4. Bapak dan Ibu, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan,

semangat dan do'a-do'a selama pengerjaan skripsi ini.

5. Seluruh civitas akademika di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah bersedia memberi arahan dan bimbingan selama berada di dunia perkuliahan.
6. Bapak Dr. Mohammad Nasih, AH, yang telah menjadi Bapak Ideologis saya, yang selalu memberikan arahan untuk terus berjuang menapaki jalan yang sunyi dan terjal dengan penuh syukur dan sabar.
7. Teman-teman Rausyn Fikr 2017, Yusuf, Rosyad, Muntaha, Irsad, Intan, Almas, Ifah, Srimul, Lida, Atikah, Endah yang telah bersedia berjuang bersama sampai detik ini.
8. Pengelola Media GusMus Channel yang telah bersedia menjadi informan dan telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di media GusMus Channel.
9. Seluruh teman-teman yang telah kebersamai, selama menjalani perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.
10. Keluarga Besar Pondok Perkaderan Monash Institute Semarang, yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman, selama menjadi santri sekaligus mahasiswa di UIN Walisongo Semarang.
11. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam, yang juga menjadi wadah dalam berproses selama menjadi mahasiswa.

Selanjutnya, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terkhusus pengguna media sosial. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik, saran dan masukan demi kebaikan penelitian.

Semarang, 20 Desember 2021

Laili Nuzuli Annur

1701026168

**PERSEMBAHAN**

*Teruntuk,  
Rabb-ku  
Muhammad-ku  
Surgaku di Rumah  
Rumah Belajarku  
Pedoman Hidupku  
Alquran dan Hadist  
Cahayaku  
dan Alam Semesta.*

## **MOTTO**

*“Penanti hujan paling cerdas adalah yang menanam biji-bijian. Penunggu takdir terindah adalah yang sibuk menebar benih-benih kebajikan”*

(Salim A. Fillah)

## ABSTRAK

Penelitian ini akan mengurai bagaimana dakwah di media sosial, terkhusus dalam fanspage facebook. Latar belakang penelitian ini adalah sebab maju dan berkembang pesatnya teknologi membuat perubahan yang cukup signifikan. Perubahan terhadap kebiasaan suatu budaya seperti dakwah kepada masyarakat kini bisa dilakukan secara virtual. Dakwah di facebook disebut sebagai dakwah virtual yang merupakan pergeseran dari dakwah yang dilakukan di dunia offline. Fanspage facebook GusMus Channel merupakan salah satu akun komunitas virtual yang digunakan untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial. Interaksi sosial dalam fanpage ini dilakukan oleh para pengikut fanspage facebook GusMus Channel yang merupakan anggota komunitas virtual. Mereka berinteraksi pada ruang lingkup yang sama, yaitu fanspage facebook GusMus Channel melalui konten yang dipublikasikan. Sehingga akan muncul budaya-budaya dalam ranah virtual. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang dakwah di media sosial yang dilakukan oleh fanspage facebook GusMus Channel.

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif deksriptif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana budaya dakwah melalui level-level analisis media siber pada fanspage facebook GusMus Channel dalam melakukan kegiatan berdakwah. Mulai dari mengungkap ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media pada fanspage tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level ruang media, fanspage facebook GusMus Channel merupakan akun komunitas yang digunakan sebagai media dakwah. Pada level dokumen media, konten dakwah yang disajikan berbentuk gambar atau foto dan video. Dalam objek media, interaksi dan aktivitas yang dilakukan oleh para pengikut adalah dengan memberikan like, komentar dan bahkan membagikan postingan. Pada level pengalaman media, para pengikut memiliki alasan mengapa mengikuti fanspage facebook GusMus Channel yaitu karena dakwah dan nasehat yang disampaikan oleh GusMus sangat lekat dan dekat dengan masyarakat karena mengangkat isu-isu sosial yang massal terjadi. Selain itu dakwah yang disampaikan juga mengandung nilai-nilai perdamaian dan sebagai manusia tidak boleh saling membenci serta harus bisa saling memaafkan sehingga hal tersebut memunculkan budaya baru di dunia maya. Dengan mengikuti fanspage facebook GusMus Channel, pengikut bisa mendapatkan alarm-alarm positif dalam menjalani kehidupan bermasyarakat.

**Kata kunci: Dakwah, Media Sosial, Etnografi Virtual, Gus Mus.**



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Metode Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II DAKWAH DI MEDIA SOSIAL</b> .....	<b>19</b>
A. Dakwah .....	19
B. Media Sosial dan Facebook .....	23
C. Etnografi Virtual .....	32
<b>BAB III BIOGRAFI INTELEKTUAL DAN DAKWAH VIRTUAL KH. A. MUSTOFA BISRI</b> .....	<b>38</b>
A. Biografi K.H A. Mustofa Bisri (Gus Mus) .....	38
B. Gambaran Umum Fanspage Facebook GusMus Channel .....	45
C. Bentuk-Bentuk Dakwah Virtual dalam Fanspage Facebook GusMus Channel.....	47
<b>BAB IV ANALISIS MEDIA SIBER DAKWAH DI MEDIA SOSIAL</b> .....	<b>54</b>

A. Level Ruang Media.....	54
B. Level Dokumen Media.....	60
C. Level Objek Media .....	66
D. Level Pengalaman.....	71
<b>Bab V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
C. Penutup .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

<b>Label 1. 1</b> Analisis Media Siber .....	15
<b>Label 1. 3</b> Daftar Postingan Dakwah Fanspage Facebook GusMus Channel .....	48

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Level dalam Analisis Media Siber (Nasrullah, 2018: 44) .....	15
<b>Gambar 4. 1</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	55
<b>Gambar 4. 2</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	55
<b>Gambar 4. 3</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	56
<b>Gambar 4. 4</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	56
<b>Gambar 4. 5</b> Profil Fanspage Facebook GusMus Channel.....	57
<b>Gambar 4. 6</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	58
<b>Gambar 4. 7</b> Prosedur Membuat Fanspage Facebook .....	58
<b>Gambar 4. 8</b> Postingan Fanspage Facebook GusMus Channel .....	61
<b>Gambar 4. 9</b> Postingan Fanspage Facebook GusMus Channel .....	62
<b>Gambar 4. 10</b> Postingan Fanspage Facebook Gus Mus Channel .....	63
<b>Gambar 4. 11</b> Postingan Fanspage Facebook Gus Mus Channel .....	64
<b>Gambar 4. 12</b> Postingan Fanspage Facebook GusMus Channel .....	64
<b>Gambar 4. 13</b> Postingan “Like” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel .....	67
<b>Gambar 4. 14</b> Postingan “Komentor” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel .....	68
<b>Gambar 4. 15</b> Postingan “Share” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel .....	68
<b>Gambar 4. 16</b> Predikat Penggemar Berat Fanspage Facebook GusMus Channel .....	70

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Maju dan berkembang pesatnya teknologi membuat manusia harus turut serta mengikuti perkembangan zaman. Salah satunya adalah munculnya internet sebagai salah satu media untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi juga memberikan kemudahan setiap orang untuk mengakses berbagai informasi. Tidak hanya itu, setiap orang bahkan bisa dengan mudah mengirim, mencari, dan menerima informasi, baik berupa tulisan, gambar maupun video. Efek ini tidak hanya dalam hal kemudahan mencari informasi, tetapi juga dalam hal kegiatan berdakwah, belajar mengajar, penawaran berbagai produk jual beli dan lain sebagainya.

Berdasarkan laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten HootSuite dan agensi pemasaran media social We Are Social, aktivitas berinternet yang paling digemari oleh pengguna internet Indonesia adalah bermedia sosial. Saat ini terdapat 170 juta jiwa penduduk yang merupakan pengguna aktif media sosial dari total 274,9 jiwa. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia sama dengan 61,8 persen dari total populasi pada januari 2021. Angka ini meningkat 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun lalu. Rata-rata mereka menghabiskan waktu 3 jam 14 menit sehari di platform jejaring sosial (Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta, dalam <https://tekno.kompas.com>, diakses pada tanggal 30 Agustus 2021).

Di era globalisasi, akses masyarakat terhadap segala macam informasi sangat bergantung pada perkembangan teknologi dan komunikasi. Teknologi komunikasi memungkinkan orang untuk secara langsung dan cepat menemukan segala macam informasi yang terjadi di berbagai tempat. Selain itu, dapat digunakan sebagai sarana untuk mempelajari informasi yang diberikan oleh media tersebut dan menambah wawasan. Oleh karena itu, era masyarakat ini dikenal dengan masyarakat informasi.

Dalam buku Burhan Bungin *The Sociology of Communication*, masyarakat informasi adalah masyarakat yang menjadikan informasi sebagai komoditas ekonomi

yang sangat berharga, dan terhubung dengan komunitas lain dalam sistem komunikasi global, dan mengakses informasi *superhighway* (Bungin, 2007: 149).

Menurut Mcquail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, salah satu bentuk perkembangan teknologi ialah munculnya media baru (*new media*). Media baru merupakan perangkat teknologi yang hampir sama dengan media lama, namun saling berhubungan, memiliki interaktivitas (antara pengirim dan penerima), kegunaan yang beragam, serta sifatnya yang berada di mana-mana (Mcquail, 2011: 43).

Munculnya media baru sangat berpengaruh pada pola komunikasi dan interaksi masyarakat. Jika biasanya terbatas oleh ruang dan waktu dalam berkomunikasi, maka media baru ini justru memberi kebebasan dengan tidak ada pembatasan ruang dan waktu. Di manapun, kapanpun, selama terhubung dengan jaringan internet, maka masyarakat bebas berkomunikasi, menerima informasi dan menyebarkannya. Sehingga kecepatan dalam penyebaran informasi tidak perlu diragukan lagi, bahkan lebih cepat dibandingkan dengan media lama yang cenderung konvensional.

Media sosial merupakan salah satu bentuk media baru. Hampir sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki media sosial, mulai dari twitter, facebook, youtube, instagram dan masih banyak lagi. Hal itu tentu digunakan masyarakat khusus untuk berinteraksi layaknya dunia nyata. Media sosial menjadi wahana berinteraksi masyarakat. Williamsom dalam Widjajanto mengatakan bahwa media sosial adalah media yang dirancang untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan menggunakan metode penerbitan skala besar yang mudah digunakan. (Widjajanto dkk, 2013: 143)

Oleh karena itu di medsos masyarakat dapat mengirim dan memperoleh pesan baik itu bersifat pribadi maupun publik dalam bentuk gambar, video, link, atau tulisan. Bahkan di beberapa medsos bisa membuat sebuah group untuk komunitas-komunitas. Sehingga, hal ini juga memudahkan antar anggota untuk menjalin komunikasi maupun berinteraksi dengan menggunakan media sosial.

Salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia adalah facebook. Saat ini Facebook masih menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Bahkan, media sosial ciptaan Mark Zuckerberg memiliki jumlah pengguna media sosial terbesar kedua di Asia, setelah India. Menurut Internetworldstats hingga akhir Maret 2021, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 175,3 juta. Angka ini setara dengan 63,4% dari total populasi negara sebesar 27636 juta orang (diperkirakan pada tahun 2021), atau 82% dari pengguna internet negara tersebut.. (Indonesia Pengguna Facebook Terbesar Kedua di Asia Setelah India, dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/13/indonesia-pengguna-facebook-terbesar-kedua-dia-asia-setelah-india#:~:text=Berdasarkan%20data%20Internetworldstats%2C%20pengguna%20Facebook,yang%20mencapai%20403%20juta%20pengguna>. diakses pada tanggal 24 November 2021)

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang dibutuhkan manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi, terutama untuk teman yang berbeda wilayah. Dengan situs jaringan tersebut, seseorang dapat berdiskusi dan bersosialisasi dengan siapapun yang diinginkan.

Apabila media sosial dimanfaatkan dengan baik, maka akan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Salah satunya adalah bisa digunakan sebagai media untuk berdakwah. Dakwah tak hanya seputar berbicara atau berceramah di atas mimbar saja, tapi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan menggunakan media sosial, berdakwah menjadi lebih mudah, efektif dan efisien.

Hal ini menunjukkan, bahwa saat ini media dakwah telah mengalami pergeseran. Jika dakwah biasanya dilakukan secara langsung dalam suatu tempat, maka melalui facebook dakwah bisa dilakukan secara online. Semua orang bisa melakukan akses di facebook secara leluasa. Dalam proses penyebaran pesan dakwah, pendakwah berlomba lomba membuat konten dakwah di media sosial sebagai salah satu alternatif untuk berdakwah. Namun sayangnya, penyampaian pesan dakwah di media sosial justru disampaikan oleh sembarang orang.

Banyak akun media sosial dakwah yang dibuat semata-mata untuk mencari keuntungan, seperti mendapatkan endorse. Tidak hanya itu, bahkan ada akun yang memposting hasutan dan ujaran kebencian dengan mengatasnamakan islam. artinya, perubahan media dakwah selain berdampak positif juga bisa berdampak negatif, sehingga masyarakat harus bisa menyaring mana yang baik dan mana yang buruk.

Dalam islam, dakwah merupakan salah satu perintah Allah SWT yang artinya yaitu mengajak seseorang menuju pada kebaikan. Selain itu dakwah juga memiliki makna mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan keyakinan ataupun syariat islam yang terlebih dahulu diyakini oleh pendakwah. Salah satu perintah Allah tentang berdakwah terdapat dalam Q.S. Ali Imran ayat 104 :

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

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, dan mereka adalah orang-orang yang beruntung” (Kementrian Agama, 2012: 64).

Dakwah adalah kegiatan mengajak, menyeru, atau membimbing umat manusia untuk berbuat kebaikan dan menaati perintah Allah dan menjauhi segala larangann-Nya. Dakwah adalah kegiatannya, sedangkan orang yang melakukan dakwah/orang yang berdakwah disebut sebagai da’i, dan orang yang menerima dakwah disebut mad’u. Saat ini dakwah juga tidak hanya disampaikan secara perorangan saja, tapi juga disampaikan melalui komunitas baik di dunia online maupun di dunia nyata (Saputra, 2011: 2)

Salah satu akun komunitas dakwah di facebook yang saat ini digandrungi adalah fanspage facebook GusMus Channel dengan jumlah suka sebanyak 40.131 like dan 62.569 pengikut. Akun ini didirikan oleh KH. Ahmad Mustafa Bisri bersama beberapa timnya. Jumat Call adalah salah satu tagline yang paling populer dalam akun ini, sebab konten dan isi dakwah yang disajikan setiap hari jum’at dan dalam islam hari tersebut adalah hari yang sangat dimuliakan oleh Allah SWT. Admin Fanspage tersebut juga konsisten mengunggah postingan dakwah setiap seminggu sekali, tepatnya di setiap hari jum’at khusus untuk konten yang bertagar Jum’at Call.



Dakwah yang disampaikan juga sangat ringan dan mudah diterima oleh semua kalangan, termasuk orang-orang awam yang baru mengenal islam. Dakwah yang disampaikan biasanya berupa perkataan Nabi dan para sahabat.

Dalam konteks budaya, fanspage facebook GusMus Channel merupakan media sosial yang memberikan wadah munculnya interaksi sosial antar individu secara virtual terhadap konten dakwah yang diposting. Interaksi tersebut dimulai dari postingan akun facebook GusMus Channel yang berupa teks, visual, audio visual dan lain sebagainya.

Media sosial merupakan media yang bersifat publik. Segala informasi bisa menyebar secara luas dan cepat. Realitas sosial fanspage facebook tersebut tentu tidak terlepas dari partisipasi followers. Meskipun tidak terlihat secara nyata, tapi aktivitas mereka tetap bisa dilihat secara virtual dengan tanpa tatap muka secara langsung. Shiefti Dyah Alyusi mengatakan, fenomena interaksi sosial online merupakan salah satu ciri masyarakat informasi saat ini. Sebelumnya, kita hanya mengetahui interaksi sosial yang sebenarnya (face to face), tetapi sekarang kita dapat berinteraksi dengan orang lain melalui Internet. (Alyusi, 2016: 24).

Pengikut dalam Fanspage facebook GusMus Channel pada dasarnya mereka adalah individu yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap konten dakwah yang disajikan. Selain itu fanspage tersebut juga menjadi tempat bertukar informasi seputar islam *rahmatan lil alamin*. Inilah yang mengubah akun menjadi forum komunitas virtual dengan admin sebagai *leader* dan *follower* sebagai anggota komunitas.

Komunitas virtual adalah bentuk baru hubungan sosial antar individu di Internet yang menawarkan sejumlah pendekatan tak terbatas dan terkadang tak terduga di bidang penelitian. Misalnya, konten buatan pengguna di media sosial seperti YouTube menyediakan berbagai topik menarik yang dapat dieksplorasi di Internet. (Nasrullah, 2018: 70).

Kehadiran internet inilah yang sebenarnya menunjukkan bagaimana entitas menjadi terikat antara dunia offline dan online. Tidak hanya terhubung secara paralel tetapi juga bisa melebur menjadi satu (Narullah, 2018: 1). Seperti yang telah

dijelaskan saat ini teknologi tidak hanya menjadi gaya hidup bagi setiap orang tetapi telah menjadi kebutuhan esensial banyak orang. Karena kehadiran teknologi dapat mempermudah kehidupan manusia, seperti pekerjaan, bisnis, akses informasi dan pencarian ilmu.

Begitupun dengan dakwah, seharusnya maju dan berkembangnya teknologi dapat dijadikan sebagai cara baru untuk mempermudah kegiatan dakwah, sehingga penyebaran konten dakwah bisa dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Namun, peneliti melihat bahwa beberapa dakwah yang dilakukan di media sosial kurang atau bahkan belum maksimal. Beberapa akun yang mengatasnamakan dakwah di media sosial justru menyalahgunakannya untuk sesuatu yang kurang bermanfaat, untuk menyebar hoax, ujaran kebencian dan untuk keuntungan pribadi semata.

Berbeda dengan fanspage facebook GusMus Channel, ini merupakan akun resmi yang digunakan Gus Mus dan timnya untuk menyebarkan konten islam ramah. Dakwah yang disampaikan dalam fanspage tersebut justru lebih memberikan pesan-pesan positif, baik secara substansi pesan dan pemilihan diksi. Hal ini tentu akan memberikan pengaruh pada budaya apa yang akan terbentuk dalam media sosial tersebut.

