

MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DAKWAH: ANALISIS MAKNA  
PESAN DAKWAH PADA AKUN FACEBOOK  
YUSUF MANSYUR NETWORK

Nor Latifah

Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

latifahnorlatifah76@gmail.com

**Abstract**

*Dakwah experienced significantly develop along with the progress of the time. This can be seen from the number of followers, methods, and media used by the dai. Modernization also provides a role for dakwah activities through the provision of various media that can be used as a means of dawah. The use of social media, for example, provides opportunities for effective and efficient dakwah activities compared to the previous era. This study intends to describe the meaning of dakwah messages in uploading the Yusuf Mansyur Network account on Facebook social media through the determination of research objects, research methods, resources, processing, and data analysis. There were 350 uploads on the Yusuf Mansyur Network account. These data were reviewed using three approaches to the meaning study proposed by Alston. The results of this study show that uploads on these accounts can be categorized into Islamic messages in the fields of theology, worship, and morals. Egalitarian social media characters allow direct interaction between the dai and the object of his dakwah. This egalitarian communication character is seen in uploads and responses in the form of comments from followers of the Yusuf Mansyur Network account.*

**Abstrak**

Dakwah mengalami perkembangan yang signifikan seiring kemajuan zaman. Hal ini terlihat dari jumlah pengikut, metode,

dan media yang digunakan oleh para dai. Modernisasi turut memberikan peran bagi aktifitas dakwah melalui penyediaan beragam media yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah. Pemanfaatan media sosial, misalnya, memberikan peluang bagi aktifitas dakwah yang efektif dan efisien di banding era sebelumnya. Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan makna pesan dakwah di dalam unggahan akun Yusuf Mansyur Network di media sosial Facebook melalui penentuan obyek penelitian, metode penelitian, sumber daya, pengolahan dan analisis data. Secara keseluruhan, terdapat 350 unggahan pada akun Yusuf Mansyur Network. Data-data tersebut dikaji dengan menggunakan tiga pendekatan makna yang diajukan oleh Alston. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa unggahan pada akun tersebut dapat dikategorikan ke dalam pesan-pesan keislaman di bidang akidah, ibadah, dan akhlak. Karakter media sosial yang egaliter memungkinkan interaksi langsung antara dai dan obyek dakwahnya. Karakter komunikasi egaliter ini terlihat pada unggahan-unggahan beserta tanggapan dalam bentuk komentar dari para pengikut akun Yusuf Mansyur Network.

Kata kunci: media sosial, dakwah, Yusuf Mansyur, Facebook

DOI: 10.24239/al-mishbah.Vol14.Iss2.118

## **A. Pendahuluan**

Aktifitas dakwah beserta sarananya senantiasa bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi komunikasi. Pada abad ke-20, dakwah memanfaatkan teknologi media cetak dan elektronik, terutama radio dan televisi, sebagai media penyampaian ajaran keislaman. Penemuan teknologi internet, berikut beragam layanan internet yang populer, seperti aplikasi ponsel dan media sosial, pada

saat ini telah dimanfaatkan oleh pada dai dalam mendiseminasikan nilai-nilai religius di masyarakat, tidak terkecuali di Indonesia.<sup>1</sup>

Penggunaan teknologi bukan hal yang terlarang di dalam Islam, walaupun teknologi tersebut belum ada di masa Rasulullah saw. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi seringkali diibaratkan pisau bermata dua: memiliki aspek positif di satu sisi dan negatif di sisi lainnya. Teknologi informasi dan komunikasi bisa memberikan kemudahan, akan tetapi juga dapat mencederai penggunaannya. Dalam konteks ini, pengetahuan mengenai literasi media para pengguna memainkan peran signifikan. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, yang dalam hal ini adalah media sosial, sebagai media dakwah dapat meminimalisir dampak negatif dari teknologi.

