

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru dan membimbing manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan RasulNya. Dakwah dari zaman kenabian hingga sekarang telah mengalami kemajuan secara signifikan. Mulai dari jumlah pengikut dakwah dan metodenya. Perkembangan dakwah ini tidak terlepas dari perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang menuntut dakwah dikemas secara efektif dan efisien. Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah kepada seluruh umat manusia. Dasar hukum kewajiban dakwah disebutkan dalam Alqur'an, diantaranya adalah surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada jalan kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.(Q.S Ali Imran:104).¹

Ayat di atas menerangkan bahwa manusia diciptakan oleh Allah mempunyai kewajiban yang mulia yaitu menyampaikan seruan, panggilan atau ajakan kepada orang lain tanpa adanya paksaan (dakwah) atau menyuruh mengerjakan amal *ma'ruf* dan mencegah yang mungkar.²

Dakwah pada era sekarang ini bisa dilakukan dengan berbagai media. Salah satunya dengan internet, seperti melalui media jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram* dan lain-lain. Media sosial tersebut memudahkan orang untuk berkomunikasi.

¹ Dapertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hlm. 64

² Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hlm. 32

Menurut Abdul Basit, ada tiga problematika besar yang dihadapi dakwah pada era kontemporer ini, yaitu³: *Pertama*, dakwah diartikan sebagai aktivitas yang bersifat *oral communication* (tabligh) sehingga aktivitas dakwah lebih berorientasi pada kegiatan-kegiatan ceramah atau tabligh. *Kedua*, problematika yang bersifat epistemologis. Dakwah pada era sekarang bukan hanya bersifat rutinitas, temporal dan instan tetapi dakwah membutuhkan paradigma keilmuan. *Ketiga*, problem yang menyangkut sumber daya manusia. Aktivitas dakwah masih dilakukan sebagai pekerjaan sampingan. Implikasinya banyak bermunculan dai yang kurang profesional, rendahnya penghargaan masyarakat terhadap profesi dai, dan lemahnya manajerial yang dilakukan oleh dai dalam mengemas kegiatan dakwah.

Berkembangnya teknologi mempengaruhi gaya hidup masyarakat, karena banyaknya teknologi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Inilah yang menyebabkan masyarakat malas keluar dan memilih di rumah, karena di rumah juga mampu menjangkau semuanya. Oleh sebab itu, untuk menyampaikan pesan-pesan agama, seorang juru dakwah tidak lagi harus menghadirkan masyarakat sasaran duduk di depan mata.⁴ Berkembangnya teknologi seperti internet dan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram* digunakan oleh dai sebagai media untuk berdakwah, yaitu media yang mampu memberikan kemudahan untuk menyampaikan sesuatu informasi dalam waktu yang singkat dan jangkauannya yang luas sehingga efektif dan efisien.

Facebook adalah salah satu situs (*social networking*) yang resmi dirilis pada tanggal 4 Februari 2004 dan menjadi populer tahun 2006.⁵ *Facebook* menyajikan sejumlah penting layanan dan fasilitas, salah satunya memberikan kesempatan dan kemudahan bagi semua pengguna untuk sumber informasi, pengetahuan maupun sekedar menulis status dan kondisi saat ini,

³ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2005), hlm. 6-9

⁴ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), hlm.4

⁵ Rulianto Kurniawan, *Facebook Untuk Orang Awam*, (Palembang: Maxikom, 2009), hlm. 11

ke dalam sebuah kolom status. Para pengguna *facebook* lainnya dapat turut serta memberikan komentar maupun penilaian terhadap status yang dibagikan tersebut.⁶

Facebook dan dakwah terjadi tren baru yang menggabungkan antara dakwah dengan *facebook* yaitu dakwah via *facebook*. Dakwah melalui *facebook* merupakan cara yang cukup efektif, karena tempatnya yang bisa dilakukan dimana saja dan waktunya bisa dilakukan kapan saja, disamping itu juga dengan biaya yang murah untuk mengaksesnya.