Kehadiran internet saat ini menunjukkan bagaimana entitas menjadi terikat antara dunia offline dan online. Berdasarkan fenomena di atas, segala macam ekspresi perasaan hingga aktivitas bisa dituangkan ke dalam dunia maya. Itulah realitas yang saat ini sedang terjadi dan sering kita jumpai di dunia maya, bahkan realitas tersebut bisa menjadi sebuah budaya bagi masyarakat yang berada dalam dunia virtual. Realitas itu pada akhirnya kita sebut sebagai realitas sosial siber dalam etnografi virtual.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mencoba menggali lebih dalam bagaimana budaya dakwah di media sosial yang dilakukan oleh fanspage facebook GusMus Channel melalui studi etnografi virtual. Dimana akun ini dikelola oleh tim media KH. Ahmad Mustofa Bisri. Akun ini sering membagikan konten-konten dakwah berupa quotes-quotes pembawa pesan kebaikan dan perdamaian serta hikmah

dalam setiap postingan dakwah. Selain itu, keberadaan Facebook menjadi contoh sebagai ruang bagi entitas untuk mengunduh segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Dalam kasus khusus ini, fanpage, sebagai bagian dari platform Facebook, menunjukkan adanya komunitas virtual..

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana budaya dakwah di media sosial yang terdapat dalam fanspage facebook GusMus Channel?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun dalam penelitian mempunyai tujuan dan manfaat sebagai berikut :

### a). Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap budaya dakwah melalui level-level analisis media siber pada fanspage facebook GusMus channel dalam melakukan kegiatan dakwah. Mulai dari mengungkap ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media pada fanspage tersebut.

### b). Manfaat Penelitian

#### 1). Manfaat Toeritis

Secara Teoritis penelitian ini berupaya mengungkap fenomena kajian budaya dan media yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta sumbangsih dalam kajian ilmiah dan dapat dijadikan sebagai sumber literatur tentang dakwah di media sosial, sehingga pengguna sosial media dapat lebih bijak bermedia sosial.

#### 2). Manfaat Praktis

- (a). Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan dakwah di media sosial.
- (b). Meningkatkan wawasan tentang dakwah islam di media sosial.
- (c). Menjadi rambu-rambu untuk masyarakat agar bisa berdakwah dengan bijak di media sosial.
- (d). Sebagai salah satu sumber pengetahuan yang mampu menggambarkan bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai kegiatan untuk berdakwah

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka adalah penjelasan yang berisi tentang ungkapan-ungkapan penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang. Untuk menghindari kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis melakukan review terhadap penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari unsur plagiasi dalam penulisan skripsi yang berjudul Dakwah di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Fanspage Facebook GusMus Channel) diantaranya sebagai berikut :

a). Imas Mutiawati (2018), Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo bertajuk "Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomena Dakwah di Instagram)". Dalam penelitian ini, penulis ingin memperdalam dan memahami bagaimana kegunaan dan bentuk dakwah Islam dapat dicapai melalui media Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Berdasarkan analisis fenomenologi, penulis mendapati beberapa hal. Pertama, instagram dapat digunakan sebagai media dakwah. Kedua, terkait bentuk metode dakwah bil lisan, bil hal dan bil qalam di instagram. Dakwah bil lisan melalui instagram dapat dilakukan dengan cara melakukan siaran langsung (live streaming) berupa ceramah atau pengajian. Tampilan dakwah bil hal di Instagram dapat dicapai dengan mengunggah kegiatan amal di fitur foto dan cerita Instagram. Selain itu, bentuk metode dakwah bi-oral melalui Instagram juga dapat dicapai dengan menulis konten dakwah melalui fitur Instagram story dan caption.

Persamaan dari kedua kajian ini adalah media yang dikaji yaitu dakwah yang dilakukan di media sosial. Perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan, Imas Mutiawati menggunakan metode fenomenologis, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian etnografi virtual.

b). Alvin Afif (2021), mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Ampel yang berjudul "Ruang Publik dan Dakwah di Media Sosial". Jurnal tersebut bertujuan untuk memahami konsep ruang publik jika digunakan untuk melihat dakwah islam melalui

sosial media khususnya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ruang public media sosial menjadi inspirasi untuk mengembangkan model dakwah di tengah peluang dan tantangan yang dihadapi pada perkembangan media sosial, yaitu membuat model dakwah yang lebih setara antara mad'u dan da'i.

Persamaan penelitian terletak pada dakwah yang dilakukan di media sosial dengan tujuan memahami ruang publik. Sedangkan perbedaannya terdapat pada pendekatan penelitian, penulis menggunakan pendekatan studi etnografi virtual dengan menggunakan analisis media siber.

c). Bella Nayantana (2018), mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo yang berjudul “Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)” Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial instagram @fuadbakh sebagai media dakwah yang ditinjau dari teori jarum hipodermik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data secara turun lapangan dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram akun @fuadbakh terbukti cukup berperan sebagai media dakwah.

Persamaan penelitian ini terletak pada dakwah yang dilakukan di media sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Bella menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif.

d). Aan Mohammad Burhanudin dkk (2019), Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang berjudul “Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)” Dalam penelitian tersebut, penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah kesetaraan gender melalui media sosial instagram @cherbonfeminist, mengetahui apa saja konten yang disajikan dan bagaimana respon followers terhadap akun instagram tersebut.. penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan

pendekatan studi kasus.

Persamaan penelitian ini terletak pada jenis media yang diteliti dan metodologi yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada studi yang dilakukan, Aan Mohammad dkk dalam penelitiannya meneliti tentang studi pemanfaatan media instagram, sedangkan penulisan menggunakan studi etnografi virtual dengan menggunakan analisis media siber.

e). Ryan Alamsyah (2018), mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.islam”. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui tingkat level-level analisis media siber dan bagaimana artefak budaya meme islami di instagram memecomic.islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data berupa deskripsi tingkat analitis media jaringan memecomic.islam dari ruang media, data media, objek media, dan pengalaman media. Subjek penelitiannya berupa level-level analisis media siber, sedangkan objek penelitiannya adalah meme islami yang diposting. Serta analisis data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data-data yang diperoleh melalui wawancara dan data-data dokumentasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terdapat pada fokus penelitian berupa level-level analisis media siber etnografi virtual. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang menggunakan meme islami sebagai media untuk berdakwah, sedangkan penulis menggunakan postingan-postingan quotes dakwah dalam fanspage facebook GusMus channel.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif deskriptif dengan menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data berupa pendeskripsian mengenai level-level analisis media siber fanspage

facebook GusMus Channel mulai dari ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media. Penerapan penelitian deskriptif kualitatif menggunakan metode pengumpulan data dan analisis non-kuantitatif. Misalnya, gunakan wawancara mendalam (In dept interview) dan observasi atau pengamatan (Birowo, 2004: 2).

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian non-hipotesis sehingga langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis (Nazir, 2005: 24).

Adapun pendekatan yang digunakan adalah etnografi virtual. Etnografi virtual merupakan metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan atau kultur pengguna di ruang siber (Nasrullah, 2014: 48). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dengan sesungguhnya objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari fakta-fakta yang terjadi di lapangan.

## **2. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual ialah upaya peneliti untuk memperjelas ruang lingkup penelitian dengan menggambarkan beberapa batasan penelitian, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penelitian yang berjudul “Dakwah di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Fanspage Facebook GusMus Channel).” Berikut penjelasan mengenai variabel-variabelnya:

### **a). Media Sosial dan Facebook**

Media sosial adalah sarana komunikasi di internet yang memberi ruang bagi penggunanya untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, dan melakukan aktivitas apapun, sehingga bisa terbentuk ikatan sosial secara

virtual. Salah satu fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi di internet adalah media sosial. Selain sebagai media baru untuk melakukan interaksi dan sosialisasi, media sosial juga memiliki pengaruh yang luar biasa dalam berbagai aspek, seperti jurnalisme, hubungan masyarakat dan pemasaran.

Facebook adalah salah satu situs jejaring sosial yang dibuat untuk menyediakan sarana teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi di dunia maya (Kurniali, 2009 : 1). Pengertian yang lain, facebook adalah situs komunitas dimana seseorang bisa bertemu dan bersosialisasi di dunia maya.

Dalam penelitian ini, facebook yang dimaksud adalah sebuah aplikasi untuk wadah interaksi dengan cara mengupload foto atau video dan membagikannya kepada pengguna facebook, terkhusus konten-konten berupa dakwah.

#### **b). Etnografi Virtual**

Secara bahasa etnografi berasal dari bahasa Yunani, yakni *ethnos* yang berarti warga atau masyarakat dan *graphein* yang berarti tulisan atau artefak. Sedangkan menurut Jorgen Skageby, etnografi virtual merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami apa yang terjadi pada komunitas virtual (Nasrullah, 2018: 9). Observasi dan wawancara secara online, merupakan teknik yang digunakan dalam metode ini untuk menjelaskan tentang kebiasaan komunitas virtual yang lebih spesifik dan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi. Lebih jelasnya, metode etnografi virtual dilakukan untuk melihat fenomena sosial atau kultur (budaya) pengguna di ruang siber.

Dalam penelitian ini, etnografi virtual memiliki maksud dan tujuan untuk memahami budaya yang terbentuk dari interaksi dan aktivitas dakwah dalam fanspage facebook GusMus Channel dalam postingan



periode Mei-Oktober 2021.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

Pada penelitian kualitatif, sumber data utama diperoleh dari kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai. Selengkapnya bisa berupa data tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya. dalam penelitian ini terdapat dua sumber data (Nazir, 2005: 112) yaitu :

#### **a). Data Primer**

Data primer adalah data yang dibuat dengan tujuan tertentu untuk memecahkan masalah yang sedang peneliti kerjakan. Data dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Data ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan responden atau informan yang akan diolah untuk mendapatkan jawaban (Suryabrata, 2014: 39). Adapun sumber data dari penelitian ini adalah jenis data dari konten-konten dakwah yang disajikan dalam fanspage facebook GusMus channel.

#### **b). Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah yang muncul. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur dari buku, artikel, majalah, dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. (Sugiyono, 2009: 137)

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam teknik pengumpulan data di lapangan, peneliti menggunakan beberapa metode, sebagai berikut ;

#### **a). Observasi**

Observasi adalah kegiatan merekam fenomena yang terjadi secara sistematis. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif maupun non

partisipatif. Observasi partisipatif adalah observasi dimana peneliti terlibat dalam kegiatan pihak-pihak yang terlibat, dan dalam hal ini tentunya peneliti tidak menutupi statusnya sebagai peneliti. Pada observasi ini peneliti mengamati konten-konten dakwah yang ada dalam fanspage facebook GusMus Channel, serta interaksi-interaksi yang ada di dalamnya.

**b). Wawancara**

Wawancara adalah metode pengumpulan data secara sistematis melalui tanya jawab berdasarkan tujuan survei. Metode ini dikembangkan dengan tujuan untuk menggali data berupa informasi tentang topik-topik yang berkaitan dengan penelitian. Pada bagian ini peneliti mewawancarai admin fanspage Facebook GusMus Channel dan beberapa followers akun tersebut.

**c). Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan proses mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel-variabel berupa foto, video, catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa pengambilan gambar ketika melakukan observasi dan rekam jejak tokoh. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan konten-konten yang berkaitan dengan dakwah di media sosial fanspage facebook GusMus channel selama kurun waktu 6 bulan terakhir (Mei-Oktober 2021)

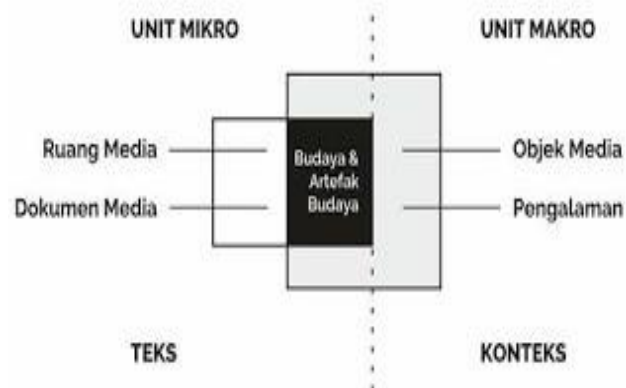
## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah studi sistematis dan sintesa data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumen dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, menggambarkannya dalam unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan rang lain (Sugiyono, 2009: 244).

Dalam menganalisis data yang terkumpul penulis menggunakan teknik Analisis Media Siber (AMS). Metode AMS merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses menganalisis etnografi virtual (Narullah, 2018: 44). Metode ini memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada di internet.

Metode AMS juga mengolaborasikan offline dan online ke dalam lokasi penelitian. Sehingga, dalam prinsipnya dalam menganalisis budaya di internet, AMS memerlukan dua unit analisis, yakni analisis level mikro dan makro dengan cara mengolaborasikan antara teks dan konteks. Pada level mikro, peneliti menggambarkan bagaimana perangkat internet, tautan yang ada, sampai hal-hal yang bisa dilihat dipermukaan. Sedangkan pada level makro peneliti melihat konteks yang ada dan menyebabkan teks itu muncul.

Sebagaimana dijelaskan dalam gambar berikut ini :



**Gambar1. 1** Level dalam Analisis Media Siber (Nasrullah, 2018: 44)

Secara garis besar, level-level AMS tercantum dalam table sebagai berikut

**Label 1. 1** Analisis Media Siber (Nasrullah, 2018: 44)

Level	Objek
Ruang Media (Media Space)	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis.
Dokumen Media (Media Archive)	Isi, aspek pemaknaan grafis/teks sebagai artefak budaya
Objek Media (Media Object)	Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas
Pengalaman (Experiential Stories)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara offline maupun online termasuk mitos

a). Level Ruang Media (Media Space)

Pada tingkat ini, peneliti bertindak sebagai pengamat sekaligus partisipan. (Nasrullah, 2018: 45). Di ruang media, level ini mengungkapkan bagaimana struktur media yang ada di Internet. Medium adalah lokasi atau tempat pertukaran antara budaya dan komunitas. Fokus data yang dikumpulkan tidak hanya melihat pada tampilan yang ada di media siber, tetapi juga melihat dari prosedur media tersebut.

b). Level Dokumen Media (Media Archive)

Tingkat ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konten media dibuat dan didistribusikan melalui Internet. Pada dasarnya, tingkat ini mengungkapkan faktor apa (what) yang merupakan artefak budaya dalam studi etnografi virtual. Dalam hal ini meliputi, isi sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya. Peneliti juga bisa melakukan eksplorasi artefak-artefa budaya dan bagaimana entitas itu memproduksi sebagai bagian dari interaksi dalam komunitas virtual (Nasrullah, 2018: 51).

c). Level Objek Media (Media Object)

Objek media adalah unit khusus karena memungkinkan pengguna

untuk melihat bagaimana pengguna berperilaku dan berinteraksi, baik di tingkat mikro maupun makro. Pada level ini peneliti memfokuskan pada riset lapangan, melakukan observasi dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subjek penelitian (Nasrullah, 2018: 54).

d). Level Pengalaman (Experiential Stories)

Level ini menggambarkan bagaimana aktifitas masyarakat (anggota komunitas) virtual), secara offline (Nasrullah, 2018: 55) Artinya, apa yang terjadi di dunia nyata, mempunyai relasi dengan apa yang terjadi di dunia virtual. Etnografer akan mengungkap realitas dibalik teks tersebut diproduksi, mulai dari motif atau alasan mengapa teks dibuat, lalu disebarluaskan di dunia maya.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sesuai pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikais UIN Walisongo, sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi beberapa bagian utama. Pertama, bagian awal, judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, kata pengantar, dan daftar isi. Bagian isi yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II: Kerangka Teori Dakwah di Media Sosial**

Kerangka teori menjelaskan gambaran teoritis yang menggambarkan variabel-variabel penelitian. Penelitian ini, akan mendeskripsikan dakwah di media sosial, yang mencakup penjabaran definisi hingga lingkup dakwah itu sendiri di media sosial.

### **Bab III: Biografi Intelektual dan Dakwah Virtual K.H A. Mustofa**

**Bisri**

Memuat gambaran umum objek penelitian menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan menyajikan gambaran umum fanspage facebook GusMus channel, mulai dari sejarah, hingga budaya dakwah yang terdapat dalam fanspage facebook tersebut.

**Bab IV: Analisis Media Siber Fanspage Facebook GusMus Channel**

Di dalam bab ini akan memaparkan mengenai analisa terhadap semua temuan data yang dianalisis menggunakan analisa media siber (AMS), mulai dari level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman.

**Bab V: Penutup**

Berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan yang sedang dibahas. Penulis juga menyertakan saran.

## BAB II

### DAKWAH DAN BUDAYA, MEDIA SOSIAL, ETNOGRAFI VIRTUAL

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari kata *da'a - yad'u - da'watan* yang berarti mengajak atau menyeru, memanggil atau mengundang (Al-Hsyam, 2009: 2). Sedangkan menurut beberapa pakar, pengertian dakwah secara istilah adalah sebagai berikut : (Saputra, 2011: 1-2)

**a).** Ibnu Taimiyah mengatakan, dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintah-Nya.

**b).** Syech Ali Mahfuz berpendapat bahwa, Dakwah adalah mengajak manusia untuk berbuat kebaikan sesuai dengan nasehat, menyeru mereka untuk berbuat kebaikan dan mencegah dari yang munkar, agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

**c).** M.S. Nasaruddin Latif menyatakan bahwa, dakwah merupakan usaha atau aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mematuhi Allah SWT sesuai dengan garis akidah dan syari'ah serta akhlak islamiyah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa makna dakwah merupakan mengajak atau menyeru manusia untuk menempuh kehidupan di jalan Allah SWT, dengan menerapkan perintah Allah berupa *amar ma'ruf dan nahi munkar*. Dengan begitu artinya seorang da'i (orang yang berdakwah) mempunyai tanggungjawab untuk terus menebar dan mengajak pada kebaikan dan mencegah kemungkaran yang akan terjadi.

Allah SWT menciptakan manusia sebagai *khalifah fil-ard* dengan tujuan semata-mata agar mengabdikan diri atau menyembah kepada Allah SWT, hal ini sesuai dengan firman Allah yang tercantum dalam al-Qur'an surat Adz-Dzariyat ayat 56 yang berbunyi :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : “Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku” (Kementerian Agama, 2012: 523).

Dalam ilmu dakwah, terdapat beberapa unsur dakwah yang perlu diketahui, terkhusus untuk para pelaku dakwah, yakni :

a). Da'i (Juru Dakwah)

Da'i merupakan seorang komunikator berkewajiban menyampaikan isi dakwah, baik kepada individu maupun kelompok masyarakat.

b). Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak umum/mad'u.

c). Mad'u (Pendengar/Audiens)

Merupakan sasaran dakwah berkedudukan sebagai penerima dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i.

d). Media Dakwah

Media merupakan tempat atau saluran untuk menyampaikan dakwah. Bisa berupa lisan, tulisan, visual maupun audio visual.

e). Efek Dakwah

Efek dakwah merupakan dampak atau hasil yang dicapai setelah da'i menyampaikan materi dakwahnya. Dengan kata lain isi dakwah yang telah disampaikan oleh da'i bisa mencapai sasarannya.