Salah satu produk media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah adalah Facebook. Fitur-fitur teknologi media sosial yang ditawarkan oleh Facebook, seperti unggahan status, foto, dan video memungkinkan konten dakwah ditampilkan dengan baik serta mampu menarik minat para pengikutnya. Di Indonesia, Facebook merupakan media sosial yang paling populer. Layanan yang diberikan oleh Facebook secara gratis kepada penggunaannya telah dimanfaatkan oleh dai-dai di Indonesia untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan.

Pada umumnya, dari keseluruhan jumlah pengguna Facebook di Indonesia, 54 persen penggunaannya berasal dari generasi muda dengan rentang usia antara 18 sampai 24 tahun. Hasil penelitian dari lembaga riset Inggris, TSN, tentang kecenderungan penggunaan Facebook di Indonesia menunjukkan bahwa 97 persen pengguna memakai fitur pencarian (*search*) untuk mencari informasi spesifik. 85

---

<sup>1</sup> Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)," *E-journal Visi Komunikasi* 16, no.1 (Mei 2017): 151-160.

persen pengguna di Indonesia melakukan mengunggah di media sosial melalui Facebook (cross posting). Mengingat Facebook telah terintegrasi dengan Instagram, mode dan produk teknologi merupakan dua produk yang paling populer di antara pengguna Instagram di Indonesia. Aplikasi Instagram juga digunakan untuk mencari inspirasi, berbagi pengalaman saat berpergian, atau untuk mencari informasi tren terbaru. Swafoto, makanan, barang yang dibeli atau dijual, foto dan video keluarga, binatang peliharaan, kutipan, atau meme merupakan kategori-kategori unggahan yang populer di kalangan pengguna di Indonesia.<sup>2</sup>

Merujuk pada paparan data pengguna media sosial Facebook di atas, dapat dipahami bila Facebook juga dimanfaatkan oleh para dai di Indonesia untuk menyiarkan pesan dakwahnya. Salah satu akun dakwah dakwah yang terlibat dalam pemanfaatan Facebook sebagai media dakwah adalah Yusuf Mansyur Network yang kerap mengunggah konten islami berjenis poster dengan desain visual yang menarik.

Akun Yusuf Mansyur Network didirikan pada bulan Januari 2017. Pembuatan akun ini dimaksudkan untuk membagikan konten-konten dakwah Islam, terutama untuk mendistribusikan poster-poster islami karya Design Community yang, pada saat itu, belum banyak tersebar. Saat ini, jumlah pengikut akun tersebut mencapai 185 ribu dengan 2.289 unggahan yang terus mengalami pebaruan.

Pesan-pesan islami berdasarkan Alquran dan hadis disajikan lewat penggunaan gaya bahasa yang sederhana dalam kemasan visual yang menarik merupakan salah satu kelebihan akun Yusuf Mansyur Network sehingga mampu menarik banyak pengikut di Facebook dari kalangan remaja dan generasi muda. Berdasarkan

---

<sup>2</sup> Data Statistic Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016,” Isparmo SEO, diakses 04 Juni, 2018, 11.39, <https://komputer.candra.web.id/2012/10/statistik-pengguna-internet-indonesia.html>.

karakteristiknya tersebut, penulis memilih akun Yusuf Mansyur Network sebagai obyek penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan makna pesan dakwah di dalam unggahan-unggahannya serta mekanisme umpan balik atau respon yang diberikan oleh para pengikut terhadap unggahan-unggahan di akun tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan tiga pendekatan makna yang dirumuskan oleh Alston untuk menguraikan makna pesan dakwah dari obyek yang dimaksud serta respon terhadap pesan-pesan tersebut.<sup>3</sup> Konten-konten yang diunggah dan menjadi data di dalam penelitian ini dikategorisasi ke dalam tiga jenis konten islami, yaitu akidah, ibadah, dan akhlak.