Ustadz Felix Siauw adalah salah satu ustadz pengguna aktif *facebook* untuk berdakwah sejak tahun 2011. Ustadz Felix adalah ustadz pendatang baru dalam dunia dakwah. Ustadz Felix adalah seorang keturunan Tionghoa yang menjadi muallaf pada tahun 2002 saat masih menjadi mahasiswa di Institut Pertanian Bogor. Setelah masuk Islam, Ustadz Felix langsung mengabdikan dirinya untuk berdakwah di jalan Allah. Salah satu media dakwah yang digunakannya adalah *facebook*. Melalui *facebook* banyak seruan-seruan dakwahnya yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan gaya bertuturnya yang cenderung ke remaja membuat dakwahnya mudah untuk dibaca. Selain itu, cara menyajikan dakwahnya juga berbeda dengan Ustadz lain yaitu dengan menyajikan gambar yang menarik untuk dibaca *mad'u*. Tidak heran jika Ustadz Felix Siauw mempunyai *likers* yang banyak. Namun pada sisi lain, dakwah Ustadz Felix melalui *facebook* terkesan ada unsur komersil (program dakwah Ustadz Felix “Yuk Ngaji” mematok harga untuk bisa mengikuti dakwah tersebut) dan promosi terhadap produk-produknya (sering sekali Ustadz Felix mempromosikan produk kaosnya “Yuk Ngaji” dan hijab isterinya “Hijab Alila”).

Melihat permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menyusun skripsi dengan judul “Dakwah Melalui *Facebook*

⁶ I Putu Agus Eka Pratama, *Komputer dan Masyarakat*, (Bandung: Informatika, 2014), hlm. 385

(Studi terhadap *Facebook* Ustadz Felix Siauw pada Tanggal 1 - 30 September 2016).

Alasan penulis tertarik membuat judul ini, yaitu: *Pertama*, *facebook* merupakan media sosial yang yang paling banyak diakses oleh manusia di seluruh dunia. Menurut Harvard (Universitas Swasta terbaik di dunia) di tahun 2016 sekarang ini, pengguna *facebook* di dunia tercatat sudah menembus 1.59 miliar pengguna dengan pengguna yang aktif sekitar 1 miliar.⁷ *Facebook* dengan desain minimalis tetapi kaya akan fitur dan pendukung, gratis dan mudah diakses. Hal ini memberikan peluang yang besar bagi para juru dakwah untuk ikut berpartisipasi menggunakan *facebook* untuk berdakwah, karena tujuan utama dakwah melalui *facebook* adalah diakses (dibaca, didengar, dilihat) oleh orang lain. *Kedua*, halaman *facebook* Ustadz Felix menarik dibanding dengan *facebook* dakwah lainnya, karena interaktif, gaya bahasa ringan, disertai gambar-gambar dan mudah dipahami oleh *mad'u*. *Ketiga*, halaman *facebook* Ustadz Felix adalah salah satu halaman *facebook* dakwah yang banyak diakses. Terbukti dengan banyaknya pengunjung yang suka (*like*) yang berjumlah 3.518.984 orang. *Keempat*, halaman *facebook* Ustadz Felix selalu *update* dengan tema yang berbeda-beda, jadi para pengunjung tentunya dapat membaca, memahami dan belajar mengenai Islam.

B. Rumusan Masalah

1. Apa pesan dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook* pada tanggal 1 – 30 September 2016?
2. Bagaimana metode dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook* pada tanggal 1 – 30 September 2016?

⁷Berita%20FB%20Terkini%20%20Mark%20Zuckerberg%20Targetkan%205%20Miliar%20Pengguna%20di%20Tahun%202030.htm diakses pada tanggal 27 Februari

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa pesan dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook* pada tanggal 1 – 30 September 2016.
2. Untuk mengetahui bagaimana metode dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook* pada tanggal 1 – 30 September 2016.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun masing-masing manfaat akan diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian dan pengembangan media dakwah melalui *facebook*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini, secara praktis diharapkan dapat memberikan wawasan dan masukan bagi komponen dakwah terutama para dai yang menggunakan media sosial sebagai alatnya. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya yang berhubungan dengan media dakwah dan *facebook*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan pemahaman bagi para pembaca akan pesatnya teknologi yang mampu merubah kehidupan.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang *facebook* sebagai media dakwah telah banyak dilakukan oleh para peneliti di Perguruan Tinggi. Sejauh ini ada beberapa penelitian atau tulisan yang penulis ketahui antara lain:

1. Dakwah Islam melalui *Facebook* (Study terhadap Materi Dakwah *Update Status* dan *Comment Facebooker* pada Grup “Komunitas Muslim Indonesia”) yang ditulis oleh Nila Saniyah pada tahun 2012, NIM 081211058. Peneliti menyimpulkan bahwa *pertama*, kegiatan dakwah tidak harus selamanya berada disebuah majlis ta’lim, namun juga bisa

melalui jejaring sosial salah satunya yaitu melalui *facebook*. *Kedua*, keuntungan dari dakwah via *facebook* yaitu bisa diakses kapan saja dan dimana saja asalkan ada sinyal yang terhubung pada internet. *Ketiga*, Komunitas Muslim Indonesia merupakan komunitas yang cocok untuk menjadi kelompok belajar khalaqoh untuk sama-sama mengetahui ajaran Islam, tetapi Komunitas Muslim Indonesia merupakan Komunitas Muslim Indonesia satu-satunya yang ada di *facebook*. *Keempat*, materi yang disampaikan harus mengacu pada 3 pokok ajaran Islam, yaitu akidah, syari'ah dan akhlak. *Kelima*, anggota dari Komunitas Muslim Indonesia, pada awal mendaftar merupakan anggota yang masuk secara instan, tetapi seiring dengan perjalanan Komunitas Muslim Indonesia, komunitas yang masuk mulai terkoordinir secara teratur.

2. Efektivitas *Facebook* Yusuf Mansur Network sebagai Media Dakwah yang ditulis oleh Fuad Hasan Febrianto NIM 081211337 jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, pada tahun 2012. Penelitian ini membahas mengenai efektivitas *facebook* sebagai media dakwah. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penggunaan *facebook* sebagai media dakwah efektif karena masyarakat sekarang berkomunikasi melalui dunia maya dan dapat menarik pembaca. Dakwah tidak lagi dilakukan sebatas pemberian khutbah di masjid atau mushalla, kantor-kantor, sekolah dan lembaga formal lainnya. Seiring dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi penyebaran dakwah Islamiyah tersebar melalui media teknologi, khususnya teknologi informasi seperti *facebook*.
3. Dakwah Melalui Jejaring Sosial *Facebook* KH. Abdullah Gymnastiar yang ditulis oleh Misbakhul Khoir (10210072) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, pada tahun 2014. Meneliti tentang materi dakwah pada halaman *facebook* K.H. Abdulloh Gymnastiar, jenis penelitiannya menggunakan jenis deskriptif kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian yaitu halaman *facebook* K.H. Abdulloh

Gymnastiar. Peneliti menggunakan Teori Efektifitas yang ditulis oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss menyimpulkan bahwa yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan melalui status dakwah di halaman *facebook* dapat menimbulkan pengertian sama, menimbulkan kesenangan, dapat mempengaruhi sikap komunikan dan dapat menimbulkan hubungan yang baik antara komunikator maupun komunikan. Dan mengangkat tiga tema pembahasan yaitu Akidah, Ibadah dan Akhlak kemudian dianalisis dengan mengambil beberapa komentar yang ditulis komunikan.

Penelitian yang berhasil dihimpun guna menjelaskan perbedaan penelitian dan membuktikan bahwa penulis tidak melakukan plagiasi. Penulis tidak memungkiri adanya kesamaan dari beberapa karya ilmiah yang penulis jadikan rujukan dalam tinjauan pustaka diantaranya menjadikan *facebook* sebagai objek penelitian. Namun, penulis memiliki subjek penelitian yang berbeda dengan skripsi-skripsi di atas, yaitu *Facebook* Ustadz Felix Siauw pada Tanggal 1 - 30 September 2016.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam mengumpulkan data dan dalam menggunakan penafsiran terhadapnya.⁸ Menurut Bodgan dan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moloeng bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁹

⁸ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*, Edisi V, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 10

⁹ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, (Bandung: Rosdakarya, 2004), hlm.4

Dalam konteks penelitian terhadap *facebook* Ustadz Felix, data yang diperoleh peneliti, tidak dalam bentuk angka, melainkan diperoleh dengan penjelasan dan berbagai uraian-uraian yang berbentuk tulisan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang terpisah.¹⁰

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perseorangan, kelompok, dan organisasi. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Facebook* Ustadz Felix Siauw tanggal 1 sampai 30 September 2016.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal, perbankan, dan keuangan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku, majalah, hasil penelitian, hasil seminar, internet, youtube, dan karya-karya lain yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah:

- a. Observasi, yaitu suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.¹¹ Dalam hal ini peneliti mengamati tampilan atau mengikuti aktivitas dakwah yang

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 10

¹¹ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm. 131

dilakukan Ustadz Felix Siauw melalui media *facebook*. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data mengenai objek penelitian secara obyektif. Data, yang diperoleh adalah data-data seputar dakwah melalui *facebook* yang dilakukan oleh Ustadz Felix Siauw, meliputi:

- 1) Dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook*.
- 2) Jumlah pengikut Ustadz Felix Siauw pada *facebook*.
- 3) Jumlah yang merespon dari status yang di tulis oleh Ustadz Felix Siauw, baik yang menyukai maupun yang komentar.

- b. Dokumentasi, merupakan metode yang dilakukan guna mengumpulkan data-data berupa bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktifitas tertentu. Data tersebut berupa rekaman atau dokumen tertulis arsip, surat-surat, gambar, benda-benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu peristiwa.¹² Dalam penelitian ini penulis mendokumentasikan berupa *prinscreen Facebook* Ustadz Felix Siauw tanggal 1 sampai 30 September 2016.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda dan mengkategorikan data.¹³ Dalam studi ini, data dianalisis secara induktif berdasarkan data langsung dari objek penelitian. Oleh karena itu, pengumpulan dan analisis data dapat dilakukan secara bersamaan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang didokumentasikan. Langkah-langkah yang digunakan dalam teknik analisis isi adalah:¹⁴

¹² Imam Suprayogo dan Tabroni, *Metodologi Penelitian Sosiologi-Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 164.

¹³ Lexy Moleong, *Op. Cit.*, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, hlm. 10

¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 2004), hlm. 102

a. Pengumpulan Data

Data disebut juga unit informasi. Dalam penelitian ini informasi yang dimaksud adalah *facebook* Ustadz Felix Siauw.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses merangkum dan memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan hal-hal yang penting. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan reduksi data terhadap *facebook* Ustadz Felix. Reduksi dilakukan dengan cara mendokumentasikan dakwah Ustadz Felix melalui *facebook* pada tanggal 1 sampai 30 September 2016.

c. Penyajian Data

Adalah penyampaian informasi berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari sumber penelitian yaitu *facebook* Ustadz Felix.

d. Analisis

Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan isi dakwah Ustadz Felix terhadap *facebook* menggunakan analisis isi (*content analysis*).

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca mengetahui pokok-pokok pembahasan skripsi ini, maka penulis maka penulis mengelompokkan menjadi 5 bagian, yaitu:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Landasan Teori

Bab ini secara umum menerangkan tentang Materi Dakwah: Aqidah, Syariah, Akhlak dan Metode Dakwah: Hikmah, Mauidhah Hasanah, dan Mujadalah.

- BAB III.** **Gambaran Umum Sumber Penelitian**
Bab ini memaparkan gambaran umum *facebook* Ustadz Felix Siauw.
- BAB IV.** **Analisa dan Pembahasan**
Bab ini berisi analisis pesan dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *facebook* dan metode dakwah Ustadz Felix Siauw melalui jejaring sosial *facebook*.
- BAB V.** **Penutup**
Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran dan diakhiri dengan kata-kata penutup