## 2. Metode dan Media Dakwah

a). Metode Dakwah

Secara bahasa metode berasal dari kata “*meta*” yang berarti melalui



dan “*hodos*” yang memiliki arti jalan atau cara. Berdasarkan pengertian tersebut, metode adalah jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan. Metode dakwah sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu dakwah. Oleh karena itu dalam menyampaikan pesan/berdakwah, seorang pendakwah harus memiliki atau menguasai cara/ metode dakwah yang akan digunakan dengan tujuan agar tepat sasaran, efektif dan efisien.

Metode dalam berdakwah telah Allah tetapkan dalam firman-Nya, Q.S an-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Kementerian Agama, 2012: 104)

Berdasarkan ayat diatas, metode dalam menyampaikan dakwah terbagi menjadi tiga, yakni :

#### 1). al-Hikmah

Kata al-Hikmah secara etimologis memiliki arti kebijaksanaan, ilmu pengetahuan, filsafat, kenabian, dan keadilan. Kata ini terulang sebanyak 20 kali di dalam al-Qur’an. Menurut Prof. Dr. Toha Yahya Umar, M.A, hikmah berarti memikirkan, menata, dan mengatur sesuatu pada tempatnya sesuai dengan kondisi zaman yang tidak bertentangan dengan larangan Allah. (Saputra, 2011: 245)

#### 2). al-Mau’idhatil Hasanah

Berasal dari kata Mau’idzat yang berarti nasehat dan hasanah yang berarti baik. Maw’idzah hasanah berarti nasihat yang baik, maksudnya dakwah merupakan perilaku memberi nasehat kepada orang lain dengan cara yang baik, yang dapat diterima, berkenan dihati, meyenaruh pikiran. Selain itu

ada juga yang mengartikan bahwa mau'idzah hasanah adalah ungkapan yang mengandung unsur petunjuk, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, kabar gembira, peringatan, pesan-pesan positif yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan untuk mendapatkan keselamatan dunia akhirat (Munir, 2009: 15-16)

### 3). al-Mujadalah

Berasal dari kata *جدل* yang berarti diskusi dengan cara yang baik. Mujadalah yaitu ungkapan dari suatu argumentasi antara dua pandangan yang berbeda untuk menyampaikan kebenaran, yang bertujuan untuk membawa ke jalan Allah, melalui pertukaran ide-ide yang ilmiah, rasional dan objektif (Aripudin, 2011: 123)

#### b). Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin yaitu "medius" yang berarti perantara, dalam bahasa inggris berasal dari kata "medium" yang bermakna tengah atau rata-rata. Menurut pakar komunikasi media merupakan alat yang menghubungkan pesan dari komunikator untuk komunikan. Sedangkan pengertian media dakwah adalah hal, keadaan, benda, yang dapat digunakan sebagai perantara untuk melaksanakan dakwah, digunakan oleh juru dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

Menurut Hamzah Ya'qub, sarana media dakwah menjadi tiga bagian (Ardian, 2006: 37-38), yaitu :

- 1). Spoken Words, yakni media dakwah yang berbentuk lisan berupa ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan indra telinga, seperti radio, telepon, handphone dan lainnya.
- 2). Printed Writing, yaitu teks yang dicetak berupa gambar, lukisan dan sebagainya yang dapat ditangkap oleh mata.
- 3). Audio Visual, yakni berupa gambar hidup yang dapat didengar dan ditonton, seperti televisi, video, film dan sebagainya

## **B. Budaya**

### **1. Pengertian Budaya**

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya memiliki arti pikiran, akal budi, adat istiadat, sesuatu yang mengenai kebudayaan yang sudah berkembang, dan sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sulit diubah. Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antarindividu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut (Nasrullah, 2012). Bahkan, terkadang sebuah nilai tersebut berlangsung di dalam alam bawah sadar individu dan diwariskan kepada generasi berikutnya.

Perlu kiranya untuk memaparkan pandangan Raymond Williams (dalam Sutrisno dan Putranto, 2005: 8) yang melihat istilah budaya sebagai:

1. Yang mengacu pada perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis dari seorang individu, sebuah kelompok, atau masyarakat.
2. Yang mencoba memetakan khazanah kegiatan intelektual dan artistik sekaligus produk-produk yang dihasilkan
3. Yang menggambarkan keseluruhan cara hidup, berkegiatan, keyakinan-keyakinan, dan adat istiadat sejumlah orang, atau masyarakat.

Ini menandakan bahwa budaya menjadi sebuah definisi yang cukup kompleks dan mencakup beragam dimensi. Budaya tidak sekedar terwujud dan bisa dilihat secara kasat mata, tetapi juga bermain dalam ranah abstrak bahkan imajinasi, juga antara profan dan sakral sehingga memerlukan upaya melihat artefak budaya dalam konteks tertentu yang berbeda dengan konteks (komunitas/kelompok) lainnya.

Budaya juga dapat diartikan sebagai sebuah nilai atau praktik sosial yang berlaku dan dipertukarkan dalam hubungan antarmanusia, baik sebagai

individu maupun anggota masyarakat. Budaya inilah yang menjadi acuan dasar bahkan bisa menjadi rel bagi proses komunikasi antarmanusia, baik sebagai individu maupun anggota masyarakat (Nasrullah, 2018: 14).

Dalam dunia virtual, dibalik keberadaan khlayak baru di media baru, konten tetap menjadi pilihan utama untuk melihat bagaimana kebudayaan tumbuh dan berkembang di media sosial. konten di media sosial sudah semestinya tidak lagi dipandang sebagai perwakilan dari ekspresi atau kreativitas khalyak semata, tetapi sudah menjadi entitas yang turut muncul bersama dalam jalinan khlayak dan teknologi.

Secara singkat, budaya yang ada di media sosial memiliki bahan dasar yakni konten. Mengapa? Karena pada dasarnya komoditas yang diproduksi sekaligus dikonsumsi oleh khlayak di media sosial adalah konten. Konten bisa berarti teks yang ditulis, foto, video, suara, dan sebagainya yang disebarkan di media sosial (Nasrullah, 2017: 72).

## **C. Media Sosial dan Facebook**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Munculnya media sosial di jagad maya, sangat menarik perhatian publik. Sebab, melalui media sosial, manusia bisa melakukan aktivitas dan berkomunikasi jarak jauh. Aktivitas tersebut tidak hanya melalui pesan teks saja, tetapi juga bisa melakukan *video call* secara bersama-sama. Media sosial ibarat pendatang baru dalam dunia maya, yang dengan cepat bisa memiliki penggemar milyaran. Hingga bisa dikatakan bahwa kehadiran media sosial telah menggeser keberadaan media tradisional (media lama). Misalnya, jika dahulu kebanyakan orang melihat televisi untuk mendapatkan hiburan, kini masyarakat telah beralih ke media sosial youtube untuk mendapatkan hiburan. Sebab, konten-kontennya lebih beragam, bisa ditonton kapanpun dan tidak terbatas oleh jam tayang.

Menurut Mandibergh, Media sosial merupakan media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten. Sedangkan menurut Van Djik, medsos merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Karena itu, dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017: 11).

Berdasarkan beberapa pendapat tokoh diatas dapat ditarik kesimpulan, media sosial merupakan medium di internet yang memberi ruang bagi penggunaanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan melakukan aktivitas apapun, sehingga bisa terbentuk ikatan sosial secara virtual di media sosial tersebut.

## **2. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media online yang lainnya, ada ciri dan batasan-batasan tersendiri yang dimiliki oleh media sosial, salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dalam dunia virtual ((Nasrullah, 2017: 15)

Adapun karakteristik media sosial adalah sebagai berikut :

### **1). Network (Jaringan) antarpengguna**

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yang dibangun dari struktur sosial yang dibentuk oleh jaringan atau internet. Namun, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet pada dasarnya didasarkan pada jaringan informasi yang beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan antarpengguna. Tidak hanya dalam dunia nyata antarpengguna saling mengenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk

terhubung secara mekanisme teknologi. (Nasrullah, 2017: 16-17)

## 2). Information (Informasi)

Informasi merupakan entitas penting dari media sosial, sebab pengguna media sosial berinteraksi, mengkonstruksi bahkan memproduksi sendiri konten untuk disajikan sesuai dengan kreatifitas yang dimiliki. Sehingga informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (information society) (Nasrullah, 2017: 18)

## 3). Archive (Arsip)

Arsip merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki oleh media sosial, sebab arsip menjadi sebuah karakter yang membuat informasi apapun yang telah diupload secara otomatis dapat tersimpan dan bisa dilihat kembali kapanpun. Hal inilah yang menjadi kekuatan media sosial sebagai media baru, tak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga punya akses penyimpanan. Dengan demikian, pengguna media sosial tidak hanya berhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi ini telah menjadi dokumen yang tersimpan. (Nasrullah, 2017: 22-23)

## 4). Interactivity (Interaksi)

Karakter dasar media sosial adalah interaksi, yang menimbulkan terbentuknya jaringan antar pengguna. Interaksi yang ada pada media sosial sangat beragam, mulai dari saling mengomentari postingan, membagikan ulang, atau bahkan memberikan lik dan lain sebagainya. inilah yang menjadi pembeda antara new media dan old media. Steven Graham, Gane dan Beer mengartikan interaksi adalah proses yang terjadi antara pengguna dan perangkat teknologi (Nasrullah, 2017: 27).

## 5). Simulatin of society (Simulasi sosial)

Terbentuknya masyarakat sosial virtual merupakan salah satu karakter media sosial. Seperti di dunia nyata, dalam kehidupan virtual juga terdapat aturan yang harus diterapkan. Sebab dunia virtual dapat menyamarkan batasan

antara dunia nyata dan maya, yang imajiner dan asli, bercampur menjadi satu. sehingga lebih susah untuk membedakan.

Menurut Jean Baudrillard, saat ini kita sedang hidup di era simulasi, atau zaman di mana keaslian di dunia kultural yang cepat lenyap. Simulasi sendiri merupakan penghilangan antara yang real dengan yang imajiner, yang nyata dengan yang palsu (Yusuf, 2016: 180). Hal ini karena apa yang ditunjukkan di media sosial secara terus menerus cenderung bersifat imaji.

#### 6). User generated content (Konten oleh pengguna)

Konten oleh pengguna menjadi hal pembeda juga antara media lama dan media baru. Sebab dengan adanya User Generated Content, menunjukkan bahwa khalyak dalam media sosial tidak hanya membuat konten saja, tetapi juga bisa menikmati konten yang dibuat oleh khalayak lainnya, dan konten sepenuhnya milik pengguna akun. UGC menjadi format baru dalam budaya interaksi, dimana para pengguna media sosial dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser, disisi lain juga berposisi sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan (Nasrullah, 2017: 32).

#### 7). Share/Sharing (Penyebaran)

Karakteristik ini menunjukkan bahwa, pengguna media sosial tidak hanya membuat konten tapi juga membagikannya (share). Penyebaran konten ini terdiri dari dua jenis (Nasullah, 2017: 33). Pertama, melalui konten. Konten di media sosial tidak hanya dibuat oleh khalayak, tetapi juga didistribusikan oleh pengguna lain. Kedua, melalui perangkat. Hal ini bisa dilihat, bahwa perangkat teknologi juga menyediakan secara langsung fitur untuk memperluas jaringan, misalnya menu share. Proses penyebaran dalam media sosial tidak hanya dilihat sebagai bagian dari teknologi yang dimiliki perangkat, tetapi juga telah menjadi budaya di media sosial.

### 3. Jenis-jenis Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari new media (media baru),

berdasarkan karakteristik pengguna, jaringan yang terbentuk, hingga berkas atau file yang disebar oleh antar pengguna, pembagian jenis-jenis media sosial terbagi menjadi beberapa kategori (Nasullah, 2017: 39), sebagai berikut:

#### 1). Media jejaring sosial (*Social networking*)

Situs jejaring sosial merupakan media sosial yang sangat populer dan tidak asing lagi. Sebab, jejaring sosial ini sudah sering digunakan untuk berinteraksi antar pengguna. Interaksi tidak hanya terjadi melalui teks saja, tetapi juga berupa foto dan video. Semua postingan yang diunggah bersifat real time, sehingga memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi seperti apa yang terjadi (Nasullah, 2017: 40).

Karakter utama media jejaring sosial adalah sebagai bentuk jaringan pertemanan, baik di dunia maya maupun di dunia nyata. Di era jejaring sosial yang semakin maju, beberapa aplikasi jejaring sosial, menyediakan fitur-fitur baru, mulai dari editing foto, filter foto, hingga antar jejaring yang satu dengan yang lainnya bisa terhubung, misalnya instagram dan facebook.

#### 2). Jurnal Online (Blog)

Mulanya blog merupakan sebuah situs pribadi yang berisi konten tulisan dan tautan dari situs lain. Seiring berjalannya waktu, isi konten berkembang menjadi aktivitas keseharian. Pengertian Blog secara umum merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, berkomentar, dan membagikan aktivitas sehari-hari, dalam bentuk tautan web lain, informasi dan lainnya (Nasullah, 2017: 41).

Jorn Berger, tahun 1997 mulai memperkenalkan istilah blog untuk pertama kali, yang bermula dari kata weblog. Karakteristik yang dimiliki blog biasanya berisi konten pribadi pemiliknya, namun seiring berjalannya waktu, blog bisa digunakan oleh perusahaan-perusahaan tertentu untuk keperluan bisnis. Fasilitas blog ini terbagi menjadi dua, yakni yang menggunakan domain pembelian, seperti com, id, net. Atau menggunakan fasilitas penyedia



halaman weblog gratis, seperti wordpress dan blogspot.

## 2). Jurnal online sederhana (microblog)

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas atau pendapatnya (Nasullah, 2017: 43). Artinya microblog hampir sama dengan blog, hanya saja ruang lingkungannya lebih terbatas. Contoh, untuk membuat sebuah tulisan dan memublishnya terdapat pembatasan dengan maksimal terdiri sekitar 140 karakter kata. Namun, microblog ini merupakan bagian dari social networking, sehingga natar pengguna bisa saling berinteraksi, dengan saling berkomentar ataupun membagikan ulang postingan.

## 3). Media berbagi (*Media Sharing*)

Media sharing merupakan jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi media seperti dokumen, video, audio, gambar dll (Nasullah, 2017: 44) Contohnya yaitu Youtube.

## 4). Penanda Sosial (*Social bookmarking*)

Jenis penanda sosial (*Social bookmarking*) di internet dalam catatan historis, mulai muncul sekitar tahun 1996. Kemudian mulai, dikenalkan pada tahun 2003. Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online (Nasullah, 2017: 44). Penandaanya bisa berupa tagar dan cara kerjanya pun bisa seperti lemari katalog. Pengguna hanya kan diberikan informasi, bisa berupa teks, gambar atau video dan deskripsi singkat sebagai pengantar, setelah itu baru diarahkan pada tautan sumber informasi.

## 5). Media konten bersama (wiki)

Media konten bersama (Wiki) adalah situs yang kontennya dibuat sebagai hasil kolaborasi antar pengguna. Seperti kamus atau ensiklopedia, wiki memberi kepada pengguna mulai dari pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Namun padakenyatannya penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung. Glimor mengutip definisi dari situs

WhatIs.com menjelaskan bahwa wiki merupakan media tau situs web yang secara program memungkinkan pengguna berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama (Nasullah, 2017: 46)

#### **4. Media Sosial Facebook**

Facebook adalah jejaring atau media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan profil yang berisi foto, kontak, atau informasi. Pengguna juga dapat bergabung dengan komunitas untuk terhubung dan berinteraksi dengan pengguna lain (Ningrum, 2017 : 3)

Dengan Facebook siapapun dapat berteman dan terhubung satu sama lain. hal terpenting saat log in ke facebook adalah komponen facebook yang disertakan di facebook, di antaranya (Kurniali, 2009: 31):

##### 1). Menu Beranda

Halaman ini adalah halaman pertama yang anda lihat ketika ketika anda berhasil login ke Facebook.

##### 2). Menu Profil

Menu ini akan membawa anda ke halaman profil. Halaman ini juga berisi identitas pengguna, dan catatan serta foto akan ditampilkan bisa di lihat di menu profil.

##### 4). Menu Utama

Menu ini di gunakan untuk menampilkan foto teman yang sudah masuk ke dalam pertemanan.

##### 5). Menu Pesan Masuk

Menu ini berisi pesan-pesan yang dikirim oleh teman, seperti halnya dengan email, bedanya orang yang mengirim pesan di facebook tidak perlu mengetahui alamat tujuan seperti email.

##### 6). Menu Pengaturan

Menu pengaturan memberi anda fleksibilitas untuk mengubah informasi pribadi, jaringan, konfigurasi, nomor telepon, atau facebook mobile,

dan penggunaan bahasa.

#### 7). Kotak Pencarian

Kotak pencarian digunakan untuk mencari teman berdasarkan kata – kata yang dimasukan dalam kolom.

#### 8). Aplikasi

Berisi daftar aplikasi facebook yang telah terdaftar dan terinstal yang dapat anda gunakan secara langsung. Termasuk koleksi foto, video, grup, acara, catatan, tautan dan hadiah dan ketika seorang teman menerima undangan untuk menginstal aplikasi lain, daftar aplikasi akan bertambah.

#### 9). Koleksi Foto

Dengan mengklik pada ikon ini maka akan muncul foto-foto yang telah diunggah.

#### 10). Video

Ikon ini memungkinkan anda untuk mengunggah video dan mengelolanya sebagai bagian dari akun facebook anda.

#### 11). Grup

Digunakan untuk bergabung dengan grup yang sudah ada di facebook atau membuat grup baru sesuai dengan minat.

#### 11). Catatan

Ikon ini dapat digunakan untuk membuat artikel, tulisan, catatan bahkan tersedia fasilitas impor artikel dari blog tertentu.

#### 12). Tautan

Digunakan untuk membuat alamat internet (link) yang dibutuhkan.

#### 13). Teman yang online

Berfungsi sebagai penunjuk jumlah teman yang sedang mengaktifkan obrolan.

#### 14). Pemberitahuan

Berisi tentang catatan aktifitas terkait. Notifikasi ini memunculkan angka tertentu untuk menunjukkan notifikasi yang belum dibaca.

#### 15). Obrolan

Ini termasuk fitur untuk mengaktifkan ataupun mematikan chat. Selain itu, di dalam obrolan juga tersedia menu pengaturan untuk mengelola tampilan di dalam fungsi chatting.

Dengan penggunaan facebook yang sederhana, maka tidak heran orang memilih facebook sebagai sarana jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan rekan kerja, teman dan orang yang baru di kenal di dunia maya (Ninja Team, 2009 : 16).

### **D. Etnografi Virtual**

#### **1. Definisi Etnografi Virtual**

Secara bahasa etnografi berasal dari bahasa Yunani, gabungan dari kata *ethos* yang berarti warga atau bangsa, dan kata *graphein* yang berarti tulisan atau artefak. Sedangkan, dalam KBBI, etnografi dimaknai sebagai deskripsi tentang kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup, ilmu tentang pelukisan kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup tersebar di muka bumi. Secara sederhana etnografi bisa diartikan sebagai artefak (peninggalan budaya) dari suatu masyarakat (Nasrullah, 2018: 5).