## **B. Makna Pesan Dakwah di dalam Media dan Teori Alston**

Materi-materi dakwah pada dasarnya adalah keseluruhan ajaran Islam yang, oleh Didin Hafidhuddin, dianggap sejalan dengan fitrah dan kebutuhan manusia. Ajaran-ajaran Islam pada umumnya dibagi ke dalam tiga cakupan, yakni ajaran yang berkaitan dengan akidah, peribadatan, dan etika atau akhlak. Masing-masing dari ketiga ajaran ini mewakili dimensi ketuhanan dan dimesti kemanusiaan atau vertikal dan horizontal.<sup>4</sup>

Akidah dapat diartikan dengan kaidah atau prinsip-prinsip yang diyakini kebenarannya dengan hati, diikrarkan dengan lisan, dan dipegang teguh sebagai pedoman dan landasan berperilaku di keseharian.<sup>5</sup> Pengertian ini dianggap sesuai dengan firman Allah swt. di dalam Alquran:

---

<sup>3</sup> Rusdi Muchtar, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Serta Praktek Kombinasinya dalam Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Publica Institute, 2012), 70.

<sup>4</sup> Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 81.

<sup>5</sup> Sahirul Alim, *Menguak Keterpaduan Sains, Teknologi dan Islam* (Yogyakarta: Dinamika, 1996), 13.

Sesungguhnya Allah tidak akan mengampuni segala dosa selain dari (syirik) itu, bagi siapa saja yang dikehendakinya. Barang siapa yang mempersekutukan Allah, maka sungguh ia telah berbuat dosa besar (Q.S. al-Nisa` [4]: 48).

Dengan demikian, dapat disimpulkan, akidah merupakan elemen inti dari ketauhidan, di mana setiap Muslim diwajibkan berakidah sesuai dengan tuntunan Alquran dan sunah Muhammad saw.

Ibadah, menurut fukaha, adalah segala sesuatu yang dikerjakan dengan tujuan untuk mencapai keridaan Allah serta mengharapkan pahala di akhirat.<sup>6</sup> Secara luas, ibadah dapat diartikan dengan segala sesuatu yang telah ditetapkan secara rinci oleh Allah dan Nabi Muhammad saw., seperti salat, zakat, puasa, haji, dan hal-hal yang berkaitan dengan ritual tersebut, baik yang memiliki status hukum wajib atau fardu, sunah, makruh, mubah, dan haram.<sup>7</sup>

Ibadah di dalam Islam dibagi dalam dua jenis, yakni ibadah *maḥḍah* dan *ghayr maḥḍah*. Yang dimaksud dengan ibadah *maḥḍah* adalah ibadah yang telah jelas dalil hukum dan kewajiban pelaksanaannya, seperti iman, salat, puasa, dan lain-lain. Sedangkan *ghayr maḥḍah* adalah ibadah yang, dalam pelaksanaannya, berkaitan dengan relasi kemanusiaan, semisal perilaku sosial, berbuat baik antar sesama, sedekah, tolong-menolong, dan sejenisnya.

Dalam ajaran Islam, salah satu tujuan profetik Muhammad saw., adalah untuk mengajarkan akhlak.<sup>8</sup> Secara hirarkis, akhlak ditempatkan setelah doktrin keimanan atau akidah dan ibadah. Muslim yang beriman, yang mentaati perintah dan menjauhi

---

<sup>6</sup> Norma P, *Pesan Dakwah dalam Syi'ar Mitro Sejati* (Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Yogyakarta, 1998), 13.

<sup>7</sup> ST. Taurat Ali dkk., *Pengantar Etika Islam* (Solo: Ramadhani, 1990), 66.

<sup>8</sup> Amirah Abdul Dahlan, *Terjemahan Arba'in Nawawi* (Bandung: Al-Ma'rifat, t.th.), 50.

larangan agama serta ikhlas dalam melaksanakan ibadah, memiliki etika yang baik dalam konteks hubungan antar manusia, baik perorangan maupun kelompok.<sup>9</sup> Akhlak merupakan ajaran tentang perilaku baik terhadap sesama yang meliputi kejujuran, masalahat, kesetiakawanan, empati sosial, kemurahan hari, berkata benar, menepati janji, penyayang, berpikiran sehat, dan sejenisnya.<sup>10</sup>