Sedangkan, istilah virtual yang mengiringi kata etnografi menunjukkan lapangan (field) dari penelitian etnografi tersebut. Sehingga, terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan istilah etnografi virtual ini. Menurut Christine Hine, menyatakan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (user) saat menggunakan internet tersebut (Nasrullah, 2018: 9).

Tokoh bernama Robert V. Konzinets juga mendefinisikan etnografi virtual merupakan bentuk khusus atau spesial dari riset etnografi yang diadaptasi untuk mengungkap kebiasaan unik dari berbagai jenis interaksi

sosial yang termediasi oleh internet. Sama halnya dengan Robert, Jorgen Skageby menyatakan bahwa etnografi online, merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami apa yang terjadi di dalam komunitas virtual. Lebih sederhananya, etnografi virtual ini pada intinya, sebuah metode etnografi yang digunakan untuk mengungkap realitas, baik yang tampak maupun tidak tampak, dari komunikasi termediasi komputer di antara entitas (anggota) komunitas virtual di internet (Nasrullah, 2018: 10).

Penulis juga menggunakan metode Analisis Media Siber untuk menguraikan budaya dan artefak budaya yang ada di internet. Metode Analisis Media Siber (AMS) adalah perpaduan dan sekaligus memandu proses analisis etnografi virtual. Setiap level memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada di internet (Nasrullah, 2018: 44). Namun, perlu digaris bawahi, bahwa metode etnografi virtual tidak hanya sebatas penelitian yang dilakukan di dunia online. Tetapi juga bisa melihat realitas offline, atau bahkan mengolaborasikan keduanya, antara online dan offline dengan melihat budaya dan artefak budayanya.

## **2. Budaya dan Artefak Budaya**

Budaya dan artefak budaya menjadi fokus dari penelitian etnografi virtual. Secara sederhana, budaya dapat diartikan sebagai nilai-nilai yang ada di antara komunitas dan artefak budaya merupakan manifestasi dari nilai-nilai tersebut (Nasrullah, 2018: 12). Melalui etnografi, peneliti akan melihat bagaimana komunitas dan anggotanya berperilaku ketika berinteraksi. Perilaku ini, kadang bagi sebagian orang, biasanya dan terjadi di luar komunitas, menjadi perilaku yang aneh serta tidak beralasan. Ada konteks tertentu yang biasanya melatarbelakangi sebuah perilaku atau kebiasaan (Machin, 2002: 33).

Di Dunia nyata, jika seseorang marah kepada orang lain, wujud artefaknya berupa intonasi suara meninggi, penggunaan kata-kata khusus,

mata melotot dan sebagainya. Sedangkan dengan dunia virtua, ekspresi marah menjadi berbeda dan pemahaman akan konsep marah juga menjadi sangat jauh dibandingkan apa yang bisa disaksikan di dunia nyata. Marah dalam dialog aplikasi pesan diimplementasikan melalui huruf besar atau capital dan ini berlaku secara universal di internet.

### **3. Realitas Sosial Siber**

Kehadiran dunia maya tentu mengubah interaksi masyarakat, sehingga menghasilkan pola komunikasi baru. Bahkan, antara satu pengguna dengan pengguna lain, pola komunikasinya sama. Tidak hanya itu, aktivitas-aktivitas yang biasanya dilakukan di dunia nyata, mulai dialihkan di dunia maya. Misalnya, saat orang ingin beraktivitas tidur, mereka memposting doa terlebih dahulu di status, saat sedang memakan makanan orang akan memotret kemudian menguploadnya.

Selain itu keberadaan ruang virtual ibarat dunia nyata, karena terdapat pula peraturan-peraturan kepada pengguna yang harus diterapkan. Para pengguna bisa melaporkan kepada pihak penyedia, apabila terdapat aturan-aturan yang dilanggar oleh pengguna lain.

Kemudian, para pengguna yang telah menjadi bagian dari masyarakat dunia virtual pun, bisa menciptakan budaya-budaya baru di dunia maya, karena terdapat interaksi-interaksi yang dilakukan antar pengguna. Sehingga, segala macam interaksi di ruang virtual, merupakan bagian dari realitas baru yang terjadi saat ini.

Gotved menawarkan sebuah skema, untuk melihat bagaimana realitas baru muncul dan entitas berinteraksi di internet, sebut saja skema realitas sosial siber. Konsep ini memberikan arah pada aspek-aspek sosial dari realitas yang ada di internet dengan melihat atau memasukkan fitur-fitur teknologi. Hal ini memungkinkan pengguna menjadi entitas dan perangkat juga menjadi entitas, yang keduanya berperan dalam mentransformasikan realitas di internet (Nasrullah, 2018 : 18)

Dalam memahami realitas sosial siber, terdapat segitiga realitas sosial siber, yang menjadi pengembangan dari model realitas sosial yang merupakan dasar dari pemahaman terhadap sosiologi yang dikembangkan oleh Boureau dan New Man (1993), dan model dimodifikasi oleh Gotved (Nasrullah, 2017 : 53)

Model segitiga tersebut, menggunakan perspektif konstruksi sosial, interaksi sosial, sebagai landasan awal terbentuknya budaya maupun struktur sosial. Ketiga sisi tersebut (Kultur, struktur sosial, interaksi sosial) akan membentuk sebuah realitas sosial siber. Ketiga hal tersebut tidak bisa dipisahkan, karena saling berkaitan. Jika dipahami, bermula dari interaksi sosial di dunia maya, akan membentuk budaya, dan budaya membentuk struktur, begitupula seterusnya.

Kemudian, Gotved memodifikasi segitiga tersebut, dengan hanya menggunakan istilah interaksi dan struktur, bukan lagi interaksi sosial dan struktur sosial. Menurutnya, hal ini karena di ruang virtual, baik pengguna maupun perangkat, memberi sumbangsih dalam pembentukan realitas. Selain interaksi dan struktur, segitiga realitas sosial siber, juga dibentuk oleh dimensi ruang dan waktu (Nasrullah, 2017 : 54).

#### **a. Dimensi Waktu**

Dimensi waktu dari segitiga realitas sosial siber, menunjukkan bahwa waktu bersifat kronologis seperti jam yang bergerak tahap demi tahap, ataupun proses penuaan yang terjadi pada manusia. Sementara itu, dimensi waktu ini menciptakan tiga hal, makna (meaning), arah (orientation), maupun pengaturan (regulation) (Nasrullah, 2017 : 54).

Dalam pembentukan realitas sosial siber, waktu menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan, karena waktu mempengaruhi pembentukan realitas tersebut, termasuk komunikasi atau interaksi yang terjadi di ruang virtual, waktu menjadi penting. Waktu di sini, bisa ditunjukkan melalui tanggal atau jam, dan runtutan kronologi. Hal tersebut bisa dilihat dari jejak arsip

yang tersimpan di ruang virtual. Misalnya, paska kita mengupload sebuah foto, atau video. Tentu bisa melihat jam berapa foto diupload, tanggal berapa, hingga bulan apa.

Batas antara makna (budaya) dan arah (struktur) ditunjukkan dengan stabilitas dan koherensi dalam suatu organisasi atau kelompok (Nasrullah 2018:20). Orientasi di sini juga dipengaruhi oleh waktu. Waktu tersebut dapat memandu pengguna di ruang virtual untuk memahami pola komunikasi, model, dan interaksi dengan pengguna lain. Orientasi juga bisa dipandang sebagai pola-pola memori yang memiliki relasi terhadap kultur yang dibentuk berdasarkan waktu serta harapan dan keinginan dari relasi atau pertukaran akibat interaksi individu (Nasrullah, 2017: 20).

Kemudian, orientasi serta struktur yang terbentuk di ruang virtual ini akan menghasilkan regulasi. Regulasi sebagai bagian dari waktu akan mengarahkan bagaimana berkomunikasi di ruang virtual.

#### **b. Dimensi Ruang**

Dimensi ruang dalam segitiga sosial siber, tidak hanya sekedar dimaknai sebagai tempat, lokasi, wilayah, geografis, maupun keberadaan. Namun di sini ruang dapat diartikan sebagai upaya melihat karakter yang ada di dalamnya, dan ruang merupakan tempat terjadinya proses interaksi manusia yang menciptakan budaya, struktur dan regulasi (Nasrullah 2017: 56). Posisi ruang di dunia nyata juga merupakan bagian dari pembangunan identitas.

Dimensi ruang di sini memunculkan, perspektif terhadap rekonstruksi, penampilann, maupun praktik dan dimensi ini berada di tepi terluar, sehingga jika ingin melihat dimensi ruang, juga harus melibatkan dimensi waktu juga secara bersamaan. Praktik dalam dimensi ruang, juga merupakan hasil dari rekonstruksi dan penampakan di media sosial (dunia maya).



Selain itu, dalam skema segitiga relitas sosial siber, ruang akan membentuk apa yang disebut sebagai sisi rekonstruksi dari realitas (Nasrullah, 2017 :57). Karena, dalam ranah ini, baik bahasa, relitas, objek, dan lain sebagainya, dikonstruksi dan direkonstruksi di ruang virtual. Semua hal tersebut, ditunjukkan dalam ruang (komputer). Ruang virtual, ini menjadi tempat antar pengguna berinteraksi, sehingga bisa menciptakan kebiasaan baru, atau bahkan sebuah kebudayaan baru.

Kebudayaan di ruang virtual ini bisa disebut sebagai budaya siber. Menurut Clifford Geertz, budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristiknya tersendiri dan bisa dilihat dari simbol yang muncul. Simbol ini memiliki makna sebagai suatu konsep ekspresi komunikasi di antara mausia yang mengandung makna dan pengetahuan manusia yang berkembang (Nasrullah, 2014 :140).

Budaya yang terbentuk di dunia maya, juga bisa berupa teks, bahasa, pola komunikasi, dan lain sebagainya. Budaya sendiri merupakan nilai-nilai yang muncul dari interaksi antar individu, dalam konteks ini adalah pengalaman masing-masing individu, atau antar pengguna. Bahkan tidak menutup kemungkinan budaya terbentuk karena kebiasaan-kebiasaan, yang pada akhirnya membentuk habitus. Sehingga, apa yang tercipta di dunia maya, seolah hal yang wajar dan absah.

### **BAB III**

#### **BIOGRAFI INTELEKTUAL**

#### **DAN DAKWAH VIRTUAL K.H A. MUSTOFA BISRI**

#### **A. Biografi K.H A. Mustofa Bisri (Gus Mus)**

##### **1. Kelahiran dan Latar Belakang**

K.H. Ahmad Mustofa Bisri atau yang akrab disapa Gus Mus merupakan salah satu tokoh publik yang cukup populer di Indonesia. Beliau lahir di Rembang, 10 Agustus 1994. Gus Mus merupakan putra dari K.H. Bisri Mustofa, penulis Tafsir Al-Ibriz Lil Ma'rifah dan sekaligus pendiri Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin pada 1955 di Rembang Jawa Tengah. Sedangkan ibunya bernama Nyai Marafah Cholil (Laila, 2012 : 66).

Gus Mus juga menikah pada tahun 1971 dengan Hj. Siti Fatimah, putri dari Kiai Basyuni dan kemudian, dikaruniai enam orang putri dan satu orang putra. Keenam putrinya tersebut ialah, Ietnas Tsuroyya, Kautsar Uzmut, Raudloh Quds, Rabiatal Bisriyah, Nada, Almas, dan putra lakinya bernama M. Mustofa Bisri ([Biografi KH. Ahmad Mustofa Bisri \(Gus Mus\) | Profil Ulama > Laduni - Layanan Digital untuk Negeri](#), diakses pada 25 November 2021, pukul 23.00). Dari ke-enam putrinya tersebut, Gus Mus juga mempunyai menantu, salah satunya bernama Ulil Abshar Abdalla, yang juga menjadi cendekiawan muslim.

Latar belakang keluarga Gus Mus adalah keluarga yang haus akan ilmu dan mempunyai jiwa pembelajar. Hal ini terlihat dari ayahnya K.H Bisri Mustofa dan saudara ayahnya, K.H. Misbach Mustofa, yang sejak muda telah aktif untuk menulis. Bahkan beliau mempunyai inisiatif untuk mengadakan pelatihan menulis dan menerjemahkan kitab ke dalam bahasa Indonesia untuk para santri Ttaman Pelajar Iislam (Raudlatut Thalibin), dan kegiatan ini diprakarsai oleh adik K.H Bisri Mustofa, yaitu K.H. Adib

Bisri (<http://gusmus.net/profil> , diakses pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 15.07 WIB). Sehingga, Semasa kecilnya, Gus Mus dan kakanya juga telah terlatih untuk produktif dalam menulis. Tidak heran jika saat ini kita bisa menikmati, karya-karya Gus Mus dari segi pemikiran.

Gus Mus juga saat ini masih menjadi pengasuh dari Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin, Leteh, Rembang. Semasa perjalanannya, Gus Mus tentunya banyak berkiprah di berbagai bidang, baik dakwah, pendidikan, seni, hingga dunia organisasi dan perpolitikan. Sebab itu, Gus Mus juga menjadi figur bagi masyarakat, dalam bermasyarakat.

## **2. Pendidikan dan Karya Gus Mus**

Lahir dari keluarga yang mempunyai kepedulian terhadap dunia pendidikan. Pendidikan Gus Mus dimulai di tahun 1950 di SR Rembang selama enam tahun (1950-1956). Kemudian, Gus Mus juga nyantri di Pesantren Lirboyo, Kediri (1956-1958). Pada tahun 1958, Gus Mus dipindahkan di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta, hingga tahun 1962. Selanjutnya, Gus Mus juga belajar di Pesantren Taman Pelajar Islam Rembang, tahun 1962-1964. Kemauan Gus Mus sendiri dalam dunia keilmuan memanglah luar biasa. Tidak hanya berhenti belajar di dalam negeri. Gus Mus pada tahun 1964-1970, kembali melanjutkan studin di Universitas Al Azhar di Kairo, Mesir dengan menerima beasiswa (Anam, 2017 : 109).

Dalam kiprahnya di bidang pendidikan, Gus Mus juga mendapat gelar kehormatan dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam bidang kebudayaan Islam. Berkat kontribusi pemikiran-pemikiran beliau dalam bidang kebudayaan Islam. Selama menempuh pendidikan, tentu Gus Mus mendapat banyak pembelajaran di dalamnya. Misalnya, belajar di Pesantren Krapyak, Yogyakarta. Karena Gus Mus juga senang dengan melukis, sewaktu nyantri di Yogya, beliau sering mengunjungi rumah seniman-seniman di sana. Gus Mus juga berguru melukis dengan

salah satu seniman, bernama Affandi di Yogyakarta.

Tidak hanya dalam bidang seni rupa berupa lukisan, Gus Mus yang aktif menulis sejak muda, kini telah melahirkan banyak karya-karya, khususnya di bidang kepenulisan. Di mana, karya-karya Gus Mus tidak lepas dari latar belakang perjalanannya dalam bermasyarakat. Yaitu, Gus Mus mengangkat tema-tema sosial dan spiritual dan lebih mengarah sebagai bentuk satir terhadap realitas yang terjadi di masyarakat. Seperti, Gus Mus ketika menyebut istilah puisinya “Puisi Balsem” (<https://nu.or.id/nasional/gus-mus-terbitkan-tiga-buku-baru-aNanZ>, diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.13 WIB)

Berikut beberapa karya Gus Dur, baik karya seni maupun karya tulis lainnya, yang dimuat dalam beberapa media, dan bahkan sudah ada yang dijadikan buku. Seperti Kumpulan Esai-Esai yang fenomenal, berjudul *Saleh Ritual Saleh Sosial* (terbitan Mizan, Bandung), *Melihat Diri Sendiri* (Gama Media, Yogyakarta), *Oase Pemikiran* (Kanisius, Yogyakarta), dan pada tahun 2016 menerbitkan buku berjudul *Agama Anugrah Agama Manusia, Aku Manusia*, dan buku *Sang Pemimpin*.<sup>6</sup> Di mana, ketiga buku tersebut diterbitkan oleh Mata Air Publishing. Selain itu, adapula kumpulan-kumpulan puisi Gus Mus, seperti *Ohoi* (terbitan Pustaka Firdaus, Jakarta), *Pahlawan dan Tikus* (Pustaka, Firdaus Jakarta), *Wekwekwek* (Risalah Gusti, Jakarta). Serta masih banyak karya tulis lainnya, baik bergenre esai, opini, teori, puisi, gubahan humor, dan juga cerpen. Sedangkan, dalam dunia seni rupa Gus Mus pernah membuat sebuah lukisan yang menimbulkan kontroversi, yaitu lukisan berjudul “*Berdzikir Bersama Inul*”, yang dipamerkan di Surabaya tahun 2003 (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.10 WIB). Serta masih banyak karya-karya Gus Mus di bidang seni rupa yang lainnya, seperti kaligrafi, dan lukisan menggunakan klelet kopi.

### **3. Peran dan Karir Gus Mus**

#### **a. Gus Mus dalam Dunia Kesenian**

Tidak perlu diragukan lagi, karir dan peran Gus Mus dalam dunia seni. Bahkan, Gus Mus juga dinobatkan sebagai seorang seniman dan budayawan, atas hasil karya-karyanya. Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya Gus Mus, juga menggemari dunia lukis dan dunia menulis sejak ia masih muda. Baginya, segala apa yang ia lakukan baik melukis ataupun menulis, merupakan dorongan dari dalam dirinya. Bagi Gus Mus hal tersebut harus ia tuangkan, karena jika tidak ada hal yang mengganjal di dalam hatinya. Bahkan, ia merasa sakit jika tidak dituangkan.

Sebagai salah satu tokoh publik yang bergelut di bidang seni baik tulis maupun lukis, hingga mampu melahirkan karya-karya besar dan fenomenal. Tentu hal ini erat kaitannya dengan latar belakang Gus Mus, seorang tokoh agama sekaligus tokoh masyarakat, khususnya seorang umat muslim. Misalnya, Gus Mus juga turut serta berperan dalam dunia Islam, dengan menyajikan buku keagamaan. Buku ini sebagai bentuk Gus Mus dalam mengamalkan keilmuan yang ia miliki. Seperti ia pernah menyusun buku tentang tasawuf (proses kebahagiaan). Kemudian bersama K.H Sahal Mahfudz menerjemahkan Ijmak. Serta masih ada buku keagamaan lain yang pernah ditulis oleh Gus Mus (Laila, 2012 : 89).