Perkembangan teknologi informasi memberikan ruang bagi penyebaran ajaran-ajaran Islam yang meliputi akidah, ibadah, dan akhlak secara luas. Salah satu bentuk teknologi informasi tersebut adalah media sosial Facebook. Diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004, hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif dengan lebih dari separuhnya mengakses aplikasi ini melalui telepon seluler. Pada awalnya, pendiri Facebook, Mark Zuckerberg, membuat situs aplikasi jejaring sosial ini dalam skala kampus. Situs ini bertujuan untuk menghubungkan mahasiswa-mahasiswa di Universitas Harvard terhubung dalam jalinan pertemanan daring. Nama Facebook sendiri diambil dari judul buku yang berisi daftar anggota komunitas di universitas tersebut.<sup>11</sup>

Meski menyediakan layanan secara gratis, pengguna diharuskan mendaftar terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan bermacam-macam fitur yang ditawarkan, seperti mengunggah status, foto, video, menambahkan pengguna lain sebagai teman, bertukar pesan, hingga membuat grup komunitas untuk berbagi dan pertukar informasi dengan sesama pengguna.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Umar Muhammad, *Falsafah Pendidikan Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1979), 312.

<sup>10</sup> Harun Nasution, *Islam Rasional* (Bandung: Mizan, 1996), 57.

<sup>11</sup> Yanuardi Syukur, *Facebook Sebelah Surga Sebelah Neraka* (Yogyakarta: Diva Press, 2009), 9-11.

<sup>12</sup> "Pengertian Facebook dan Sejarah Facebook," Dika Maulana, diakses 25 Maret, 2018,

Indonesia menempati urutan keempat, setelah Amerika Serikat, Brazil, dan India, sebagai negara dengan jumlah pengguna aktif Facebook di dunia. Lebih dari 47,5 juta penduduk di Indonesia terhubung melalui Facebook.<sup>13</sup> Jika jumlah diambil 85 persen berdasarkan persentasi jumlah penduduk Muslim di Indonesia, maka pengguna Facebook yang aktif dari umat Islam negeri ini berada di kisaran lebih dari 40 juta pengguna. Dengan angka yang demikian besar, Facebook sangat potensial untuk dijadikan sebagai salah satu media dakwah.

Sebagai aktifitas yang bersifat mengajak kepada ajaran Islam, dakwah dapat tampil dalam bentuk apapun selama tidak bertentangan dengan syariat. Pesan-pesan dakwah mesti ditampilkan dalam bentuk menarik dan tidak monoton, sehingga dapat diterima serta mendapatkan respon positif dari obyek dakwah (*mad'ū*) untuk, selanjutnya, diamalkan dalam kesehariannya.<sup>14</sup> Wasilah atau media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi atau pesan dakwah kepada *mad'ū*. Ya'qub Hamzah mengelompokkan media dakwah dalam lima jenis, yaitu lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak.<sup>15</sup>

Menurut Nurdin, strategi dakwah di media sosial, antara lain:

1. Pembuatan akun. Mengingat media sosial memungkinkan individu membuat profil secara publik, menjalin hubungan, dan dapat membagikan pesan-pesan Islam di dalam jaringan daring, dai

---

<http://dikamaulana.wordpress.com/2012/07/02/pengertian-facebook-dan-sejarah-facebook>.

<sup>13</sup> "Teknologi Informasi," Kunjungi Me, diakses 25 Maret, 2018, <http://kunjungime.com/negara-pengguna-faceboook-terbanyak/html>.

<sup>14</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 24.

<sup>15</sup> Ya'qub Hamzah, *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership* (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), 14.

yang ingin memulai dakwah di media sosial seperti Facebook dituntut untuk membuat akun pribadi.

2. Digitalisasi materi dakwah. Yang dimaksud dengan digitalisasi konten dakwah tidak sekedar menuliskan materi ke dalam bentuk digital komputer, tetapi menyajikan sekaligus menyimpan materi-materi dakwah di dunia digital dalam beragam bentuknya, seperti blog pribadi atau video dalam durasi tertentu yang diunggah di Youtube.

3. Pemanfaatan sistem penyimpanan awan (*cloud storage*). Kehadiran situs-situs penyedia layanan penyimpanan awan memungkinkan materi-materi dakwah dapat disimpan pada media yang lebih aman serta dapat dibagikan dengan mudah kepada umat Islam melalui beragam perangkat, baik komputer, laptop, atau ponsel.

4. Digitalisasi koleksi keislaman. Materi-materi dakwah yang telah didigitalisasi dan disimpan pada *cloud storage* dapat disusun secara sistematis sehingga dapat disajikan dalam suatu koleksi lengkap. Koleksi sistematis materi-materi dakwah, pada kelanjutannya, dapat dimanfaatkan sebagai sumber belajar atau bahan ajar di sekolah-sekolah Islam.

5. Personalisasi materi dakwah. Materi-materi dakwah yang telah diformat dalam bentuk digital dapat dibagikan secara personal melalui email, grup diskusi, atau lewat aplikasi pesan singkat seperti Whatsapp, Telegram, dan sejenisnya.<sup>16</sup>

Sebelum kehadiran teknologi internet, media dakwah terbatas dalam bentuk surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Mengingat dakwah menitikberatkan pada ketersampaian pesan kepada *mad'ū*, aktifitas ini terbuka pada serta adaptif terhadap perkembangan-

---

<sup>16</sup> Nurdin, "World Wide Web 3.0 untuk Dakwah: Manfaat dan Strategi Penggunaannya," *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 2 (October 2017): 201-227.

perkembangan zaman, termasuk terbuka pada perkembangan jenis teknologi informasi dan media. Dakwah di abad ke-21 telah mengadopsi media sosial Facebook sebagai salah satu medianya.<sup>17</sup>

Makna dari pesan-pesan dakwah dapat dianalisis dengan beragam pendekatan, salah satunya adalah tiga pendekatan studi makna yang dikemukakan oleh Alston. Ketiga pendekatan tersebut adalah teori acuan (*referential theory*), teori ideasional (*ideational theory*), dan teori tingkah laku (*behavioral theory*). Menurut Alston, teori acuan atau teori referensial adalah salah satu jenis teori makna yang bertujuan untuk mengenali dan mengidentifikasi makna dari suatu ungkapan dalam hubungannya dengan apa yang dijadikan sebagai acuan. Kata *reference* berarti hubungan antar unsur-unsur linguistik, baik kata-kata, kalimat-kalimat, dan dunia pengalaman non linguistik. Adapun teori ideasional adalah jenis teori makna yang mengidentifikasi makna ungkapan dengan gagasan-gagasan atau ide-ide yang berhubungan dengan ungkapan tersebut. Dalam teori ini, bahasa dipandang sebagai instrumen atau gambaran dari pikiran dan gagasan manusia.

Berbeda dengan kedua teori di atas, teori tingkah laku menelusuri makna suatu ungkapan dalam kaitannya dengan rangsangan-rangsangan yang ditimbulkan dari ucapan tersebut. Makna, menurut teori ini, merupakan rangsangan yang dapat menimbulkan perilaku tertentu sebagai responnya. Perilaku sebagai respon makna bersifat empiris atau dapat diamati serta merupakan bentuk dari situasi komunikasi.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Ulfa Fauzia Zahra, "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah," (Diploma thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung), 8.

<sup>18</sup> *Ibid.*, 8.

### **C. Makna Pesan Dakwah pada Akun Facebook Yusuf Mansyur Network**

Halaman akun Yusuf Mansyur Network memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Facebook untuk menyampaikan pesan-pesannya, antara lain:

1. Kolom Tentang. Oleh pengelola akun Yusuf Mansyur Network, kolom ini digunakan untuk menjelaskan secara singkat tentang tanggal pembuatan akun tersebut, surel, moto, serta nomor rekening untuk pengunjung yang ingin menyalurkan donasi.