Dalam salah satu karya lukisnya juga misalnya, yang bertema “Institusi”. Menurut tokoh bernama Arrahmaini, seorang penulis dan perupa. Karya rupa tersebut memperlihatkan adanya persoalan kecenderungan orientasi vertikal yang kemudian dilembagakan, dan hal tersebut menyebabkan kerancuan dalam diri manusia, antara penghayatan kepada Ketuhanan dan Nafsu (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.21 WIB)

Selain itu, ketika Gus Mus berdakwah. Gus Mus juga akan senantiasa membacakan sajaknya. Di mana, sajak yang dibacakan berupa sajak yang berisi satir. Sajak di sini juga sebagai bentuk Gus Mus dalam mengkomunikasikan situasi sosial yang aktual dengan para pendengarnya. Sehingga, ketika para pendengarnya memiliki rasa ingi tahu, maka akan terbuka dialog yang lebih terbuka, dan hal tersebut bisa menjadi jalan untuk meningkatkan pemahaman terhadap situasi dan kondisi yang sedang terjadi (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.22 WIB)

Puisi-Puisi Gus Mus melekat di hati pembacanya karena mempunyai nilai dan unsur intrinsik berbeda. Bahkan, menurut presiden penyair Indonesia, Sutardji Chalzoun Bachri, menyebut Puisi Gus Mus memiliki bahasa yang gamblang dan tidak bertele- bertela, tetapi tidak membuat puisinya menjadi tawar (Laila, 2012 : 89).

Berkat kiprahnya di dunia sastra, Gus Mus juga pernah mendapatkan banyak apresiasi. Mulai dari diberi kesempatan untuk menghadiri perhelatan puisi di Baghdad tahun 1989, serta diundang untuk mengisi seminar sekaligus membacakan puisi di Universitas Hanburg Jerman dan Universitas Malaya Malaysia. Bahkan, karena ia juga seorang penulis tulisan yang bergenre cerpen ia mendapatkan penghargaan “Anugrah Sastra Asia” di Malaysia tahun 2005 (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.10 WIB).

Karir Gus Mus dalam dunia kepenulisan memanglah telah dimulai sejak masa muda. Saat bersama kakaknya, K.H Cholil Bisri. Gus Mus berlomba dengannya untuk menulis di media massa. Sebab itu, tulisan Gus Mus tidak hanya terbingkai dalam bentuk kumpulan buku. Tetapi, juga terpublikasikan di media massa, seperti Kompas, Tempo, Horison, Detik, dan lain sebagainya.

Kepedulian Gus Mus di bidang kepenulisan pada akhirnya juga melahirkan sebuah konsep Media Massa yang bernama “Mata Air”. Mata air di sini sebagai konsep media yang akan memberikan informasi yang lebih jernih. Hal ini, sebagai respon terhadap kebebasan pers tanpa batas, ketika orde baru tumbang. Konsep Mata Air ini akhirnya, diwadahi dalam bentuk situs *Mata Air, Gubug Maya Gus Mus* di *gusmus.net*, dan juga dalam bentuk majalah, yang bernama *Mata Air Yogyakarta* dan *Mata Air Jakarta* tahun 2007 (Anam, 2017 :111).

Jika melihat kiprah Gus Mus di dunia kepenulisan, sejak ia muda hingga saat ini. Gus Mus memiliki peran terhadap perkembangan dunia kepenulisan. Khususnya dari substansi tulisan yang disajikan. Tulisan-tulisannya, baik berupa pemikiran, sajak, cerpen, esai, dan lain sebagainya. Ikut menjadi kritik bagi realitas yang ada di masyarakat saat ini, baik dari segi keagamaan, sosial, dan lain sebagainya. Serta melalui tulisan inilah, bisa membuka pikiran untuk berdialog lebih terbuka lagi dalam melihat realitas kehidupan masyarakat.

Hal lain yang juga ditunjukkan Gus Mus, bahwa ia berusaha menciptakan perubahan di dunia keislaman, khususnya pesantren, tanpa memberikan justifikasi terhadap pihak-pihak tertentu. Pesantren saat itu, tekenal dengan pemikiran konservatisnya, yang tidak mengenal kemajuan dalam berbagai bidang, dalam hal ini ialah seni dan budaya. Jikalau ada pesantren yang mewadahi kesenian, kesenian yang diusung pun bertajuk ke-arab-arab, dan hal tersebut semakin membangun stigma, bahwa pesantren mempunyai pikiran yang konservatis, tidak bisa mengimbangi perubahan zaman (Anshari, 2005 :56). Gus Mus ingin mengubah stigma tersebut, namun ditunjukkan dengan cara yang egaliter dan universal. Bagi Gus Mus, dalam

memajukan Islam bisa dilakukan dengan metode apapun, tidak perlu menggunakan kekerasan, termasuk bisa melalui seni dan budaya. Karena untuk mengajak orang kepada Tuhan, hendaklah menggunakan tutur kata yang baik dan bijaksana (Anshari, 2005 :57).

#### **b. Gus Mus dalam Dunia Politik dan Organisasi**

Kiprah dan dedikasi Gus Mus tidak hanya ditemukan di dunia pendidikan, tetapi juga di dunia organisasi dan politik. Karir Gus Mus di dunia politik dan organisasi di mulai ketika saat berkuliah di Al-Azhar, Gus Mus mengikuti organisasi Himpunan Pemuda dan Pelajar Indonesia (HIPPI). Kemudian, sebagai bagian dari Organisasi Masyarakat Nahdlatul Ulama', Gus Mus juga turut serta berkiprah di PCNU Rembang, kemudian pernah menempati posisi, sebagai Wakil Khatib Syuriah PWNU Jawa Tengah tahun 1977, sebagai Wakil Syuriah PWNU, hingga menjadi rais Syuriah PBNU (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.24 WIB).

Dalam perjalanannya di struktural NU. Gus Mus juga pernah menolak saat akan dicalonkan sebagai Rais Aamm (Ketua Umum) pada tahun 2004. Tetapi, memang dalam perjalanan politik dan organisasi. Gus Mus juga kerap kali menolak saat ingin dicalonkan posisi sebagai ketua umum, baik di organisasi politik maupun keagamaan (Anam, 2017 : 112).

Bagi Gus Mus sendiri, ketika beliau berada di luar lingkaran jabatan organisasi politik maupun yang lain. Beliau bisa menjadi lebih peduli terhadap lingkungan, dengan tidak membedakan siapapun dan golongan apapun, hanya karena jabatan yang ia miliki. Selain itu, menurut Gus Mus, ia harus bisa mengukur dirinya sendiri. Bahkan menurutnya, lebih baik ia berada di luar jabatan, karena dengan



begitu ia bisa memberikan kritik dengan cara beliau sendiri (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.25 WIB). Meski riwayat Ayah Gus Mus banyak berkiprah di dunia politi. Hal tersebut, tidak langsung membuat Gus Mus teratrik berkiprah lebih dalam lagi dunia perpolitikan, seperti ayahnya. Namun, sebelumnya Gus Mus pernah menjadi bagian dari anggota legislatif atau wakil rakyat, yaitu sebagai anggota DPRD Jawa Tengah tahun 1982-1992 dan 1992-1997 menjadi anggota MPR RI (<http://gusmus.net/profil> , Diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.26 WIB). Tetapi, bagi Gus Mus apa yang diterima (gaji) ketika menduduki kursi, tidak seimbang dengan dengan apa yang diberikan. Di, mana pada akhirnya Gus Mus merasa, jabatan yang ia terima tidak berfungsi secara efektif dan pada akhirnya mengundurkan diri.

Dedikasi Gus Mus dan perjalanannya di dunia perpolitikan, cukup bisa dijadikan teladan. Bahwa, saat berada dalam lingkaran dunia organasasi dan politik, Gus Mus menekankan untuk mengukur diri, sebelum menempati jabatan atau posisi. Dengan mengukur diri, hal tersebut bisa menjadi keputusan yang baik untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar.

## **B. Gambaran Umum Fanspage Facebook GusMus Channel**

Fanspage facebook merupakan salah satu platform media sosial di facebook dan menjadi tempat seorang tokoh publik, artis, pekerja bisnis, organisasi nirlaba, organisasi profit, agar bisa terhubung dengan penggemar atau pelanggan. Apabila seseorang menyukai atau mengikuti halaman facebook, maka segala informasi dari halaman (fanspage) akan muncul di kabar berandanya (Apa Perbedaan antara Profil, Halaman, dan Group di Facebook?, [Apa perbedaan antara profil, Halaman, dan grup di Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada 03 Desember 2021 pukul 06.37)

Sedangkan, fanspage facebook GuMus Channel merupakan kepanjangan tangan dari Youtube GusMus Channel yang merupakan akun resmi dari K.H. Ahmad Mutofa Bisri atau akrab disapa Gus Mus. Beliau merupakan ulama' sekaligus pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin, Leteh Rembang.

Selain itu, fanspage facebook GusMus Channel adalah halaman yang dibuat untuk membuat komunitas di facebook bagi orang-orang yang tertarik dengan dakwah Gus Mus. Fanspage tersebut mulai dibentuk pada tanggal 26 Februari 2019. Fanspage ini juga banyak diminati oleh masyarakat, hal ini terlihat dari jumlah followers. Selain itu beberapa pengikutnya juga selalu memberikan respon terhadap setiap postingan, mulai dari memberikan like, komentar maupun membagikan postingan yang ada di fanspage GusMus Channel.

Konten-konten yang disajikan pada fanspage GusMus Channel berisi tentang kalimat-kalimat mutiara dan sajak-sajak beliau yang ditujukan sebagai bentuk pesan kepada masyarakat. Tujuan dibentuknya fanspage GusMus Channel adalah untuk menyampaikan pesan damai dari Gus Mus kepada para pengguna facebook, sehingga bisa membantu dalam proses penyampaian islam rahmatan lil alamin di facebook. Founder atau pendiri dari GusMus Channel ialah Gus Mus, Gus Yahya dan Rizal Wijaya.

Dalam perjalanan pengelolaan media GuMus Channel, terbentuk tim pengelola. Sebagai berikut :

- Founder : Gus Mus, Gus Yahya, dan Rizal Wijaya
- Ketua tim : Rizal Wijaya
- Desainer Utama : Joe Runtiko
- Analis : Ahmad Hamdani
- Konten Advisor : And Wijaya dan Rumail Abbas
- Tata Bahasa : Ahmad Hanan dan Aka
- Media Sosial/Admin : M. Zulkifli

Fanspage GusMus Channel beralamat di Jl. K.H. Bisyrri Mustofa No 1-4, Tawang Sari, Leteh, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Fanspage ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 62.879 akun dan sebanyak 40.249 akun menyukai fanspage ini. Dalam bio tentang, pada fanspage facebook GusMus Channel, juga disampaikan bahwa media ini merupakan media penyampaian pesan-pesan menyejukkan dari Gus Mus mengenai agama, kemanusiaan, dan keindonesiaan ([https://web.facebook.com/GusMusChannel/about/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/GusMusChannel/about/?ref=page_internal), diakses pada 03 Desember 2021, pukul 08.17 WIB)

Fanspage Facebook GusMus Channel juga merupakan kepanjangan tangan dari Youtube GusMus Channel, sehingga fanspage ini memiliki keterhubungan dengan youtube GusMus Channel, instagram @gusmuschannel dan twitter @GusmusChannel. Di mana konten-konten yang diupload sama dan yang membedakan hanya ruang penyebaran informasinya saja.

### **C. Bentuk-Bentuk Dakwah Virtual dalam Fanspage Facebook GusMus Channel**

Fanspage GusMus Channel menyajikan dua jenis konten yang sering dipublikasikan. Yakni, konten dalam bentuk foto/gambar dan video. Sedangkan rubriknya memiliki nama Jum'at Call yang isinya merupakan petuah Gus Mus dan video pengajian. Konten-konten yang disajikan sengaja dibuat untuk menyebarkan islam ramah (Islam Rahmatan Lil Alamin).

Yang lebih unik, konten dalam fanspage GusMus Channel sengaja didesain untuk dakwah kemanusiaan dan perdamaian terkhusus untuk masyarakat dunia maya. Agar masyarakat bisa mendapatkan intisari islam seperti apa yang telah dibawa oleh Rasulullah SAW. Selain itu, agar masyarakat tidak terpengaruh oleh framing yang menyatakan bahwa islam itu suka marah, padahal sesungguhnya islam itu ramah.

Konten-konten dakwah tersebut disajikan dalam bentuk pesan-pesan

dan kajian. Berikut adalah konten dakwah pada fanspage GusMus Channel selama bulan Mei 2021-Oktober 2021. Dimana terdapat 37 konten berjenis gambar dan 4 konten berjenis video kajian Gus Mus.

**Tabel 3. 1**  
**Daftar Postingan**  
**Dakwah di Media Sosial**  
**Fanspage GusMus Channel**

<b>No</b>	<b>Alamat Postingan</b>	<b>Tanggal Postingan</b>	<b>Jenis Postingan</b>
	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1209966406135062">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1209966406135062</a>	1 Mei 2021	<b>Gambar</b> <b>#senyumsubuh</b>
2	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1209645032833866/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1209645032833866/</a>	1 Mei 2021	<b>Gambar</b> <b>#lenterapetang</b>
3	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214479425683760/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214479425683760/</a>	2 Mei 2021	<b>Gambar</b> <b>#senyumsubuh</b>
4	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214482302350139/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214482302350139/</a>	2 Mei 2021	<b>Gambar</b> <b>#lenterapetang</b>
5	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214479939017042/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214479939017042/</a>	<b>3 Mei 2021</b>	<b>Gambar</b> <b>#senyumsubuh</b>
<b>6</b>	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214</a>	<b>3 Mei 2021</b>	<b>Gambar</b> <b>#lenterapet</b>

	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214480379016998/">482749016761/</a>		ang
7	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214480379016998/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214480379016998/</a>	4 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
8	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/videos/296652288788070">https://web.facebook.com/GusMusChannel/videos/296652288788070</a>	4 Mei 2021	Video (Qasidat al-Burdah)
9	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214483109016725/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214483109016725/</a>	4 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
10	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214480722350297/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214480722350297/</a>	5 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
11	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214484602349909/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214484602349909/</a>	5 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
12	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214481202350249/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214481202350249/</a>	6 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
13	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214483925683310/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214483925683310/</a>	6 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
14	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1217849498680086/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1217849498680086/</a>	7 Mei 2021	Gambar #jumatcall
15	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214481695683533/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214481695683533/</a>	8 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh

16	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214485985683104/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1214485985683104/</a>	8 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
17	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219417638523272/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219417638523272/</a>	10 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
18	<a href="https://fb.watch/9FR4nuZy7y/">https://fb.watch/9FR4nuZy7y/</a>	10 Mei 2021	Video #qasidatalburdah
19	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219449955186707/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219449955186707/</a>	10 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
11	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219422205189482/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219422205189482/</a>	11 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
12	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219450625186640/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219450625186640/</a>	11 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
13	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219422945189408/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219422945189408/</a>	12 Mei 2021	Gambar #senyumsubuh
14	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219451551853214/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1219451551853214/</a>	12 Mei 2021	Gambar #lenterapetang
15	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1222304704901232/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1222304704901232/</a>	13 Mei 2021	Gambar #jumatcall
16	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1222304704901232/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1222304704901232/</a>	21 Mei 2021	Gambar

	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1226748044456898/">nnel/photos/a.770414210090286/1226748044456898/</a>		#jumatcall
17	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1231190074012695/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1231190074012695/</a>	28 Mei 2021	Gambar #jumatcall
18	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1235741710224198/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1235741710224198/</a>	4 Juni 2021	Gambar #jumatcall
19	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1239972633134439/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1239972633134439/</a>	11 Juni 2021	Gambar #jumatcall
20	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1244225049375864/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1244225049375864/</a>	18 Juni 2021	Gambar #jumatcall
21	<a href="https://fb.watch/9FSBGoCWnz/">https://fb.watch/9FSBGoCWnz/</a>	21 Juni 2021	Video
22	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1248128058985563/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1248128058985563/</a>	24 Juni 2021	Gambar #DawuhGusMus
23	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1248660708932298/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1248660708932298/</a>	25 Juni 2021	Gambar #jumatcall
24	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1253118701819832/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1253118701819832/</a>	2 Juli 2021	Gambar #jumatcall
25	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1257670131364689/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1257670131364689/</a>	9 Juli 2021	Gambar #jumatcall
26	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1257670131364689/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1257670131364689/</a>	16 Juli 2021	Gambar

	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1262206720911030/">nnel/photos/a.609016439563398/1262206720911030/</a>		#jumatcall
27	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1266587043806331/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1266587043806331/</a>	23 Juli 2021	Gambar #jumatcall
28	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1271145793350456/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1271145793350456/</a>	30 Juli 2021	Gambar #jumatcall
29	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1275705392894496/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1275705392894496/</a>	6 Agustus 2021	Gambar #jumatcall
30	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1280403429091359/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1280403429091359/</a>	13 Agustus 2021	Gambar #jumatcall
31	<a href="https://fb.watch/9FTrKLpJj2/">https://fb.watch/9FTrKLpJj2/</a>	18 Agustus 2021	Video #syukurke merdekaan
32	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1284979258633776/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1284979258633776/</a>	20 Agustus 2021	Gambar #jumatcall
33	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1284979258633776/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1284979258633776/</a>	27 Agustus 2021	Gambar #jumatcall
34	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1294153784382990/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1294153784382990/</a>	3 September 2021	Gambar #jumatcall
35	<a href="https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1298">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1298</a>	10 September 2021	Gambar #jumatcall



	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1303345943463774/">728280592207/</a>		
36	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1303345943463774/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1303345943463774/</a>	17 September 2021	Gambar #jumatcall
37	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1307943459670689/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1307943459670689/</a>	24 September 2021	Gambar #jumatcall
38	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1312581002540268/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1312581002540268/</a>	1 Oktober 2021	Gambar #jumatcall
39	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1316955792102789/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.609016439563398/1316955792102789/</a>	8 Oktober 2021	Gambar #jumatcall
40	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1326600974471604/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1326600974471604/</a>	22 Oktober 2021	Gambar #jumatcall
41	<a href="https://www.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1331282584003443/">https://web.facebook.com/GusMusChannel/photos/a.770414210090286/1331282584003443/</a>	29 Oktober 2021	Gambar #jumatcall

## **BAB IV**

### **ANALISIS MEDIA SIBER**

### **DAKWAH DI MEDIA SOSIAL**

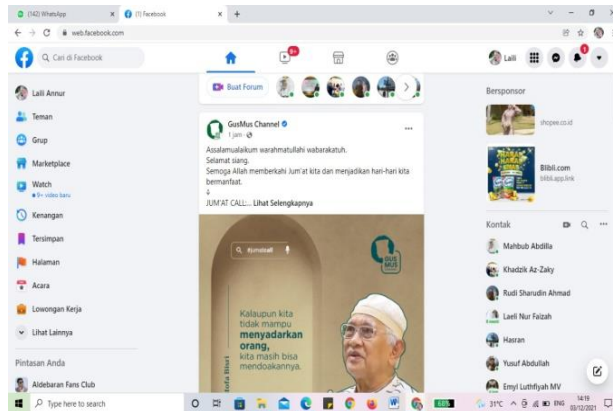
#### **A. Level Ruang Media**

Level ruang media akan mengungkap bagaimana struktur dari medium yang digunakan. Medium inilah yang akan menjadi tempat suatu budaya di dunia siber terbentuk. Kemudian, peneliti akan menguraikan dari sisi teknologi, bagaimana perangkat medium di internet berlaku dan memiliki aturan (Nasrullah, 2018 : 46). Dalam dakwah di media sosial, medium yang menjadi terbentuknya budaya dakwah adalah fanspage facebook.