2. Dinding Profil. Halaman ini lazimnya diisi dengan foto identitas akun.

3. Dinding Sampul. Bagian ini memiliki fungsi yang serupa dengan Dinding Profil. Akan tetapi, ukuran gambar yang ditampilkang lebih besar ketimbang gambar pada Dinding Profil yang berukuran kecil.

4. Video. Oleh pengelola akun Yusuf Mansyur Network, halaman ini digunakan untuk mengunggah video-video yang bernuansa islami, seperti video tentang keajaiban dunia, tanda-tanda kiamat, dan sejenisnya. Unggahan-unggahan dalam bentuk video ini termasuk salah satu yang paling banyak menarik minat pengikur akun Facebook tersebut, karena vidoe memiliki kekuatan visual yang tidak dimiliki dalam skala yang sama oleh media-media lainnya.<sup>19</sup>

5. Note. Halaman untuk mengunggah catatan-catatan. Pada halaman ini, pengelola akun Yusuf Mansyur Network mengunggah catatan-catatan keagamaan, anjuran untuk mentaati perintah serta menjauhi larangan Allah, serta motivasi-motivasi religius yang disertai tautan kesumber tulisan, baik buku maupun situs internet lainnya. Foto-foto juga turut diunggah pada halaman ini. Foto-foto yang

---

<sup>19</sup> Arif Hardianto, *Berteman dan Berbisnis dengan Facebook dan Blog* (Yogyakarta: Tugu, 2009), 68.

diunggah berkaitan dengan pesan dakwah di sekitar isu sedekah, jilbab, puasa, salat, dan lain-lain.

6. Status, yaitu halaman untuk mengunggah status-status pengelola. Pada bagian ini, pengelola akun Yusuf Mansyur Network kerap mengunggah status berkaitan dengan syiar dakwah, seperti larangan untuk mencela sesama manusia dan sesama Muslim dan kutipan-kutipan yang bersumber dari Alquran, sunah, perkataan ulama, dan tokoh masyarakat.

7. Pesan. Fitur yang dapat digunakan oleh pengunjung akun Facebook Yusuf Mansyur Network untuk mengirimkan pesan kepada pengelola.

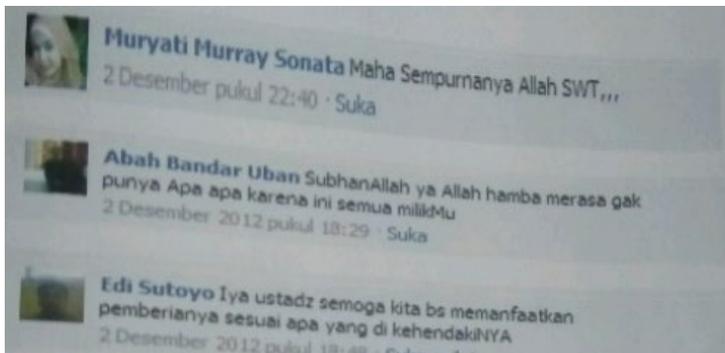
Dari ketujuh fitur di halaman akun Yusuf Mansyur Network, status, note, foto, dan video merupakan fitur yang paling banyak dimanfaatkan oleh pengelolanya. Secara keseluruhan, materi dakwah dalam akun Facebook Yusuf Mansyur Network dapat dimasukkan dalam tema akidah, ibadah, dan akhlak. Ketiga tema tersebut mendapatkan tanggapan-tanggapan dalam bentuk komentar yang beragam dari para pengikut halaman tersebut.

Unggahan pada tanggal 2 Desember 2012 pada akun Yusuf Mansyur Network, misalnya, mengambil tema Penciptaan Kehidupan yang Sempurna. Unggahan tersebut menampilkan foto pindaian medis telapak tangan manusia yang disertai dengan catatan yang cukup panjang. Catatan tersebut menjelaskan kelebihan tangan manusia yang memegang buku tidak bisa disamai oleh tangan-tangan robotik yang diciptakan oleh manusia. Tangan dan mata yang memegang dan membaca baris-baris tulisan adalah ciptaan Allah yang membuktikan bahwa segala sesuatu yang terciptakan telah dirancang sesuai dengan bentuk terbaik. Pada kelanjutannya, ciptaan Tuhan membuktikan sifat Allah sebagai Pemelihara yang memiliki kekuasaan mutlak terhadap semua makhluk.

Keindahan ciptaan Allah di atas, sesuai dengan ayat Alquran

Dia-lah Allah Yang Menciptakan, yang menegakkan, yang membentuk rupa, yang mempunyai nama-nama yang paling baik. Bertasbih kepada-Nya apa yang ada di langit dan di bumi. Dan Dia-lah Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana (Q.S. al-Hasyr [59]: 24).

Unggahan akun Yusuf Mansyur Network menekankan bahwa kehidupan adalah amanah. Mengingat semua bidang kehidupan telah memiliki penjelasan di dalam Alquran dan sunah, maka umat Islam diwajibkan senantiasa merujuk kepada penjelasan di dalam Alquran dan sunah Nabi saw. tanpa pengecualian.



Gambar 1

Komentar pengikut akun Facebook Yusuf Mansyur Network

Unggahan tentang akidah di balik kesempurnaan ciptaan Allah di atas mendapatkan bermacam-macam tanggapan dari para pengikut akun Yusuf Mansyur Network. Secara garis besar, komentar-komentar di atas memperlihatkan adanya kesamaan persepsi antara unggahan dengan makna yang dipahami oleh pembacanya. Akun Facebook atas nama Muryati Murray Sonata menulis komentar, “Maha sempurna Allah swt.” Senada dengan komentar tersebut, Edi Sutoyo menulis, “Iya, ustad. Semoga kita bisa memanfaatkan pemberian-Nya sesuai apa yang dikehendaki-Nya,” sedangkan akun Abah Badan Uban menuliskan komentar, “Subhanallah ya Allah. Merasa enggak punya apa-apa karena ini semua milik-Mu.”

Beberapa komentar dari pengikut akun Yusuf Mansyur Network juga memperlihatkan kesenangan dan pengaruh yang ditunjukkan dari unggahan tentang akidah di atas. Komentar yang ditulis oleh Arisdiansyah Putra merupakan salah satu contohnya. Pada kolom komentar ia menulis, “Astagfirullah *al-‘azīm*. Kenapa masih sering lupa bersyukur.” Contoh komentar-komentar di atas memperlihatkan adanya hubungan antara acuan, ideasional, dan makna tingkah laku dalam makna pesan dakwah unggahan mengenai tauhid pada akun Yusuf Mansyur Network dengan makna yang diterima oleh pengikut-pengikut akun tersebut.



Gambar 1.

### Unggahan pada akun Yusuf Mansyur Network

Contoh serupa juga dapat dilihat pada unggahan yang berjudul Rizki itu Asli dari Allah pada tanggal 9 Maret 2013. Pengelola akun Yusuf Mansyur Network mengunggah catatan berikut:

Kalau Allah sudah berkenan memberi, maka Allah bisa memberi dari mana saja. Tidak mesti dari tangan kita sendiri atau dari jalan yang kita usahakan, bisa juga melalui orang lain. Bahwa hidup ini sudah diatur oleh Allah SWT. Jadi, jangan pernah panik apalagi mengeluh tentang masalah rezeki. Didalam film Kun Fayakuun,

saya bertutur tentang manisnya hidup bergantung sama Allah. Indah, enteng. Walaupun perjalanannya terasa tidak enteng. Seorang mukmin tahu, bahwa hidupnya, termasuk rizkinya, sudah dijamin sama Allah. Bahkan Allah sangat bersedia untuk memberikan rizki tambahan. Termasuk perlindungan dan penjagaan. Seorang mukmin juga tahu bahwa segala kehendak adalah kehendak-Nya. Segala jalan-jalan-Nya. Segala upaya berdiri di atas qudrat dan iradat-Nya dan bahwa hidup ini sudah diatur oleh Allah 'azza wajalla.<sup>20</sup>

Pengikut akun Yusuf Mansyur Network dengan nama Yoyoh Rohayati, umpamanya, menulis komentar, "Alhamdulillah. Dengan adanya kuliah online ini, mudah-mudahan saya bisa belajar lebih banyak sehingga saya bisa lebih sabar." Demikian juga komentar yang berasal dari akun dengan nama Wien Plato, di mana pemilik akun tersebut mengaku bersyukur karena membaca postingan di atas.