Fanspage facebook biasanya sering digunakan untuk tujuan bisnis atau untuk memposting informasi baik dai perusahaan, organisasi, penggemar artis, komunitas hingga tokoh masyarakat. Orang yang mengikuti atau menyukai halaman (fanspage) akan mendapatkan pembaruan di kabar beranda ([Bagaimana cara membuat Halaman Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada 04 Desember 2021, pukul 18.24 WIB). Oleh sebab itu, meskipun secara pribadi belum menyukai fanspage tersebut, jika mengikutinya akan tetap mendapatkan pemberitahuan terbaru.

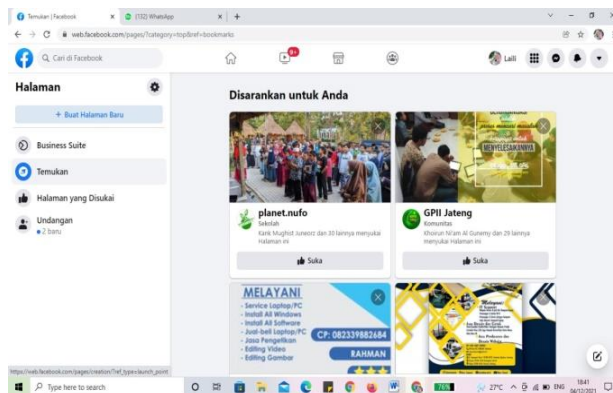
Untuk membuat fanspage (halaman) pada facebook, setiap orang harus memiliki akun facebook terlebih dahulu. Selanjutnya, dalam proses pembuatan halaman facebook bisa juga diakses dengan menggunakan PC, android, IOS dan lain sebagainya. Berikut prosedur untuk membuat sebuah halaman, melalui PC :

1. Log in ke akun facebook pribadi
2. Pada bagian beranda pilih bagian halaman



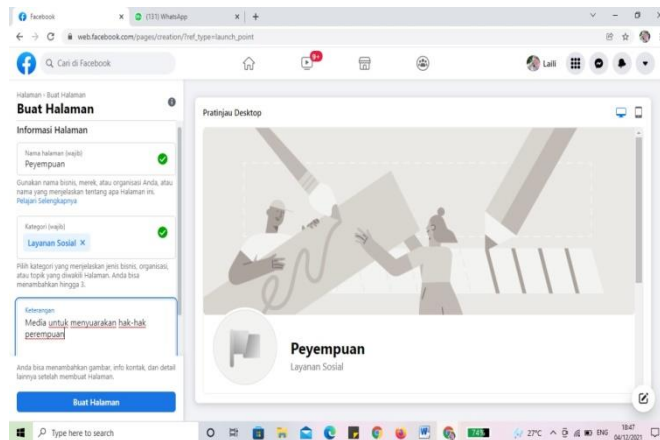
**Gambar 4. 1** Prosedur Membuat Fanspage Facebook

### 3. Kemudian, pilih buat halaman baru



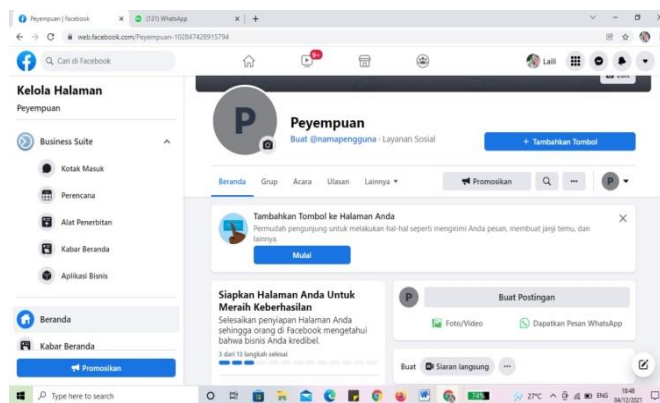
**Gambar 4. 2** Prosedur Membuat Fanspage Facebook

4. Mulailah mengisi informasi untuk halaman, mulai dari nama, kategori halaman dan keterangan. Pada bagian kategori, bisa memilih yang relevan dengan halaman, misalnya situs web, layanan sosial dan lain sebagainya. Sedangkan, pada keterangan bisa diisi tujuan halaman atau isi konten dari halaman tersebut. Selanjutnya pilih buat halaman.



**Gambar 4. 3** *Prosedur Membuat Fanspage Facebook*

- Fanspage sudah bisa digunakan dan bisa dilengkapi beberapa informasi lain yang dibutuhkan. Seperti nama pengguna, foto profil, foto sampul dan lain-lain.



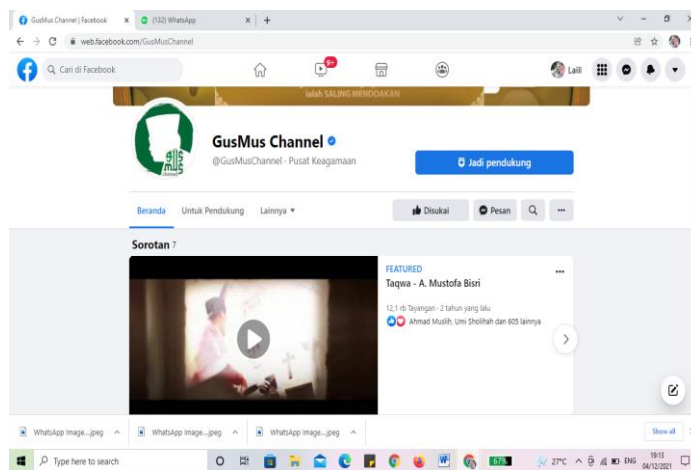
**Gambar 4. 4** *Prosedur Membuat Fanspage Facebook*

Fanspage facebook sering digunakan tidak hanya untuk tujuan bisnis dan pertukaran informasi. Tetapi juga untuk kegiatan dakwah. Salah satunya adalah fanspage Gus Mus Channel yang menjadikan media tersebut untuk berdakwah. .

Fanspage facebook berbeda dengan akun facebook pribadi. Jika pada akun facebook pribadi, untuk bisa melihat profil seseorang atau

pemberitahuan mengenai seseorang, kita harus berteman dengan orang tersebut. Tetapi, pada fanspage, jika ingin mendapat pemberitahuan informasi, cukup dengan mengikuti fanspage tersebut dan juga bisa memberi like pada halaman. Selain itu, dalam satu akun facebook, bisa digunakan untuk mengelola beberapa fanspage. Informasi yang dapat diposting dalam fanspage juga berbagai macam, mulai dari foto, video, tulisan biasa, hingga jadwal acara.

Seperti dalam fanspage facebook GusMus Channel, yang telah memposting beberapa jenis postingan mulai dari foto yang berisi quote, video siaran langsung, video kajian, hingga jadwal acara. Berikut tampilan pada fanspage facebook GusMus Channel.

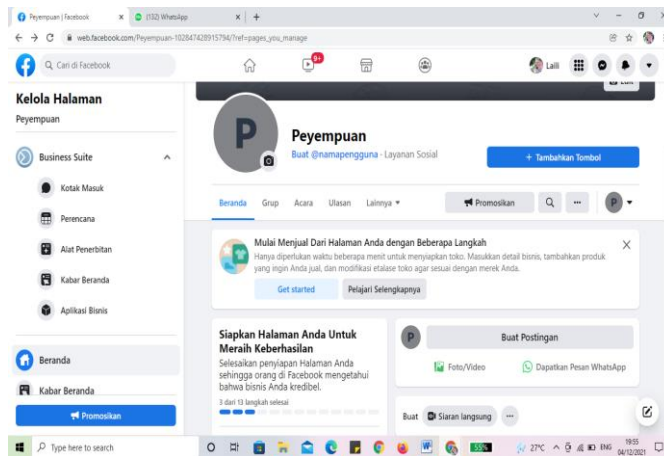


**Gambar 4. 5 Profil Fanspage Facebook GusMus Channel**

Fanspage facebook Gusmus Channel adalah sebuah situs komunitas virtual yang digunakan untuk menyebarkan dakwah Gus Mus kepada pengguna facebook. Fanspage GusMus merupakan kepanjangan tangan dari channel youtube GusMus Channel yang merupakan media resmi dari K.H. Ahmad Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan sebutan Gus Mus. Akun fanspage tersebut dibentuk pada tanggal 26 Februari 2019

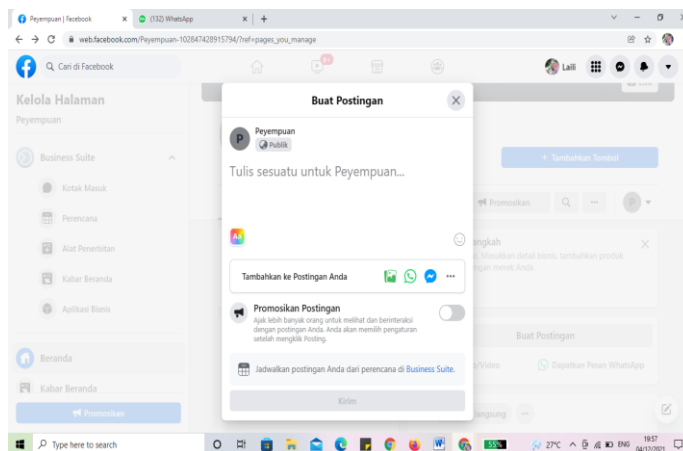
([https://web.facebook.com/GusMusChannel/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/GusMusChannel/?ref=page_internal)), diakses pada 04 Desember 2021, pukul 19.43 WIB)

Untuk mempublikasikan konten juga terdapat beberapa prosedur yang harus dilakukan, berikut prosedur yang perlu dilakukan.



**Gambar 4. 6** Prosedur Membuat Fanspage Facebook

Setelah masuk pada beranda fanspage, pemilik bisa memilih menu buat postingan, jika ingin mengupload konten.



**Gambar 4. 7** Prosedur Membuat Fanspage Facebook

Kemudian, setelah memilih menu buat postingan, akan muncul menu seperti gambar di atas. Pemilik akun bisa mengupload berbagai macam konten, baik berupa foto, video, maupun tulisan biasa. Bahkan pemilik juga bisa menggunakan fitur siaran langsung. Seperti yang ada pada media sosial youtube dan instagram.

Dalam fanspage juga terdapat fitur insight yang berfungsi untuk mengetahui *traffic* pembaca atau penonton konten, jenis konten apa saja yang mereka sukai. Sehingga admin dapat memahami cara orang berinteraksi, melihat kinerja halaman, dan mempelajari postingan yang mendapatkan interaksi paling banyak dan melihat waktu online pemirsa di Facebook ([Di mana saya bisa melihat Insight Halaman di Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada tanggal 4 Desember 2021, pukul 20.11 WIB)

Pada fitur fanspage facebook, admin fanspage juga bisa mengatur kiriman dan komentar pengujung, sehingga apabila ada kata-kata atau konten kiriman yang melanggar dan disclaimer pemilik bisa mengambil tindakan dengan cara memblokir akun tersebut. Admin juga bisa mengaktifkan filter kata kotor, agar kiriman yang mengandung kata kotor bisa otomatis tersembunyikan dari tampilan fanspage.

Dengan adanya struktur media fanspage facebook, maka fanspage bisa digunakan untuk membangun budaya-budaya positif dalam dunia maya, terkhusus budaya dakwah. Adanya keluasan fitur baik berupa video, foto maupun tulisan dapat mempermudah orang memahami postingan yang diunggah dalam fanspage. Pemilik akun (admin) juga bisa mengontrol penuh, segala bentuk kiriman dan interaksi pengguna.

Untuk prosedur publikasian konten dalam fanspage GusMus Channel adalah dengan cara tim mengolah konten yang akan dipublish, setelah itu tim akan mengupload konten dalam fanspage tersebut.

*“Konten yang ada diolah terlebih dahulu oleh tim. Setelahnya diunggah ke beberapa medsos yang dikelola oleh Tim GusMus Channel.”*

(Wawancara dengan Kang Hanan, Tim GusMus Channel, 3 Desember 2021, via Whatsapp).

Dalam fanspage GusMus Channel, admin juga memberikan kesempatan dan keleluasaan bagi pengikut untuk memberikan kiraman-kirimin di halaman tersebut. Selain itu, dalam bio fanspage tersebut juga menautkan link pada youtube, instagram dan twitter sehingga bisa langsung terhubung.

## **B. Level Dokumen Media**

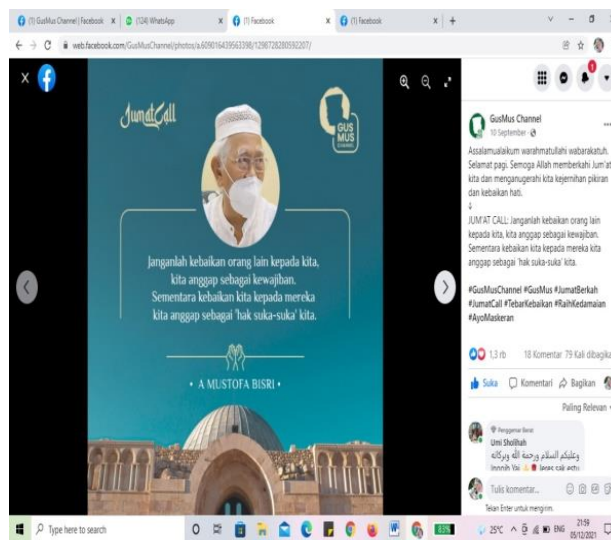
Level ini mengungkapkan bagaimana isi dari sebuah teks dan maknanya yang dipublikasikan melalui media siber fanspage facebook. Teks yang dibangun oleh pengguna (encoding) akan menjadi sorotan yang penting pada level ini untuk diterjemahkan (decoding). Karena pada level inilah peneliti media siber akan mengetahui bagaimana representasi dari pengguna itu sendiri. Teks tidak hanya mewakili pendapat ataupun opini pengguna di media siber, tapi teks juga menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas khalya. Maka, dalam level ini peneliti akan melihat bagaimana teks yang dipublikasikan melalui media siber itu menjadi perhatian yang terfokus pada teks, baik itu kalimat, foto, maupun perwakilan visual lainnya. (Nasrullah, 2014 :30).

Fanspage facebook GusMus Channel menyajikan dua bentuk konten, yaitu berupa foto (quotes) yang berisi pesan pesan dan video yang berisi kajian-kajian materi dari K.H. A. Mustofa Bisri. Dakwah yang disampaikan dalam fanspage tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan damai kepada para pengguna facebook, bahwa islam adalah rahmat bagi seluruh alam (Islam Rahmatan Lil Alamin) (Wawancara dengan Kang Hanan, Tim GusMus Channel, 3 Desember 2021, via Whatsapp).

Selain itu, dalam bio fanspage facebook GusMus Channel juga tertulis bahwa fanspage tersebut merupakan media penyebaran pesan-pesan



menyejukkan dari Gus Mus mengenai agama, kemanusiaan dan keindonesiaan. Oleh karena itu, pesan dakwah yang disampaikan dalam fanspage tersebut berisi tentang pesan-pesan untuk menghargai sesama manusia (kemanusiaan), menghindari kebencian, menghindari kekerasan, hati-hati dalam bertindak dan berbicara, dan lain sebagainya. Seperti postingan yang ada dibawah ini.

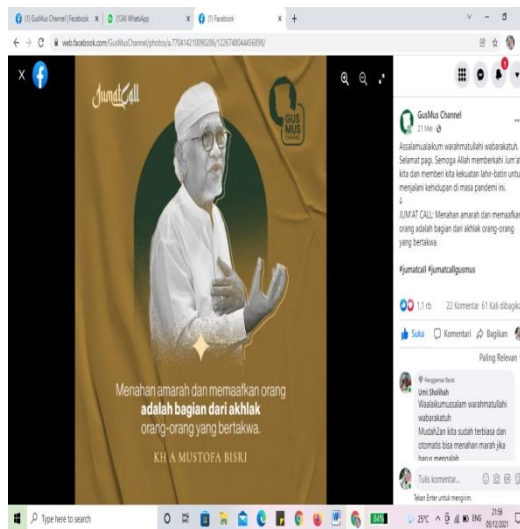


**Gambar 4. 8 Postingan Fanspage Facebook**

#### **GusMus Channel**

Seperti yang terlihat dalam postingan tanggal 1 Oktober 2021 (Gambar 4.8), Gus Mus menyampaikan dakwahnya dengan metode *al-Mau'idhatil Hasanah* berupa memberikan petunjuk bahwa kita sebagai manusia harus saling menasehati dalam amar makruf dan nahi munkar. Beliau juga menyampaikan bahwa kritik tetap diperlukan untuk kebaikan sesama dan untuk melakukannya diperlukan niat dan cara yang baik. Dakwah yang disampaikan oleh Gus Mus merupakan dakwah yang mengandung nilai-nilai kemanusiaan dan semangat nasionalisme. Sebab, dalam pandangan beberapa masyarakat kritik dianggap sesuatu yang tabu, tidak baik, dan mengarah pada hal-hal yang negatif serta menjatuhkan.

Melalui postingan dakwah tersebut Gus Mus ingin menyampaikan bahwa kritik yang membangun sangat diperlukan, agar kita bisa terus berbenah dan melakukan perbaikan. Namun, niat dan cara menyampaikan kritik harus diluruskan terlebih dahulu, agar tidak muncul ujaran kebencian.



**Gambar 4. 9 Postingan Fanspage Facebook  
GusMus Channel**

Selanjutnya, postingan pada tanggal 21 Mei 2021 (Gambar 4.9) dalam postingan tersebut Gus Mus menyampaikan pesan dakwah bahwa menahan amarah dan memaafkan orang lain adalah bagian dari akhlak orang-orang yang bertakwa. Sebagai manusia, tentu terkadang kita tidak lepas dari perbuatan tercela, salah satunya adalah sering marah. Namun, diposting tersebut Gus Mus ingin mengingatkan kita bahwa sikap marah itu tidak bai, maka kita harus bisa menahannya dan ketika kita bisa memaafkan orang lain yang telah berbuat salah kepada kita, maka artinya kita sedang menanamkan akhlak padadiri kita yang termasuk bagian dari orang-orang yang bertakwa.

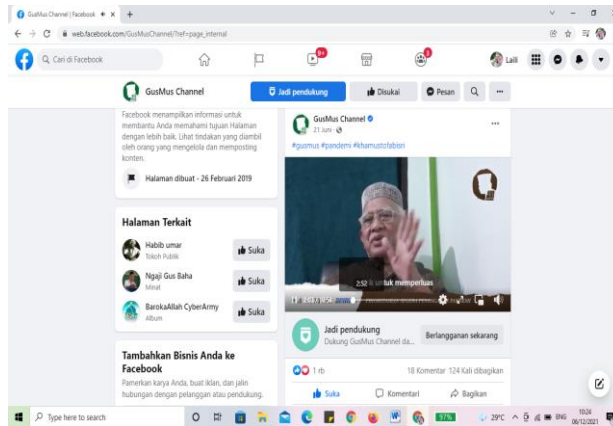


**Gambar 4. 10 Postingan Fanspage Facebook**

#### **Gus Mus Channel**

Kemudian postingan pada tanggal 30 Juli 2021 (Gambar 4.10), Gus Mus menyampaikan kalimat “Bisakah kita (semoga bisa) membahagiakan diri sendiri tanpa menyakiti orang lain”. Dakwah yang disampaikan, tidak hanya sekedar ajakan tapi juga do’a untuk sesama manusia. Selain itu juga sebagai bentuk peringatan berupa pesan-pesan positif (*al-Mau’idhatil Hasanah*) kepada mad’u. Bahwa semoga kita bisa bahagia tanpa menyakiti orang yang ada disekitar kita. Sebab, terkadang manusia dengan sifat serakahnya sering lalai dan mengabaikan orang disekelilingnya. Terkadang juga menghalalkan segala cara untuk dapat bahagia, meskipun yang lain tersiksa. Gus Mus dalam quotes dakwahnya ingin menyampaikan dan mengajak kepada manusia untuk terus menebar nilai-nilai kemanusiaan dalam kehidupan bermasyarakat.

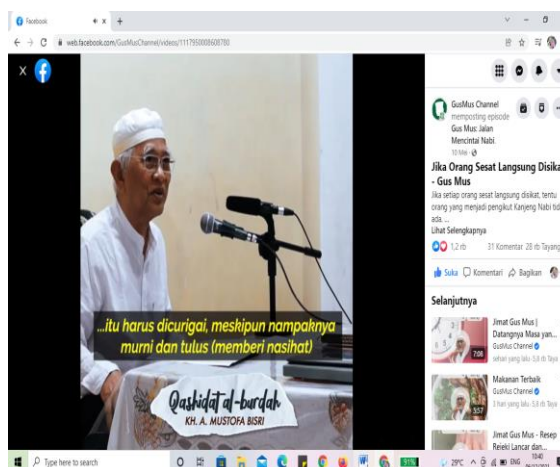
Selain postingan gambar, Gus Mus Channel juga menyajikan dakwah melalui video. seperti postingan dibawah ini.



**Gambar 4 11 Postingan Fanspage Facebook**

### **Gus Mus Channel**

Pada postingan 21 Juni 2021 (Gambar 4.11). Gus Mus menyampaikan dakwah dengan bijaksana (al-Hikmah) kepada masyarakat virtual sebagai nasehat dan ajakan untuk peduli dan tidak menganggap remeh pandemi. Dengan selalu mencuci tangan, menjaga jarak, dan memakai masker serta senantiasa memohon ampun kepada Allah SWT untuk kebaikan dan kemaslahatan bersama sebagai wujud peduli terhadap nilai-nilai kemanusiaan. Selain itu, kita sebagai masyarakat juga diajak untuk mendukung pemerintah dalam menghadapi pandemi.



**Gambar 4. 12 Postingan Fanspage Facebook**

### **GusMus Channel**

Selanjutnya pada postingan tanggal 10 Mei 2021 (Gambar 4.12), Gus Mus memberikan kajian tentang *Qasidat Al-Burdah*. Beliau menceritakan sirah nabawiyah (*al-Mau'idhatil Hasanah*) tentang orang-orang yang sesat. Bahwa, orang yang sesat atau sedang tersesat tidak boleh langsung disikat. Tetapi harus dinasehi dan diajak kembali ke jalan yang benar, sesuai dengan tuntunan Rasulullah SAW. Ini menunjukkan bahwa islam adalah agama yang benarbenar ramah dan penuh kasih sayang.

Dalam beberapa postingan pada fanspage facebook GusMus Channel, dakwah yang disampaikan menggunakan metode *al-Hikmah dan al-Mau'idhotil Hasanah*. *Al-Hikmah* berarti bijaksana atau bisa diartikan sebagai menempatkan sesuatu pada tempatnya, dengan menyesuaikan keadaan zaman. Sedangkan, *al-Mau'idhatil hasanah* berarti dakwah disampaikan dengan menggunakan metode nasehat yang baik, yang bisa diterima dan berkenan dihati.

Dalam proses pembuatan konten yang ada di fanspage facebook Gus Mus Channel, tim melakukan penyeleksian terlebih dahulu. Hal tersebut bertujuan untuk menentukan kelayakan isi konten yang akan diunggah dalam fanspage facebook Gus Mus Channel.

*“Tim melakukan seleksi konten terlebih dahulu, jika sekiranya layak, baru diunggah dalam fanspage GusMus Channel”* (Wawancara dengan Kang Hanan, Tim GusMus Channel, 3 Desember 2021, Via Whatsapp)

Sedangkan, isi konten bersumber dari video ngaji Gus Mus dan apa saja yang pernah disampaikan oleh Gus Mus. Konten yang diposting berlaku untu semua khalayak. Seperti yang disampaikan oleh salah satu Tim Gus Mus Channel.

*“Konten yang disajikan dalam Gus Mus Channel ditujukan untuk semua orang di berbagai elemen masyarakat”* (Wawancara dengan Kang Hanan, Tim GusMus Channel, via whatsapp)

Dalam setiap unggahan konten, fanspage facebook GusMus Channel juga sering mencabtumkan tagar, seperti #Jumatcall #lenterapetang #GuMus #senyumsubuh #GusMusChannel #TebarKebaikan #RaihKedamaian, dan lain sebagainya. Tagar tersebut berfungsi untuk membantu agar orang lebih mudah menemukan apa yang dikatakan orang lain tentang topic tertentu dan berpartisipasi dalam percakapan ([Seperti Twitter, Facebook Dukung Tagar \(kompas.com\)](#), diakses pada tanggal 6 Desember 2021, pukul 11.43 WIB)

Dalam fanspage tersebut, juga tercipta budaya siber (cyber culture), yaitu fanspage facebook sebagai medium atau tempat terbentuknya budaya. Sebab, fanspage merupakan bagian dari komunitas virtual. Dimana admin sebagai founder dan followers sebagai anggota dari komunitas tersebut. Selain itu pemilihan warna design dalam setiap unggahan quotes, terkadang memiliki tujuan tertentu. Dalam fanspage GusMus channel memang bertujuan untuk menyampaikan dakwah-dakwah yang menyejukkan. Sehingga, admin dan tim designer sengaja memilih tone warna alam yang *soft*.

“Tidak ada pemilihan warna khusus dalam pembuatan konten. Hanya saja desainer kita sepakat untuk mengambil warna alam yang kalem dan menyejukkan.” (Wawancara dengan Kang Hanan)

Admin juga berusaha memberikan sajian yang menarik dalam postingan video dakwah yang disampaikan oleh Gus Mus. Sebab, dalam dakwahnya Gus Mus biasa menggunakan bahasa jawa, sedangkan pengikutnya tidak semuanya paham dengan bahasa tersebut. Admin dan tim Gusmus Channel lalu membuat video yang bersubtitile Indonesia, agar orang-orang yang menjadi pengikut GusMus Channel paham dan bisa menangkap apa yang disampaikan oleh Gus Mus.

### **C. Level Objek Media**

Level ini digunakan untuk melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna atau antarpengguna dalam media siber. Dalam level ini, data

penelitian berasal dari teks atau konteks yang ada di media siber. (Nasrullah, 2017 :56)

Dalam fanspage facebook GusMus Channel terdapat interaksi atau aktivitas yang dilakukan oleh para pengikutnya. Interaksi ini terjadi ketika mad'u membuka fanspage facebook GusMus Channel kemudian memberikan like seperti yang peneliti lakukan sejak mengikuti fanspage facebook GusMus Channel.



**Gambar 4. 13 Postingan “Like” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel**

Selain itu, beberapa pengikut atau mad'u juga memberikan tanggapan di kolom komentar yang terdapat pada postingan fanspage facebook GusMus Channel. Tanggapannya juga bermacam-macam, ada yang memberikan ucapan terima kasih, ada juga yang berkomentar *aamiin*, kalimat kalimat *alhamdulillah*, *masya allah*, *subhanallah* dan lain sebagainya.



**Gambar 4. 14 Postingan “Komentar” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel**

Ada juga yang membagikan postingan GusMus Channel melalui tombol “bagikan/share”. Sehingga postingan secara otomatis ditampilkan di profil pribadi dan dapat dilihat oleh teman facebook.



**Gambar 4. 15 Postingan “Share” Pada Fanspage Facebook GusMus Channel**

Para mad’u atau pengikut yang memberikan komentar, like atau membagikan postingan dakwah yang ada pada fanspage GusMus Channel, juga memiliki motif yang berbagai macam. Misalnya bagi Abdullah, salah satu pengikut fanspage tersebut, dia memberi like sebagai bentuk apresiasi kepada Gus Mus karena sudah mengingatkan dan mengajak pada kebaikan serta



memberikan ilmu yang bermanfaat. Selain itu, ia memang menyukai pemikiran-pemikiran Gus Mus.

*“Pernah. Lebih sering memberikan like. Sebagai apresiasi terhadap konten dakwah yang disajikan dalam GusMus Channel. Dan saya menyukai pemikiran-pemikiran Gus .”* (Wawancara dengan Yusuf Abdullah, Pengikut Gus Mus Channel, pada tanggal 4 Desember 2021, via whatsapp)

Selanjutnya, aktivitas lain yang terjadi dalam fanspage tersebut adalah admin akan membalas setiap pertanyaan atau tanggapan dari pengikut yang dianggap penting. “Admin channel selalu berkoordinasi dgn seluruh tim dalam merespon setiap interaksi dari pengikut yang dirasa urgent. Baik berupa DM atau pun komentar” (Wawancara dengan Kang Hanan, salah satu Tim Gus Mus Channel)

Selain itu, dalam fanspage facebook GusMus Channel, interaksi bisa terjadi karena adanya keterlibatan tokoh publik yang dikenal masyarakat, dalam hal ini yakin K.H. A. Mustofa Bisri. Hal ini bisa kita lihat dari narasumber yang menjadi pengikut fanspage GusMmus Channel, Yusuf Abdullah. Bahwa ia mengikuti fanspage tersebut karena Gus Mus merupakan sosok Kiyai yang terkenal moderat dan selalu menyampaikan pesan-pesan perdamaian kepada masyarakat.

*“Karena saya mengenal Gus Mus sebagai sosok kiyai yang moderat dan konten dakwah yang disajikan dalam fanspage GusMus Channel mengarah pada dakwah-dakwah kemanusiaan dan perdamaian islam”* (Wawancara dengan Yusuf Abdullah, salah satu pengikut GusMus Channel)

Kehadiran fanspage facebook sebagai salah satu bentuk komunitas virtual juga memunculkan suatu realitas sosial yang baru. Realitas ini tidak bisa berdiri sendiri, layaknya di dunia nyata. Tetapi realitas ini didukung oleh kehadiran teknologi internet. Seperti dalam teori realitas sosial siber, bahwa dimensi waktu dan ruang menentukan pembentukan budaya.

Dalam fanspage GusMus Channel, dimensi waktu tidak hanya

diwujudkan dalam bentuk jam dan juga tanggal postingan tersebut dipublikasikan. Tetapi juga dari kronologi realitas sosial yang terjadi. Misalnya, seperti yang dialami oleh penulis yang mendapatkan predikat penggemar berat karena sering mengunjungi fanspage facebook dan ikut berinteraksi di sana. Ada juga dalam konten yang bernama Jum'at Call, yang setiap hari jum'at rutin memposting dakwah Gus Mus berupa quotes-quotes yang berisi pesan-pesan islam ramah.



Gambar 4. 16 Predikat Penggemar Berat Fanspage

#### Facebook GusMus Channel

Kemudian dalam dimensi ruang, dalam realitas sosial siber konsep ruang tidak hanya menjadi medium untuk mengunggah konten saja. Tetapi juga menjadi area untuk memaknai realitas virtual, yang menjadi budaya di internet. Pengaruh ruang di sini juga mempengaruhi bagaimana suatu budaya di ruang virtual bisa terbentuk. Misalnya, jika dalam fanspage GusMus Channel ialah dakwah-dakwah yang disampaikan lebih ramah, mengarah kepada dakwah kemanusiaan dan perdamaian yang disajikan melalui konten-konten berupa foto dan video.

“Fanspage facebook dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan pesan damai dari Gus Mus kepada para pengguna Facebook sehingga bisa

membantu untuk proses penyampaian *Islam Rahmatan lil Alamin* di Facebook” (Wawancara dengan Kang Hanan, salah satu Tim GusMus Channel)

#### **D. Level Pengalaman**

Level pengalaman atau *experiential stories* merupakan level yang memberikan gambaran secara makro, bagaimana masyarakat atau anggota komunitas di dunia offline. Dengan maksud bahwa apa yang terjadi di dunia online memiliki keterkaitan atau hubungan dengan dunia nyata (Nasrullah, 2017:55). Oleh karena itu dalam level ini, peneliti menghubungkan realitas yang terjadi di dunia maya dengan realitas yang terjadi di dunia nyata (offline).

Konstruksi teks dakwah yang dibangun dalam fanspage tentu punya tujuan dan motif tersendiri, terkhusus dalam fanspage facebook GusMus Channel. Entitas mengkonstruksi teks dengan tujuan untuk memberi pesan dakwah bahwa islam adalah agama yang ramah sesuai intisari ajaran yang telah dibawa oleh Rasulullah.

*“Motif yang mendasari pembuatan fanspage ini adalah agar masyarakat bisa mendapatkan intisari Islam seperti apa yang telah dibawa oleh Rasulullah SAW. Selain itu agar masyarakat tidak terpengaruh framing yang menyatakan bahwa Islam itu suka marah, padahal sesungguhnya Islam itu ramah.”* (Wawancara dengan Kang Hanan, salah satu Tim GusMus Channel)

Fanspage GusMus Channel, merupakan platform media sosial yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dari Gus Mus dan merupakan kepanjangan tangan dari youtube GusMus Channel. Selain itu pembuatan konten-konten dakwahnya juga berdasarkan isu yang sedang viral yang berkaitan dengan kehidupan bermasyarakat. Konten dakwah dibuat semenarik mungkin agar orang tertarik mengunjungi fanspage tersebut.

*“Agar orang-orang tertarik mengunjungi fanspage, yang kami*

*lakukan adalah selalu memperbarui atau mengupdate konten, khususnya yang bisa memberikan pencerahan kepada masyarakat.”* (Wawancara dengan Kang Hanan, salah satu Tim GusMus Channel)

Konstruksi teks yang dibangun tentu sejalan dengan apa yang terjadi dengan para pengikut fanspage GusMus Channel. Bagi para pengikut, postingan-postingan yang ada dalam fanspage memiliki nilai-nilai dan manfaat tersendiri bagi pembacanya atau penonton videonya.

Seperti yang dialami oleh Abdullah. Menurutnya quotes-quotes dakwah yang disampaikan dalam fanspage GusMus Channel, kadang berdekatan atau sesuai dengan yang sedang dialami. Sehingga lebih mudah dipahami dan diikuti.

*“ Dakwah yang disampaikan dalam fanspage tersebut sedikit atau banyak tentu memberikan pengaruh dalam hidup saya. Karena dakwah yang disampaikan sangat lekat dengan yang kita alami dalam kehidupan bermasyarakat.”* (Wawancara dengan Yusuf Abdullah, salah satu pengikut GusMus Channel)

Berbeda dengan Abdullah, justru ada juga salah satu pengikut yang merasa bahwa sesjatinya sebagai manusia memang mempunyai prinsip bagaimana mengelola emosi, berperilaku kepada orang lain dan beribadah kepada Allah SWT. Yang masih menjadi PR adalah pengimplementasian apa yang telah disampaikan dalam quotes-quotes dakwah GusMus Channel.

*“Tetap berpengaruh, sebagai manusia kita punya prinsip bagaimana cara kita mengelola emosi, berperilaku terhadap orang lain dan beribadah kepada Tuhan. Maka saya mengatakan bahwa ada pengaruh, tentu saja tetap PR besarnya adalah bagaimana kita bisa mengimplemantiskan apa yang telah kita baca pada quotes tersebut dalam kehidupan sehari-hari.”* (Wawancara dengan Dewi Robiah, salah satu pengikut Gusms Channel, Jl. Tanjungsari Barat II, Ngaliyan”

Bedasarkan pernyataan yang telah disampaikan oleh pengikut GusMus

Channel, ini menunjukkan bahwa ada relasi antara konten dakwah yang dipublikasikan melalui fanspage facebook dengan kehidupan yang dialami dalam dunia nyata. Selain konstruksi teks yang dibangun berdasarkan pengalaman-pengalaman yang sering dialami masyarakat, substansi pesan dakwah yang pada dasarnya sengaja diciptakan untuk menunjukkan islam yang ramah, juga sesuai dengan pendapat [pengikut fanspage, yang menganggap bahwa konten-konten dakwah di dalam fanspage facebook GusMus Channel mengandung unsur-unsur perdamaian, cara menghadapi isu-isu sosial yang ada dimasyarakat, dan juga dakwah yang disampaikan terlihat memiliki toleransi yang tinggi.

Internet sebagai medium dalam penyebaran informasi yang begitu cepat juga memberikan kemudahan orang untuk mengakses dan menerima informasi dengan mudah. Sehingga, tidak dipungkiri bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan di dunia maya bisa terimplementasikan dalam dunia nyata. Followers atau mad'u dalam fanspage facebook GusMus Channel juga menilai bahwa konten-konten dakwah yang ada mengajak atau memberikan solusi untuk menyikapi isu-isu masalah sosial yang ada dalam masyarakat. seperti yang disampaikan oleh Dewi Robiah, salah satu pengikut GusMus Channel.

*“Menurut saya, beberapa postingan gus mus berisi tentang menyikapi apa yang terjadi hari ini. Gus mus memberikan respon terhadap isu-isu sosial atau sesuatu yang massal terjadi di masyarakat tentang cara islam memandu kita dalam keseharian. Misal, bagaimana cara kita menghadapi orang yang membenci kita. Dan dakwah yang disampaikan lebih kepada bagaimana cara kita menebar kasih sayang terhadap diri kita sendiri maupun orang lain.”*

(Wawancara dengan Dewi Robiah, salah satu pengikut GusMus Channel)

Sama halnya dengan Abdullah, salah satu pengikut fanspage. Bahwa konten dakwah yang disampaikan oleh GusMus Channel, tidak menggembor-gemborkan perbedaan dan justru memperlihatkan adanya

sebuah sikap toleransi yang tinggi dalam kehidupan bermasyarakat.

*“Menurut saya isu-isu dakwah yang disampaikan adalah yang tidak menggembor-gemborkan perbedaan. Karena setau saya, Gus Mus merupakan sosok tokoh agama yang mempunyai toleransi tinggi.”*(Wawancara dengan Yusuf Abdullah, salah satu pengikut GusMus Channel)

Hal inilah yang membuat akun dakwah GusMus Channel berbeda sehingga membentuk sebuah budaya. Karena pesan-pesan yang disampaikan dalam fanspage GusMus Channel mengandung nilai nilai perdamaian dan kemanusiaan. Konten-konten dakwahnya berupa ajakan untuk tidak saling membenci, tidak saling menyakiti sesama manusia dan lain sebagainya.

Sedangkan untuk pengembangan konten dalam fanspage facebook GusMus Channel, ke depannya akan ada pembaharuan-pembaharuan, agar orang-orang semakin tertarik dengan dakwah yang disampaikan oleh Gus Mus. *“GusMus Channel selalu menyajikan konten yang dinamis dari segi isi dan tampilan. Bahkan sering dalam momentum-momentum tertentu, GMC selalu membuat paket konten yg tematik. Misalnya 'Senyum Subuh' pada waktu bulan Ramadhan.”*

## **Bab V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis data terhadap dakwah di media sosial pada fanspage facebook GusMus Channel periode Mei-Oktober 2021 dengan menggunakan metode Analisis Media Siber yang ditawarkan oleh Rulli Nasrullah untuk melihat budaya dakwah yang ada di media. Penulis, memberikan kesimpulan bahwa:

1. Fanspage facebook GusMus Channel merupakan akun resmi mengenai tokoh masyarakat dan tokoh masyarakat yang ditunjuk pada fanspage ini adalah K.H A. Mustofa Bisri atau akrab disapa Gus Mus. Fanspage facebook GusMus Channel adalah sebuah halaman komunitas di facebook yang digunakan untuk menjaring mad'u yang memiliki ketertarikan terhadap dakwah yang dibawakan oleh GusMus. Siapa pun dapat terhubung ke fanspage tersebut selama sudah memiliki akun facebook pribadi.
2. Dokumen media yang ada dalam fanspage facebook GusMus Channel berbentuk gambar berupa quotes-quotes dakwah Gus Mus dan Video Kajian. Isi konten yang terdapat dalam fanspage tersebut berupa dakwah-dakwah mengenai agama, kemanusiaan dan ke Indonesian yang dikelola langsung oleh tim GusMus Channel. Konten yang disajikan dalam fanspage tersebut berasal dari video ngaji Gus Mus dan kata-kata mutiara yang disampaikan langsung oleh Gus Mus.
3. Selanjutnya dalam objek media yang ada dalam fanspage facebook GusMus Channel, peneliti melihat adanya aktivitas serta interaksi yang dilakukan oleh mad'u (pengikut) fanspage facebook tersebut. Aktivitasnya berupa memberikan like dan komentar dalam setiap postingan dakwah GusMus Channel serta mengeshare konten yang terdapat dalam fanspage tersebut.

4. Dalam level pengalaman media yang ada dalam fanspage facebook GusMus Channel, peneliti memberikan kesimpulan bahwa alasan mad'u mengikuti fanspage tersebut adalah karena dakwah dan nasehat yang disampaikan oleh GusMus sangat lekat dan dekat dengan masyarakat karena mengangkat isu-isu sosial yang massal terjadi. Selain itu dakwah yang disampaikan juga mengandung nilai-nilai perdamaian dan sebagai manusia tidak boleh saling membenci serta harus bisa saling memaafkan. Sehingga hal tersebut memunculkan budaya baru di dunia maya, sebab dengan mengikuti fanspage tersebut, pengikut bisa mendapatkan alarm-alarm positif dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Dan ini tentu memiliki keterkaitan juga dengan dunia offline, bahwa dakwah yang telah disampaikan dalam fanspage tersebut bisa memberikan dampak perubahan ke arah positif yang terimplementasikan dalam dunia nyata.

## **B. Saran**

Mengingat teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, maka ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Diantaranya sebagai berikut :

1. Terkhusus untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam harus bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Harus lebih pandai menyaring informasi sebelum membagikannya ke media sosial agar tidak menimbulkan perpecahan. Selain itu, gunakanlah media sosial untuk menebar hal-hal positif, jangan malah sebaliknya.
2. Saran yang penulis dapat sampaikan kepada pengelola Mmedia GusMus Channel adalah terus meningkatkan konten-konten dakwah islam yang ramah serta perlu mengembangkan konten-konten yang lebih menarik lagi yang jangkauannya lebih luas.



### **C. Penutup**

Alhamdulillah atas pertolongan Allah SWT, serta dukungan dan arahan dari berbagai pihak, skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar. Meski demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik secara substansi maupun teknis penulisan. Sebab itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun dengan harapan penulisan skripsi generasi selanjutnya lebih baik lagi, baik dalam substansi maupun metodologi

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Andi dan MADCOMS. 2009. *Gaul Berteman Lewat Facebook*. Yogyakarta : CV Andi Ooffiset.
- Anshari, Abu Ashma, dkk. 2005. *Ngetan Ngulon Ketemu Gus Mus*. Semarang: HMT Foundation.
- Ardian, Moh. 2006. *Memahami Permasalahan Fikih Dakwah*. Jakarta : Mitra Cahaya Utama.
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta : Raja Grafiika Kencana.
- Birowo, Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Gintanyali.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Al-Hisyam, Firdaus dan Rudy Haryono. 2006. *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia-Inggris*. Surabaya : Gitamedia Press
- Kementrian Agama R.I. 2012. *Al-Quran dan Terjemah New Cordova*, Bandung: Syamil Quran.
- Kurniali, Sartika. 2009. *Step by Step Facebook*. Jakarta : PT. Elek Media Kompitundo.
- Mcquail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Munir, M. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta : Kencana.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor Selatan : Ghalia Indonesia.
- Rulli Nasrullah. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.

- \_\_\_\_\_. 2017. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Etnografi Virtual : Riset Komunikasi, Budaya, dan*
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sukayat, 2009. *Tata Quantum Dakwah*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suryabrata Sumadi. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Team, Ninja. 2009. *Facebook Untuk Semua Orang, Untuk Semua Urusan*. Jakarta : PT. Jasakom.
- Widjajanto Kenmada, dkk. *Perencanaan Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. 2013. Bandung : CV Ultimus.
- Yusuf, Akhyar Lubis. 2016. *Postmoderrnisme : Teori dan Metode*. Jakarta: Grafindo Persada.

### **Jurnal dan Skripsi**

- Alamsyah, Ryan. 2018. *Analisis Media Siber Islami di Instagram Memecomic.Islam*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anam, Muhammad Khoirul. 2017. *Pendidikan Karakter Perspektif K.H. A. Muostofa Bisri; Implementasinya dalam Pendidikan Formal*. SkripsiI Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.
- Burhanuddin, Aan Muhammad.. 2019. *Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati. 10 (2).
- Laila, Itsna Noor. 2012. *Pemikiran Pendidikan Islam K.H. A. Mustofa Bisri*. Tesis Pascasarjana UIN Maulan amalik Ibrahim Malang.
- Muhtar, Alvin Afif. 2021. *Ruang Publik dan Dakwah di Media Sosial*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Ampel, 21 (1).

- Mulia, Bella Nadyantana. 2018. *Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwahh (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)*. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo.
- Mutiawati, Imas. 2018. *Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.
- Ningrum, Ulfah Nur Aini. 2017. *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Yulianto, Rifan Tri. 2020. *Dakwah Digital : Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*. Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.

### **Internet**

- [Apa perbedaan antara profil, Halaman, dan grup di Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada 03 Desember 2021 pukul 06.37 WIB
- [Bagaimana cara membuat Halaman Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada 04 Desember 2021, pukul 18.24 WIB
- [Biografi KH. Ahmad Mustofa Bisri \(Gus Mus\) | Profil Ulama > Laduni - Layanan Digital untuk Negeri](#), diakses pada 25 November 2021, pukul 23.00 WIB
- [Di mana saya bisa melihat Insight Halaman di Facebook? | Pusat Bantuan Facebook](#), diakses pada tanggal 4 Desember 2021, pukul 20.11 WIB
- <http://gusmus.net/profil> , diakses pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 15.07 WIB
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/13/indonesia-pengguna-facebook-terbesar-kedua-dia-asia-setelah-india#:~:text=Berdasarkan%20data%20Internetworldstats%2C%20pengguna%20Facebook,yang%20mencapai%20403%20juta%20pengguna>, diakses pada 24 November 2021, pukul 11.59 WIB
- <https://nu.or.id/nasional/gus-mus-terbitkan-tiga-buku-baru-aNanZ> , diakses pada 5 Desember 2021, pukul 15.13 WIB

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#:~:text=KOMPAS.com%20%2D%20Pengguna%20internet%20di,dibandingkan%20pada%20Januari%202020%20lalu>, diakses pada 30 Agustus 2021, pukul 11.15 WIB

[https://web.facebook.com/GusMusChannel/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/GusMusChannel/?ref=page_internal) , diakses pada 04 Desember 2021, pukul 19.43 WIB

[https://web.facebook.com/GusMusChannel/about/?ref=page\\_internal](https://web.facebook.com/GusMusChannel/about/?ref=page_internal) , diakses pada 03 Desember 2021, pukul 08.17 WIB

[Seperti Twitter, Facebook Dukung Tagar \(kompas.com\)](#), diakses pada tanggal 6 Desember 2021, pukul 11.43 WIB

Wawancara dengan Ahmad Hanan, Tim Gus Mus Channel, via whatsapp, pada tanggal 3 Desember 2021

Wawancara dengan Dewi Robiah, pengikut fanspage facebook Gus Mus Channel, pada tanggal 4 Desember 2021, di Jl. Tanjungsari Barat II, Ngaliyan, Semarang.

Wawancara dengan Yusuf Abdullah, pengikut fanspage facebook Gus Mus Channel, via whatsapp, pada tanggal 4 Desember 2021

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Hasil Wawancara dengan Tim GusMus Channel

Nama : Ahmad Hanan  
Alamat : Rembang  
Posisi : Tim Tata Bahasa GusMus Channel  
Lokasi Wawancara : Via Whatsapp  
Tanggal Wawancara : 03 Desember 2021

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana latar belakang terbentuknya fanspage GusMus Channel?	Fanspage GusMus Channel (GMC) merupakan kepanjangan tangan dari Channel Youtube GusMus Channel yang merupakan media resmi dari KH Ahmad Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan Gus Mus, seorang tokoh nasional asli Rembang, Jawa Tengah yang juga merupakan Pengasuh Pondok Raudlatut Thalibin Leteh, Rembang, Jawa Tengah.
Apa tujuan adanya fanspage tersebut?	Untuk menyampaikan pesan damai dari Gus Mus kepada para pengguna Facebook sehingga bisa membantu untuk proses penyampaian Islam Rahmatan lil Alamin di Facebook serta memperluas jangkauan dari GusMus Channel yang ada di YouTube.
Kapan terbentuknya fanspage tersebut?	26 Februari 2019

Siapa saja founder GusMus Channel?	Gus Rizal Wijaya, menantu dari KH Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus).
Bagaimana struktur tim pengelola Gus Mus Channel?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Founder: Rizal Wijaya</li> <li>- Desainer utama: Joe Runtiko</li> <li>- Analis: Ahmad Hamdani</li> <li>- Iklan: Andi Wijaya</li> <li>- Tata bahasa: Ahmad Hanan</li> <li>- Media sosial: M. Zulkifli</li> </ul>
Bagaimana agar orang tertarik mengunjungi fanspage tersebut?	Sering melakukan update konten dan membuat konten yang menarik. khususnya yang bisa memberikan pencerahan kepada masyarakat
Bagaimana manajemen pengelolaan fanspage tersebut?	Tim melakukan seleksi konten terlebih dahulu, jika sekiranya layak, baru diunggah dalam fanspage GusMus Channel.
Bagaimana proses pembuatan konten dan darimana sumber referensi pembuatan konten?	Konten yang ada diolah terlebih dahulu oleh tim. Setelahnya diunggah ke beberapa medsos yang dikelola oleh Tim GusMus Channel. Sumber konten dari video ngaji abah dan apa yang pernah disampaikan oleh abah.
Jenis konten apa saja yang lebih sering diposting? Mengapa?	Konten dakwah Islam Rahmatan lil Alamin, seperti Quote/petuah GusMus (Jumat Call), video pengajian, dan sebagainya.
Bagaimana landasan atau motif admin dalam memposting hal tersebut dan apa dampaknya?	Agar masyarakat bisa mendapatkan intisari Islam seperti apa yang telah dibawa oleh Rasulullah SAW. Selain itu agar masyarakat tidak terpengaruh framing yang menyatakan bahwa Islam itu suka marah, padahal sesungguhnya Islam itu ramah.

Apakah ada kendala dalam proses pembuatan konten?	Sementara ini tidak ada.
Tema-tema konten seperti apa yang lebih sering diposting? Tema berdasarkan isu yang sedang viral atau yang hanya berkaitan dengan kehidupan masyarakat?	Kehidupan masyarakat.
Apakah konten yang ada dalam fanspage ditujukan untuk orang-orang tertentu?	Tidak, konten yang ada ditujukan untuk semua orang di berbagai elemen masyarakat.
Adakah aturan atau prinsip dalam pembuatan konten?	Jelas Ada, seluruh konten GMC mengambil prinsip dan selalu selaras dengan sikap dan pemikiran dari KH Ahmad Mustofa Bisri.
Apa makna pilihan warna dalam setiap postingan flyer?	Tidak ada pemilihan warna khusus dalam pembuatan konten, hanya saja, desainer kita, sepakat untuk mengambil tone (warna) alam yang kalem (menyejukkan).
Bagaimana interaksi antara admin dengan pengikut fanspage?	Admin channel selalu berkoordinasi dgn seluruh tim dalam merespon setiap interaksi dari pengikut yang dirasa urgent. Baik berupa DM atau pun komentar.
Kedepannya apakah akan ada pembaharuan dalam fanspage GusMus Channel, khususnya dari segi konten dan aktivitas fanspage?	GusMus Channel selalu menyajikan konten yang dinamis dari segi isi dan tampilan. Bahkan sering dalam momentum-momentum tertentu, GMC selalu membuat paket konten yg tematik. Misalnya 'Senyum Subuh' pada waktu bulan Ramadhan.



## Lampiran 2

### Hasil Wawancara dengan Follower Fanspage Facebook GusMus Channel

Nama : Yusuf Abdullah  
Alamat : Jakarta  
Posisi : Follower Fanspage Facebook GusMus Channel  
Lokasi Wawancara : Via Whatsapp  
Tanggal Wawancara : 04 Desember 2021

Pertanyaan	Jawaban
Mengapa mengikuti fanspage facebook gusmus channel?	Karena saya mengenal gusmus sebagai sosok kiyai yang moderat dan konten dakwah yang disajikan dalam fanspage gusmus channel mengarah pada dakwah-dakwah kemanusiaan dan perdamaian islam.
Pernahkah anda menyukai, berkomentar atau membagikan postingan, jika pernah mengapa?	Pernah. Lebih sering memberikan like. Sebagai apresiasi terhadap konten dakwah yang disajikan dalam gusmus channel. Dan saya menyukai pemikiran-pemikiran gus mus.
Bagaimana isu-isu konten dakwah dalam fanspage gusmus channel?	Menurut saya isu-isu dakwah yang disampaikan adalah yang tidak menggembor-gemborkan perbedaan. Karena setau saya, gus mus merupakan sosok tokoh agama yang mempunya toleransi tinggi.

Apakah konten dakwah yang disampaikan memberikan pengaruh dalam kehidupan anda ?	Tentu. Karena dakwah yang disampaikan sangat lekat dengan yang kita alami dalam kehidupan bermasyarakat.
--	--

### Lampiran 3

#### Hasil Wawancara dengan Follower Fanspage Facebook GusMus Channel

Nama : Dewi Robiah  
Alamat : Pati, Jawa Tengah  
Posisi : Follower Fanspage Facebook GusMus Channel  
Lokasi Wawancara : Jl. Tanjungsari Barat II, Ngaliyan, Semarang  
Tanggal Wawancara : 04 Desember 2021

Pertanyaan	Jawaban
Mengapa mengikuti fanspage facebook gusmus channel?	Karena ingin mengetahui bagaimana pemikiran gus mus dan menjadikan dakwah yang disampaikan oleh gusmus sebagai referensi cara berpikir.
Pernahkah anda menyukai, berkomentar atau membagikan postingan, jika pernah mengapa?	Pernah. Selain menyukkai postingan saya juga pernah membagikan postingan dakwah gus mus melalui media sosial dengan tujuan untuk memberikan nasehat dan pembelajaran kepada diri sendiri dan teman-teman yang ada di media sosial.
Bagaimana isu-isu konten dakwah dalam fanspage gusmus channel?	Menurut saya, beberapa postingan gus mus berisi tentang menyikapi apa yang terjadi hari ini. Gus mus memberikan respon terhadap isu-isu sosial atau sesuatu yang masal terjadi di masyarakat tentang cara islam memandu kita dalam

	<p>keseharian. Misal, bagaimana cara kita menghadapi orang yang membenci kita. Dan dakwah yang disampaikan lebih kepada bagaimana cara kita menebar kasih sayang terhadap diri kita sendiri maupun orang lain.</p>
<p>Apakah konten dakwah yang disampaikan memberikan pengaruh dalam kehidupan anda</p>	<p>Tetap berpengaruh, sebagai manusia kita punya prinsip bagaimana cara kita mengelola emosi, berperilaku terhadap orang lain dan beribadah kepada tuhan. Maka saya mengatakan bahwa ada pengaruh, tentu saja tetap pr besarnya adalah bagaimana kita bisa mengimplemantiskan apa yang telah kita baca pada quotes tersebut dalam kehidupan sehari-hari.</p>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Laili Nuzuli Annur  
Tempat, Tanggal Lahir : Rembang, 11 Juli 1999  
Alamat : RT 05/TW 02 Desa Sawahombo,  
Kecamatan Gunem, Kabupaten Rembang  
No HP : 0852322112728  
Email : [laili11248@gmail.com](mailto:laili11248@gmail.com)

### Riwayat Sekolah

1. SD N Demaan
2. Mts Darul Huda Mlagen
3. SMA N I Sulang

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan semoga bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Desember 2021

Penulis,

**LAILI NUZULI ANNUR**

**NIM: 1701026168**