#### **D. Kesimpulan**

Akun Yusuf Mansyur Network telah menunjukkan bahwa media sosial, yang dalam penelitian ini adalah Facebook, dapat digunakan dengan baik sebagai media dakwah kontemporer. Di samping menyediakan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan agar pesan dakwah tampil lebih menarik bagi para pengikut akun yang berposisi sebagai obyek dakwah (*mad'ū*), Facebook menyediakan ruang interaksi antara dai dan *mad'ū* pada level yang sama atau egaliter, di mana pengikut akun yang membaca unggahan konten dakwah dapat langsung memberikan respon serta menunjukkan makna unggahan tersebut, sehingga makna suatu pesan dakwah dapat dilihat dari segi acuan, ideasional, dan tingkah laku.

---

<sup>20</sup> "Rizki itu Asli dari Allah," Facebook, diakses 29 Maret 2018, <https://www.facebook.com/notes/196968076993877/>.

Penelitian-penelitian serupa tentang penggunaan produk teknologi informasi, komunikasi, dan bentuk-bentuk media terkini oleh para seorang atau komunitas dai dibutuhkan untuk memperluas cakupan studi dakwah.

### **Daftar Pustaka**

Ali, ST. Taurat dkk. *Pengantar Etika Islam*. Solo: Ramadhani, 1990.

Alim, Sahirul. *Menguak Keterpaduan Sains, Teknologi dan Islam*. Yogyakarta: Dinamika, 1996.

Dahlan, Amirah Abdul. *Terjemahan Arba'in Nawawi*. Bandung: Al-Ma'rifat, t.th..

Data Statistic Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016,” Isparmo SEO, diakses 04 Juni, 2018, 11.39, <https://komputer.candra.web.id/2012/10/statistik-pengguna-internet-indonesia.html>.

Dika Maulana. “Pengertian Facebook dan Sejarah Facebook.” Diakses 25 Maret, 2018. <http://dikamaulana.wordpress.com/2012/07/02/pengertian-facebook-dan-sejarah-facebook>.

Facebook. “Rizki itu Asli dari Allah.” Diakses 29 Maret, 2018. <https://www.facebook.com/notes/196968076993877/>.

Hafidhuddin, Didin. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press, 1998.

Hamzah, Ya'qub. *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro, 1992.

Hardianto, Arif. *Berteman dan Berbisnis dengan Facebook dan Blog*. Yogyakarta: Tugu, 2009.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Kunjungi Me. “Teknologi Informasi.” Diakses 25 Maret, 2018. <http://kunjungime.com/negara-pengguna-faceboook-terbanyak/html>.

Mahendra, Bimo. "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)" *E-journal Visi Komunikasi* 16, no.1 (Mei 2017): 151-160.

Muchtar, Rusdi. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Serta Praktek Kombinasinya dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Publica Institute, 2012.

Muhammad, Umar. *Falsafah Pendidikan Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1979.

Nasution, Harun. *Islam Rasional*. Bandung: Mizan, 1996.

Nurdin. "World Wide Web 3.0 untuk Dakwah: Manfaat dan Strategi Penggunaannya." *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 2 (October 2017): 201-227.

P, Norma. *Pesan Dakwah dalam Syi'ar Mitro Sejati*. Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Yogyakarta, 1998.

Syukur, Yanuardi. *Facebook Sebelah Surga Sebelah Neraka*. Yogyakarta: Diva Press, 2009.

Zahra, Ulfa Fauzia. "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah." Diploma thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung.