

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI
MEDIA DAKWAH PADA MAHASISWA KPI ANGKATAN 2019
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM TAHUN 2022**



Oleh :

FATONI NINGSIH

NIM.718130018

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2022

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI
MEDIA DAKWAH PADA MAHASISWA KPI ANGKATAN 2019
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM TAHUN 2022**



Oleh:

FATONI NINGSIH

NIM.718130018

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan Menjadi Sarjana
Sosial Pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Fatoni Ningsih

NIM : 718130018

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Agama Islam

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Media Dakwah pada Mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022

Telah disetujui untuk disidangkan dan dipertahankan dilapangan dewan penguji sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana sosial pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Drs. Abdul Wahab, MA
NIDN. 0812086707

Pembimbing II



Sukarta, M.Pd.I
NIDN. 0817088404

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam




Suwandi S.Ag., M.Pd.I
NIDN.0814067001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Kpi Angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram Tahun 2022

Nama : Fatoni Ningsih

NIM : 718130018

Telah diajukan dihadapan tim penguji skripsi program studi komunikasi penyiaran islam pada tanggal 19 Juli 2022 dan dinyatakan diterima.

Dewan Penguji

Penguji 1



Dr. Ahmad Helwan Svafi'i, Lc., M.Pd
NIDN.0801127803

Penguji 2



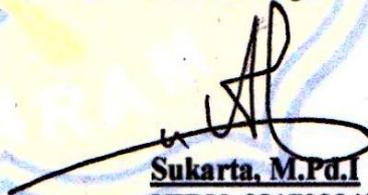
Ishanan, M.Sos
NIDN.0811129101

Pembimbing 1



Drs. Abdul Wahab, MA
NIDN.0812086701

Pembimbing 2



Sukarta, M.Pd.I
NIDN. 0817088404

Di sahkan oleh
Dekan Fakultas Agama Islam




Suwandi, S.Ag., M.Pd.I
NIDN.0814067001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatoni Ningsih

Nim : 718130018

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Mataram Tahun 2022**

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
2. Semua sumber dan data yang saya gunakan dalam penelitian karya ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).
3. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan karya asli saya atau merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan undang-undang yang berlaku di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMat).

Mataram, 5 Agustus 2022



Fatoni Ningsih

Nim. 718130018



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatoni Aingsih
NIM : 718130018
Tempat/Tgl Lahir : Batulayar, 26 Maret 1998
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Agama Islam
No. Hp : 082 341 809 147
Email : Fatoningsih27@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada
Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Mataram
Tahun 2022

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 292

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 25 Agustus2022

Penulis



Fatoni Aingsih
NIM. 718130018



iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatoni Angsih
NIM : 718130018
Tempat/Tgl Lahir : Batulayar, 26 Maret 1998
Program Studi : Komunikasi dan Pengajaran Islam
Fakultas : Agama Islam
No. Hp/Email : 082 341 809 147
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah pada
Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Mataram
Tahun 2021

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 25 Agustus2022
Penulis



Fatoni Angsih
NIM. 718130018

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar S.Sos. M.A. pf
NIDN. 0802048904

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Allah Tidak Membebani Seseorang

Melainkan Sesuai Dengan Kesanggupannya



KATA PENGANTAR

Syukur *Alhamdulillah rabbil 'alamin* kami panjatkan kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah memberikan kesehatan, kesempatan bagi kami sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022”. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad *shalallahu alaihi wassalam* yang telah membimbing umatnya kearah kebenaran yang diridhoi Allah *subhanahu wa ta'ala* dan keluarga serta para sahabat yang setia kepadanya.

Segala upaya untuk menjadikan skripsi ini mendekati sempurna telah penulis lakukan, namun dengan segala keterbatasan yang dimiliki penulis maka dijumpai kekurangan baik dari segi penulisan maupun segi ilmiah. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya dan khususnya bagi penulis sendiri, untuk meningkatkan kembali ilmu dan pengetahuan kita. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul Gani M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram, Wakil Rektor dan seluruh Staf yang ada di lingkungan Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas segala saran, arahan, waktu dan kesabaran dalam penyusunan atau pembuatan skripsi.

3. Bapak Sukarta M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, kritikan dan saran yang konstruktif kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Endang Rahmawati M.Kom.I selaku Kaprodi KPI yang telah mempermudah dalam proses perijinan penelitian.
5. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam khususnya di KPI yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan KPI angkatan 2018 terimakasih atas bantuan dan semangatnya selama ini.
7. Kepada kedua orang tuaku, ayahanda (Nuraman) dan ibunda (Fatimah) beserta keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu, ucapan terimakasih yang tulus saya ucapkan atas restu, do'a dan kasih sayang yang diberikan yang tulus dan ikhlas yang telah menjadi pemicu yang selalu mengiringi langkah peneliti dalam perjuangan meraih masa depan yang bermanfaat.

ABSTRAK

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Media Dakwah
Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019 di Universitas
Muhammadiyah Mataram tahun 2022

Pembimbing I : Drs. Abdul Wahab, MA

Pembimbing II : Sukarta M. Pd. I

Penelitian ini berjudul pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022, pokok permasalahan dari penelitian ini adalah Bagaimana mahasiswa KPI angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Mataram memanfaatkan media sosial facebook sebagai media dakwah dan apa saja konten dakwah yang disebar oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 melalui media sosial facebook. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah mahasiswa KPI angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Mataram sudah memanfaatkan media sosial facebook sebagai media dakwah dan konten dakwah apa saja yang disebar melalui media sosial facebook. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 menggunakan media sosial facebook selain untuk menyampaikan pesan dakwah, mahasiswa KPI juga memanfaatkan facebook untuk kegiatan lainnya, seperti melakukan komunikasi dan silaturahmi dengan teman lama, baru, kerabat dan keluarga. Namun lebih banyak mahasiswa KPI angkatan 2019 yang rutin membuat dan menyebarkan pesan dakwah di media sosial facebook, lalu sisanya hanya sesekali saja. dan konten-konten dakwah yang disebar oleh mahasiswa KPI berupa akidah, mu'amalah, shalat, solawat, menuntut ilmu, cara menutup aurat bagi wanita dan lain-lain dalam bentuk tulisan, gambar dan video.

Kata Kunci : Pemanfaatan, Media Sosial Facebook, Mahasiswa KPI, Media Dakwah

ABSTRACT

Title : *Utilization of Facebook Social Media as a Media for Da'wah In KPI Students Batch 2019 at the University Muhammadiyah Mataram in 2022*

Consultant I : *Drs. Abdul Wahab, MA*

Consultant II : *Sukarta M. Pd. I*

This study aims to examine the usage of Facebook as a propaganda tool for the 2019 KPI class attending the Muhammadiyah University of Mataram in 2022. The key issue addressed by this study is how KPI students from the class of 2019 at Universitas Muhammadiyah Mataram use Facebook as a platform for spreading the word about Islam, as well as the nature of the da'wah content that is being shared by KPI students from the class of 2019 on Facebook. This study aims to find out whether KPI students from the 2019 Muhammadiyah University of Mataram have used Facebook as a platform for da'wah and what kinds of da'wah content are shared on Facebook. The case study approach combined with qualitative descriptive research was employed. According to the study, KPI students in the 2019 class use Facebook to spread da'wah. KPI students use Facebook for various purposes, including connecting and staying in touch with old and new friends, family members, and other acquaintances. However, more KPI students from the 2019 cohort regularly produce and convey da'wah messages on Facebook than the others do it sporadically. KPI students convey da'wah material in writing, photographs, and films on topics like faith, mu'amalah, prayer, solawat, studying, how to cover aurat for women, and other topics.

Keywords: *Utilization, Facebook Social Media, KPI Students, Da'wah Media*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B

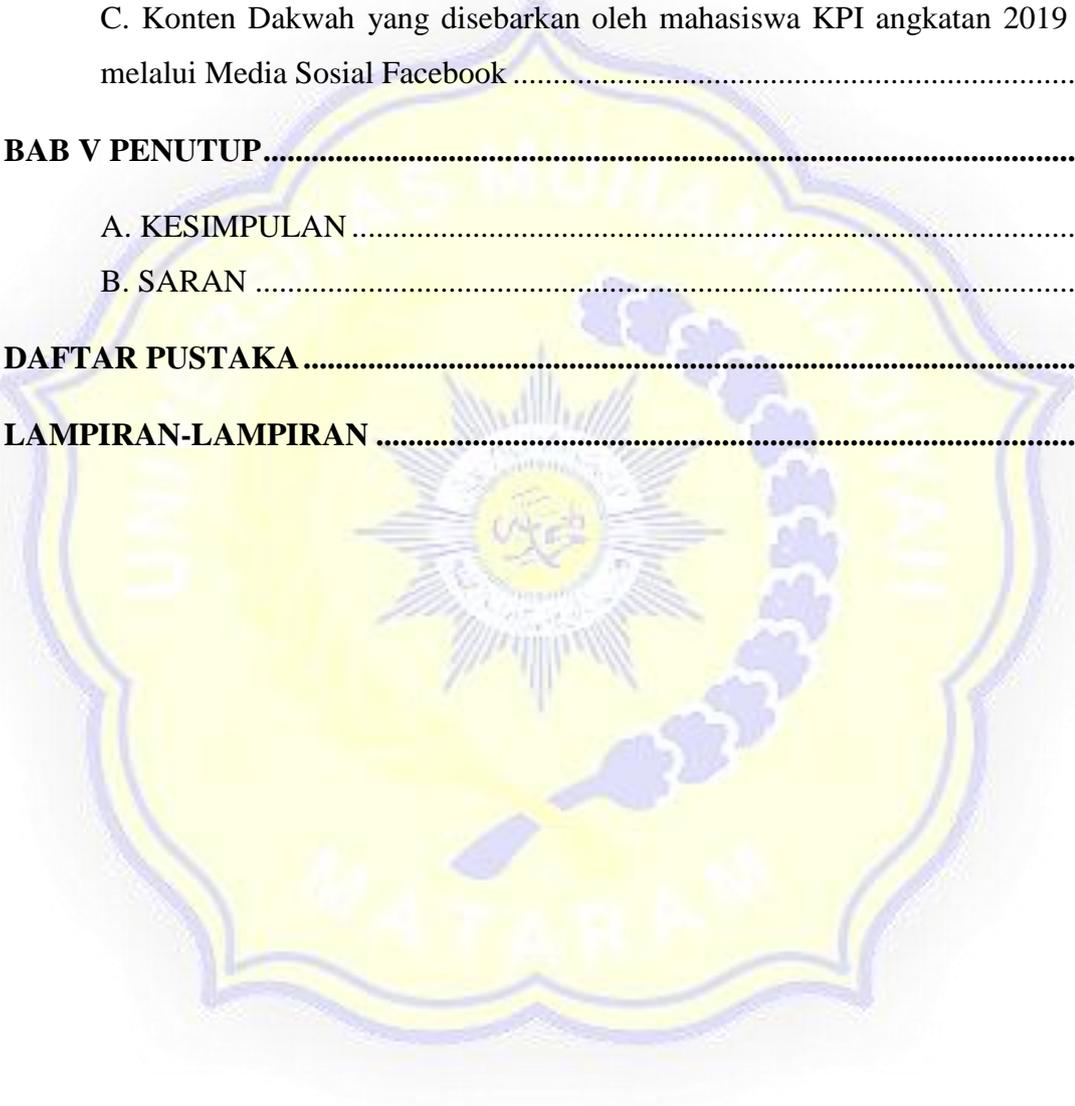


DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Ruang Lingkup Masalah	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kajian Pustaka.....	7

B. Kajian Teoritik	12
1. Pemanfaatan	12
2. Media Sosial.....	12
a. Pengertian media sosial.....	12
b. Karakteristik media sosial	14
c. Macam-macam media sosial	15
d. Pengaruh media sosial.....	16
3. Facebook	17
a. Pengertian facebook	17
b. Manfaat facebook	20
c. Kelebihan dan kekurang facebook.....	21
4. Dakwah	22
a. Pengertian dakwah	22
b. Rukun dakwah.....	24
c. Pesan dakwah	25
5. Facebook Sebagai Media Dakwah.....	27
6. Mahasiswa KPI	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Lokasi Penelitian	31
3. Sumber Data	32
4. Teknik Pengumpulan Data	34

5. Teknik Analisis Data	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram	38
B. Pemanfaatan Media Sosial Fsecebook sebagai Media Dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Mataram	43
C. Konten Dakwah yang disebarakan oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 melalui Media Sosial Facebook	52
BAB V PENUTUP.....	63
A. KESIMPULAN	63
B. SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68



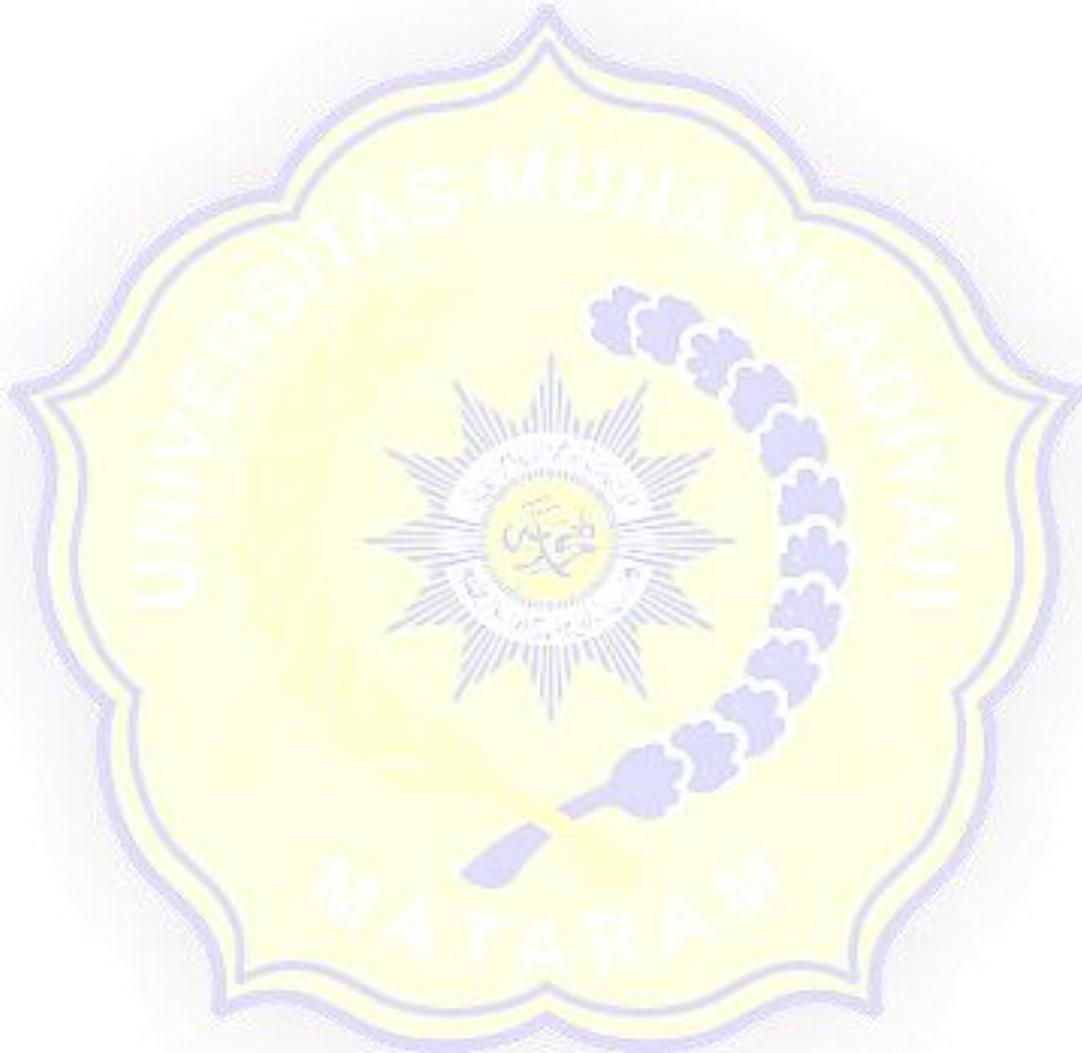
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 4.4 Nama Mahasiswa KPI angkatan 2019.....	41
Tabel 4.5 Nama-Nama Informan.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Contoh Konten Video Dakwah.....	59
Gambar 4.2 Contoh Konten Tulisan Dakwah.....	60
Gambar 4.3 Contoh Konten Gambar Dakwah.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah salah satu kewajiban terpenting dalam Islam. Ajaran Islam yang diterima dari para nabi dan rasul diakui oleh generasi berikutnya, bahkan di generasi sekarang, berkat Dakwah. Tanpa dakwah, generasi Islam berikutnya tidak akan ada lagi. Akhir dari tugas para nabi dan rasul ditandai dengan kematian mereka. Bukan berarti tugas dakwah berakhir sampai di situ saja, tetapi pekerjaan mulia ini terus berlanjut dan berpindah menjadi tugas manusia, khususnya Dai, harus berperan aktif dalam menjalankan tugas dakwah, yaitu menyeru kepada kebajikan dan mencegah dari kemungkaran.¹

Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman:

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

Artinya : *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang mengajak kepada kebajikan, menyeru kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*²

Menegakkan amar ma'ruf nahi mungkar merupakan tujuan utama dan termulia diciptakannya manusia. Allah *subhanahu wa ta'ala*. Telah menciptakan alam semesta yang begitu besar dan lengkap ini demi terwujudnya usaha amar ma'ruf nahi munkar. Karena itu, Allah 'azza wa jalla sengaja menciptakan manusia sebagai khalifah di permukaan bumi ini, demi

¹ Dr. Lalu Ahmad Zaenuri, Lc., M.A., *Dakwah itu Menyantuni*, Alamtara Institute Mataram : Alamtara, 2018, hal. 3.

² QS. Al-Imran (3) : 104.

terwujudnya kekhalifahan dimaksud, Allah sengaja mengutus sejumlah Nabi dan Rasul sebagai petunjuk jalan menuju kehendaknya.³

Perlu diketahui bahwa kegiatan dakwah islami tidak mesti selalu dilakukan di sekitar majlis ta'lim, yang meliputi ceramah, tausiyah, dan nasihat tentang pengetahuan agama, baik itu pembahasan tentang ilmu syari'at islam, tafsir, tauhid dan pembahasan syariat islam yang lain. Namun, dengan berkembangnya teknologi komunikasi, dakwah Islam dapat dilakukan dengan cara yang berbeda.⁴

Di era digital ini banyak para da'i atau ustadz yang memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk berdakwah kepada kaum muslimin, mereka mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam penyampaian dakwahnya karna mengingat besarnya manfaat yang dapat diperoleh dari keberadaan media sosial tersebut.

Media sosial kini menjadi bagian dari keseharian umat. Di dunia maya, media sosial memiliki dua sisi mata pedang. Sebagai alat efektif untuk menyebarkan kebaikan. Namun, itu juga dapat memicu diskusi di media sosial yang dapat menyebabkan pertengkaran hingga memutus silaturahmi. Pendakwah dan aktivis media sosial Ustadz Hilman Rosyad mengatakan perkembangan dakwah kini menemukan muara baru bernama media sosial.⁵

Media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia baik itu

³Ibnu Ibrahim, *Dakwah jalan terbaik dalam berpikir dan menyikapi hidup*, PT Gramedia : Jakarta, 2014, hal.26.

⁴ Zulfikar Ghazali, *Pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah dalam masyarakat virtual*, jurnal al-muttaqim, Vol. IV, No.1

⁵ Hafidz Muftisany, *Dakwah di Media Sosial*, Intera : Karanganyar, 2021, hal.1.

pria maupun wanita terutama dari kalangan remaja yakni Facebook, Instagram dan Twitter. Mengingat pertumbuhan penggunaan Facebook yang cukup signifikan ini, khususnya di kalangan remaja dirasa cukup efektif digunakan sebagai sarana pembelajaran sekaligus dakwah kepada mereka. Dakwah melalui Facebook dipandang cukup efektif karena bisa dilakukan dimana saja, kapan saja dan biayanya pun relatif murah. Dakwah lewat media Facebook dinilai akan sangat efektif apabila semua pesan yang disampaikan bermanfaat dan berguna bagi kehidupan manusia.

Dakwah di jejaring media sosial Facebook itu unik karena anggota yang tergabung dalam forum pertemanan dapat terintegrasi (*integrated*) untuk melakukan komunikasi sosial dan keagamaan.⁶ Dakwah melalui sarana tersebut akan sangat efektif. Efektivitas Facebook ini dapat dilihat dari bagaimana Facebook dapat menyebar luas di masyarakat. Jadi, tingkat pertumbuhan tahunan seluruh pengguna Facebook di Indonesia adalah 73% pertahunnya. Selain itu, beberapa fitur yang terdapat di dalam aplikasi Facebook ini dapat digunakan atau dimanfaatkan bagi juru dakwah atau para da'i sebagai sarana dakwah Islami yang akan menjembatani kemajuan teknologi dan informasi dengan proses dakwah. Hal ini juga dimaksud untuk mengubah paradigma masyarakat yang beranggapan bahwa dakwah Islam hanya bisa dilakukan dalam pengajian saja.⁷

⁶Septina Wulandari, Skripsi; *Facebook Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Terhadap Pendakwah Di Kota Banda Aceh)*, Banda Aceh: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-raniry Darussalam, 2018, hal.5.

⁷ Zulfikar Ghazali, *Pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah dalam masyarakat virtual*, jurnal al-muttaqim, Vol. IV, No.1, hal. 89.

Seiring dengan kemajuan teknologi semakin pesat, setiap orang harus dapat mengikuti perkembangan tersebut, dan bagi umat islam, kemajuan teknologi informasi sangat mendukung dalam dakwah islamnya dan umat islam harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut.⁸

Kompetensi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan salah satu alasan pemilihan judul yang dimana jurusan komunikasi penyiaran islam diharapkan mampu menjadikan mahasiswa sebagai da'i, yang dimana mahasiswa mampu melakukan dan memperbaharui cara atau metode dakwah yang digunakan. Tidak hanya sekedar memahami, namun bagaimana para da'i atau mahasiswa bisa memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Selain itu, untuk mengembangkan kemampuan da'i agar tidak hanya terpatut pada dakwah yang sifatnya formal yang hanya dilakukan di atas mimbar saja namun bagaimana para da'i atau mahasiswa KPI bisa memanfaatkan media sosial yang ada. Karna dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat saat ini memaksa kita untuk mengikutinya.⁹

Berdasarkan beberapa fakta yang terjadi diatas inilah yang melatarbelakangi peneliti membahas hal ini dengan memilih judul : **Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai media dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022.**

⁸Alwisral Imam Zaidillah, *Strategi dakwah dalam membentuk Da'i dan khotib profesional*, Kalam mulia : Jakarta, 2005, hal.2.

⁹ Ryan Futriana Rusadi, *Strategi Dakwah Mahasiswa KPI di Masa Pandemi Covid-19 menggunakan Media Online, Fakultas Agama islam, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021.*,

B. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah dari latar belakang penelitian diatas adalah :

1. Bagaimana mahasiswa KPI angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Mataram memanfaatkan media sosial facebook sebagai media dakwah?
2. Apa saja konten dakwah yang disebarakan oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 melalui media sosial Facebook?

C. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa hal yang menjadi Tujuan Penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui apakah mahasiswa KPI angkatan 2019 sudah memanfaatkan media sosial facebook sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui konten dakwah yang disebarakan oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 melalui media sosial Facebook.

D. Ruang Lingkup Masalah

Adapun ruang lingkup masalah dalam penelitian ini adalah, peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswa KPI angkatan 2019 sudah memanfaatkan media sosial facebook sebagai media dakwah serta apa saja konten yang disebarakan oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam mensyiarkan nilai-nilai islam melalui facebook.

E. Manfaat Penelitian

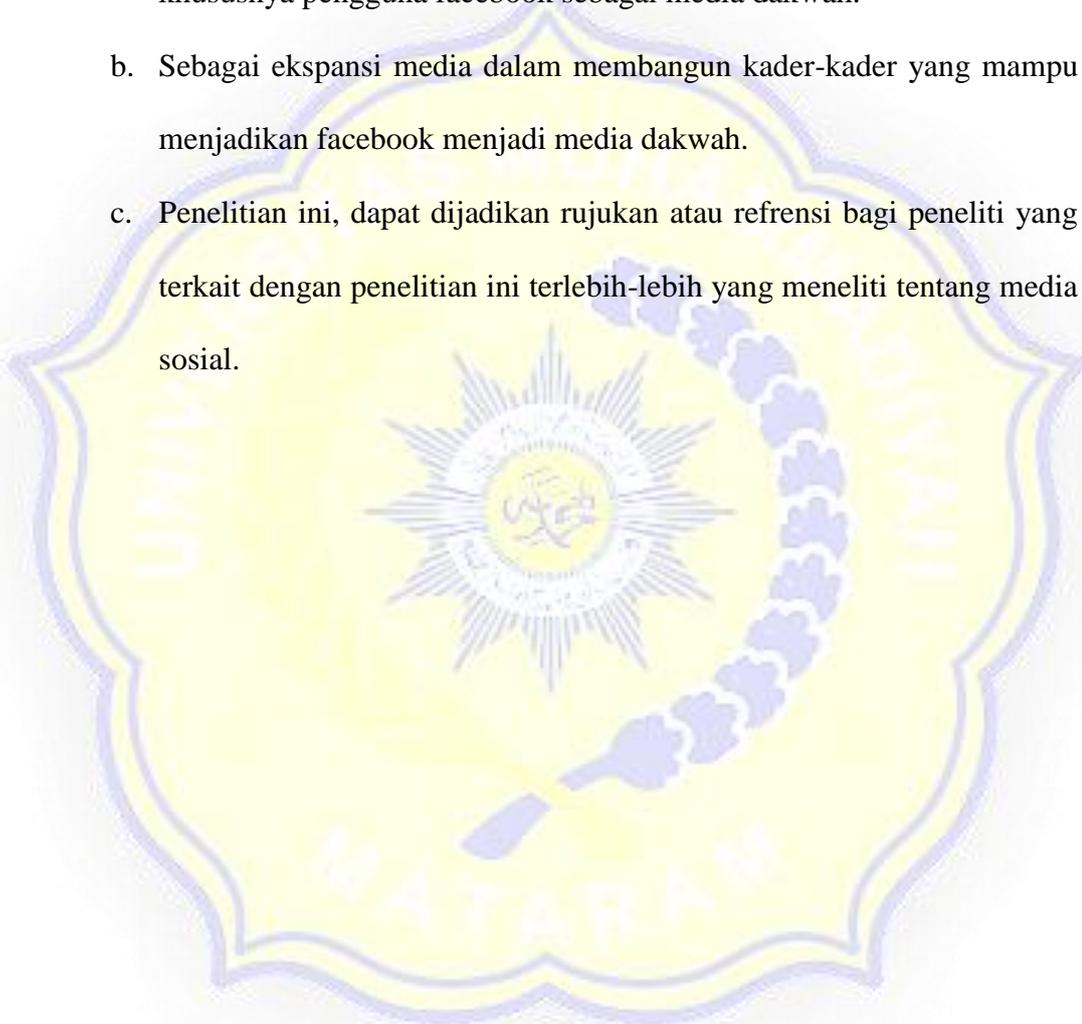
1. Manfaat Teoritis

Harapanya penelitian ini dapat dijadikan acuan atau refrensi untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan terlebih-lebih pada ilmu komunikasi dan dakwah. Penelitian ini, akan memudahkan peneliti untuk memperkaya penelitiannya di bidang ilmu komunikasi, dan dapat menambah

pengetahuan tentang bagaimana menyebarkan pesan-pesan dakwah islami di media sosial pada umumnya, dan khususnya media massa yang berhubungan dengan facebook.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan yang bermanfaat bagi pengguna jejaring sosial khususnya pengguna facebook sebagai media dakwah.
- b. Sebagai ekspansi media dalam membangun kader-kader yang mampu menjadikan facebook menjadi media dakwah.
- c. Penelitian ini, dapat dijadikan rujukan atau referensi bagi peneliti yang terkait dengan penelitian ini terlebih-lebih yang meneliti tentang media sosial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Pertama, Skripsi : Facebook sebagai media dakwah (studi kasus terhadap pendakwah di kota aceh) yang ditulis oleh Septina Wulandari (411206557) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam pada tahu 2018, mene liti tentang strategi dakwah melalui facebook yang dilakukan oleh pendakwah di kota Banda Aceh. Jenis penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami. Penelitian yang ditulis oleh Septian Wulandari menyimpulkan bahwa yang disampaikan oleh pendakwah Banda Aceh terhadap komunikasi melalui status dakwah di berbagai jenis media baik itu televisi, radio ataupun facebook dapat memberikan kesenangan, silaturahmi tetap terjaga dan dapat menimbulkan hubungan yang baik antara pendakwah dan pendengarnya.¹⁰

Meskipun penelitian ini sama-sama meneliti dengan media deskriptif kualitatif, namun perbedaan penelitian ini adalah terletak pada media yang digunakan menggunakan banyak media selain facebook yaitu televisi dan radio, sedangkan penelitian ini menggunakan satu media saja yaitu facebook.

Kedua, Dakwah di media sosial (etnografi virtual pada fanpage facebook KH. Abdullah) yang ditulis oleh Rizki Hakiki (111205000001) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

¹⁰Septina Wulandari, Skripsi; *Facebook Sebagai Media Dakwah (studi kasus terhadap pendakwah di kota banda aceh)*, Banda Aceh: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-raniry Darussalam, 2018.

pada tahun 2016, meneliti tentang media dakwah pada halaman facebook KH. Abdullah Gymnastiar. Jenis penelitiannya menggunakan deskriptif kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian di halaman facebook KH. Abdullah Gymnastiar.

Penelitian yang ditulis oleh Rizki Hakiki dapat menyimpulkan bahwa pada level pengalaman Aa GYM sebagai seorang da'i kondang di dunia nyata inilah yang membuatnya mendapatkan mad'u hingga 3 juta orang dan mengajak mad'unya untuk mengikuti fanpage facebooknya melakukan kegiatan ceramah di masjid atau melalui buku-bukunya.¹¹

Meskipun penelitian ini sama-sama meliti dengan media deskriptif kualitatif, namun perbedaan adalah penelitian Rizki hakiki hanya meneliti dakwah di halaman facebook Aa GYM, sedangkan penelitian ini meneliti mahasiswa KPI angkatan 2019.

Ketiga, Pemanfaatan media facebook dalam menyampaikan pesan dakwah (bagi mahasiswa kpi angkatan 2014) yang ditulis oleh Nanda Setiawan (14125486) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tahun 2018, meneliti tentang pemanfaatan media facebook dalam menyampaikan dakwah, jenis penelitiannya menggunakan jenis deskriptif kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan media facebook pada mahasiswa Kpi angkatan 2014 dalam menyampaikan dakwah. Penelitian yang ditulis oleh Nanda Setiawan menyimpulkan bahwa mahasiswa angkatan 2014 lebih banyak menggunakan

¹¹ Rizki Hakiki, Skripsi; *Dakwah Media Sosial (etnografi virtual pada fanpage facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, Jakarta : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016.

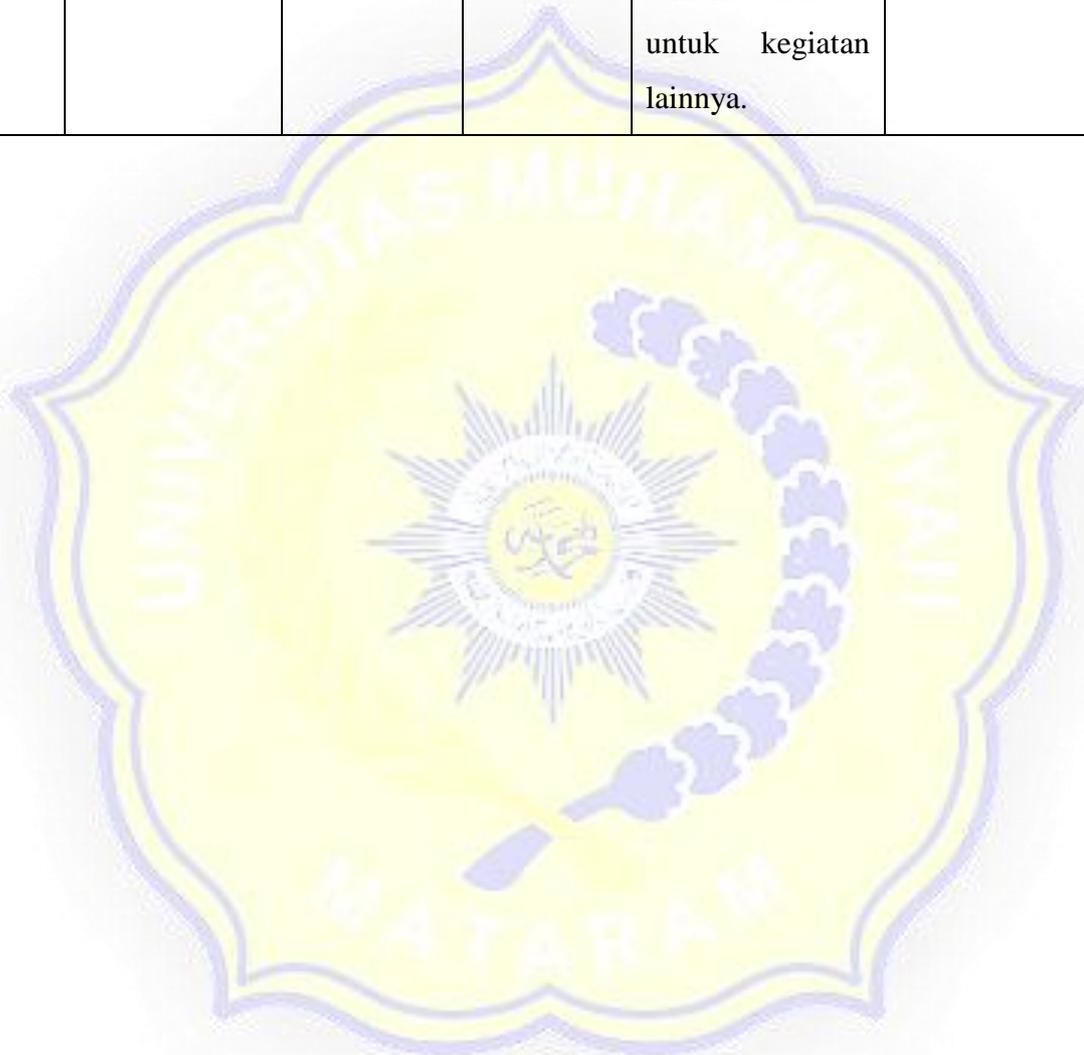
media facebook daripada media lainnya.¹² Meskipun penelitian ini sama-sama meneliti bagian yang spesifik namun perbedaan penelitian ini adalah ada pada tujuan dan manfaat yang didapat oleh peneliti dan penulis serta yang membacanya serta lokasi dan tahun penelitian.

No	Skripsi	Nama Penulis dan Kampus	Tahun	Hasil	Pembeda dengan skripsi saya
1.	Facebook sebagai media dakwah (studi kasus terhadap pendakwah di kota banda aceh	Peneliti Septina Wulandari Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam	Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018	Dakwah yang disampaikan oleh pendakwah Banda Aceh terhadap komunikasi melalui status dakwah di berbagai jenis media baik itu televisi, radio ataupun facebook dapat memberikan kesenangan, silaturahmi tetap terjaga dan dapat menimbulkan hubungan yang	Perbedaan penelitin ini terletak pada media yang digunakan, menggunakan banyak media selain facebook yaitu televisi dan radio, sedangkan penelitian ini menggunakan satu media saja yaitu facebook

¹² Nanda Setiawan, Skripsi; *Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (studi kasus mahasiswa KPI angkatan 2014)*, Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.

				baik antara pendakwah dan pendengarnya.	
2	Dakwah di media sosial (etnografi virtual pada panpage pada facebook KH. Abdullah)	Peneliti Rizqi Haqiqi Mahasiswa Univesitas Islam Negeri Syarif hidataullah	Penelitian ini dilakukan pada tahun 2016	menyimpulkan bahwa pada level pengalaman Aa GYM sebagai seorang da'i kondang di dunia nyata inilah yang mrmbuatnya mendapat mad'u hingga 3 juta orang dan mengajak mad'unya untuk mengikuti fanpage facebooknya melakukan kegiatan ceramah di masjid atau melalui buku-bukunya.	Perbedaan penelitian ini hanya meneliti di halaman facebook Aagym, sedangkan penelitian ini meneliti di mahasiswa KPI 2019.
3	Pemanfaatan media sosial facebook dalam penyampaikan pesan dakwah (bagi	Peneliti Nanda Setiawan Mahasiswa Institut Agama Islam	Penelitian ini dilkukan pada tahun 2018	Menyimpulkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2014 lebih banyak menggunakan media sosial	Perbedaannya terletak pada tujuan dan mafaat yang di dapat oleh peneliti dan penulis serta

	mahasiswa angkatan 2014)	negeri (IAIN)		facebook dari pada media lain, tidak hanya menyebarkan pesan dakwah facebook juga dimanfaatkan untuk kegiatan lainnya.	yang membacanya serta lokasi dan tahun penelitian.
--	--------------------------	---------------	--	--	--



B. Kajian Teori

1. Pemanfaatan

Pemanfaatan adalah sebuah kata turunan dari kata “Manfaat”, yaitu sebuah pertemuan yang menunjukkan suatu kegiatan untuk menerima. Perjumpaan ini pada umumnya mengarah pada memperoleh atau menggunakan sesuatu yang bermanfaat, baik itu secara langsung ataupun tidak langsung langsung, untuk memperoleh sesuatu yang bermanfaat.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia J.S. Badudu melafazkan bahwasanya, pemanfaatan ialah hasil kerja dalam penggunaan sesuatu, metode dan hal yang berguna, dan definisi lain dari manfaat yang diterbitkan oleh Dennis Mc Quail dan Windahl, yaitu manfaat merupakan keinginan sama artinya dengan *Explore* (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima).¹³

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia media sosial itu terdapat ada dua kata: “ media ” dan “ sosial ”. media yang berarti sarana (alat) komunikasi. Yang dimaksud disini bahwasanya media itu adalah suatu instrumen (alat) yang dipergunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi. Sedangkan kata ‘sosial’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mengacu pada ciri-ciri sosial (masyarakat) dan sifat-sifat sosial yang mencerminkan kepentingan umum. Disisi lain, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media

¹³<http://www.definisi-pengertian.com>, diakses pada tanggal 3 januari 2022, pukul 10:44

sosial' adalah laman atau aplikasi apa pun yang dimana penggunaanya bisa berbagi isi atau membuat sesuatu yang dapat ditonton atau dilihat oleh orang-orang yang menggunakan aplikasi tersebut atau orang-orang yang terlibat didalam jejaring sosial tersebut.¹⁴

Menurut Carr dan Hayet media sosial adalah sebuah saluran berbasis internet yang dimana penggunaanya dapat berinteraksi secara selektif dan berinteraksi secara independen, ntah itu secara *real-time* atau tidak singkron, dengan berbagai audiens, dan memungkinkan mengkreasi dan persepsi konten yang dibuat pengguna. Untuk berinteraksi dengan pengguna lain yang berada di media tersebut.¹⁵

Bila kita membaca dalam kamus *Online Wikipedia* dan kita melakukan pencariin, akan banyak definisi sosial media yang semakin membuat kening kita berkerut-kerut. Namus secara umum sosial media merupakan suatu cara baru yang bisa menghubungkan satu orang dengan yang lainnya, secara "*onlin*".¹⁶

Berkebangnya media sosial yang begitu cepat diakibatkan karena setiap orang dengan mudah mempunyai media sendiri, seperti *gadget* misalnya. Saat ini *gadget* merupakan sarana media komunikasi utama yang digunakan hampir disemua kalangan masyarakat dari kaum menengah kebawah hingga kaum menengah

¹⁴ KBBI, Diakses pada tanggal 4 Desember 2021, pikul 21:33

¹⁵Eriyanto, *Analisis Jaringan Media Sosial*, Kencana : Jakarta, 2021, hal.60.

¹⁶ Nuty Laraswati, *Social Media Mastery*, CV. Garuda Mas Sejahtera : Surabaya, 2015, hal.8.

keatas. semua ini disebabkan karna harga *gadget android* yang terjangkau dan menawarkan fasilitas internet sehingga anda dapat mengakses media sosial dimanapun ada berada.¹⁷

b. Karakteristik Media Sosial

Berikut karekteristik media sosial modern:

- 1) Jaringan hubungan : ikatan antar pengguna seperti jaringan-jaringan yang saling berhubungan dan menjadi lebih kompleks saat anda berkomunikasi dan membangun persahabatan. Komunitas jejaring sosial memainkan peran yang kuat dalam memengaruhi audiens anda (influencer).
- 2) Keterbukaan (transparansi) : pada dasarnya adalah kejelasan informasi dikarenakan konten yang berada pada media sosial di peruntukkan pada sekelompok orang atau konsumsi publik.
- 3) Multi form: yakni berita yang disuguhkan dalam konten yang berbeda dan saluran yang berbeda. bentuknya dapat berupa siaran pers media sosial, siaran video, *situs web*, dan bagian-bagian lainnya.
- 4) Komunikasi dan interaksi : hubungan dan komunikasi interaktif terjalin melalui berbagai fungsi. Misalnya, antara ‘merek bisnis’ dan ‘penggemarnya’.
- 5) Intensitas iklan online : yakni bahwasanya media sosial tersebut dapat dilihat sebagai alat yang menciptakan peluang untuk mencapai visi dan misi suatu lembaga.

¹⁷ Nikken YPH. dkk, *The Power Of Media*, CV. Garuda Mas Sajahtara : Malang, 2015, hal.200.

- 6) Multi opini (pendapat) : yakni dimana orang-orang bisa dengan mudah mediskusikan dan menyuarakan pendapat mereka.¹⁸

c. Macam-macam media sosial

- 1) Forum, adalah media social yang dimana menyediakan pengguna untuk dapat berbagi informasi yang sesuai dengan subtema yang telah difasilitasi oleh forum, dan orang lain yang menggunakan media sosial tersebut dapat mengomentari informasi yang ada disana. biasanya ada seseorang yang ditugaskan khusus untuk melacak postingan pengguna yang cocok dengan subtema.
- 2) Social Bookmarking, adalah interaksi media sosial dalam bentuk voting, menyukai artikel, dan mengomentari artikel yang ada disana.
- 3) Blog, merupakann sosial media yang dimana pengguna dapat mencatat konten seperti, buku harian. Dengan kata lain, artikel yang ada disebuah blog itu adalah milik pengguna yang mencatat konten tersebut. Dan dia bertanggung jawab untuk mengontrol tampilan dan tema serta pokok pembahasan tulisan.
- 4) Social Photodan Video Sharing, adalah media sosial dimana orang membagikan foto dan video mereka disana. Misalnya Youtube (*youtube.com*), Instagram (*Instagram.com*), Flickr (*flickr.com*).

¹⁸Feri Sulianta, *Keajaiban sosial media*, PT Elex media komputindo : Jakarta, 2015, hal.7.

- 5) Microblog, adalah format blog yang dimana pengguna diperbolehkan untuk mencatat pembaruan teks pendek (biasanya tidak lebih dari 200 karakter). Disini *Microblog* dapat digunakan sebagai tempat untuk menaruh ide dan mengekspresikan ide.
- 6) Wiki, adalah social media tempat dimana orang bisa berinteraksi dengan cara menambahkan artikel atau memperbaiki artikel yang ada. Contohnya Wikipedia (*wikipedia.org*).
- 7) Jejaring sosial, merupakan social media yang memungkinkan penggunanya bisa berhubungan dengan orang lain, yaitu dengan cara menambah pertemanan, berkomentar, bertukar kabar, dan berdialog. Misalnya facebook (*facebook.com*), Google+ (*plus.google.com*). halaman dijejaring sosial dengan pengguna khusus. Misalnya linkedin.com (jejaring sosial untuk para pencari kerja), foursquare.com (jejaring sosial untuk berbagi lokasi). Chatting jejaring sosial seperti, BBM, Whatsapp, Telegram.¹⁹

d. Pengaruh Media Sosial

Terdapat tiga tingkatan peneruh dalam bermedia sosial terhadap aktifitas sehari-hari diantaranya:

- 1) Tingkat sebuah populasi di mana media sosial hadir sebagai komunitas fiksi yang didalamnya terdapat ruang virtual sebagai

¹⁹ Arif Rohmadi, *Tiips Produktif Ber-Social Media*, PT Elex mediakomputindo : Jakarta, 2016, hal. 1-2.

tempat untuk mewadahi beragam kegiatan manusia dari kegiatan privat sampai kegiatan publik untuk mencapai bagian kehidupan sosial masyarakat.

2) Tingkat korelasi antar pribadi yang mana media sosial ada sebagai komunitas fiksi yang didalamnya ada ruang virtual sebagai tempat untuk mewadahi beberapa jaringan (*web*) dan koneksi (*connections*), jaringan virtual dan saling bergantung (*interdependence*).

3) Pada tingkat pribadi secara fundamental bisa mengubah kesadaran kita tentang diri dan identitas. Identitas Sebagai sebuah konsep (dan realitas), tetap ada walaupun sebenarnya masih ada perbedaan, prinsip “perbedaan” atau “diskriminasi”, yang membuat satu orang bisa terlihat berbeda dengan orang lain.²⁰

3. Facebook

a. Pengertian Facebook

seperti namanya, facebook adalah “buku muka.” Yakni Sebuah buku yang berisi penuh dengan berbagai foto dan video wajah dari pengguna, dan ilustrasi. Untuk membantu kemampuan menyimpan gambar-gambar yang ada, facebook mencadangkan fitur album yang menggabungkan gambar-gambar tertentu yang sesuai dengan minat penggunanya yang memiliki hubungan.²¹

²⁰Fahmi Gunawan, dkk, *Religion society dan social media*, CV Budi Utama: Yogyakarta, 2018, hal. 28.

²¹ Zulfikar Ghazali, *Pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah dalam masyarakat virtual*, Jurnal al-muttaqim, Vol. IV, No.1, hal.88.

Mark Zuckerberg adalah orang yang telah mendirikan facebook, dia dengan teman sekamar dan sesama dan alumni Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew Mccollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Keanggotaan di situs ini mulanya terbatas hanya pada mahasiswa Harvard saja, tetapi kemudian diperbesar untuk mencakup perguruan tinggi Bostan lainnya, Ivy League, dan Universitas Stanford.²²

Facebook diluncurkan yakni bulan februari 2004, dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Sebuah media sosial atau layanan jejaring sosial yang paling banyak dikunjungi di dunia maya (*internet*) dibandingkan dengan yang media lainnya. Facebook mencapai pengguna 1 miliar lebih yang aktif dalam menggunakannya, lebih dari setengahnya memakai ponsel. Hal ini dikarenakan facebook menawarkan berbagai fitur-fitur yang menarik.²³

Demam perangkat ini telah bekerja di Indonesia sejak tahun 2008, saat ketika facebook lagi maraknya diminati dan penerobosan ponsel di negara ini melebihi 50 %. Dari banyaknya negara didunia ini Indonesia saat ini merupakan salah satu Negara yang menggunakan Facebook dan Twitter paling banyak di dunia, dengan masing-masing pengguna 51 juta dan 19,5 juta orang.²⁴

²² Reski Amelia, *Yuk, Kenal dengan Founder Facebook*, Pustaka Taman Ilmu : Jakarta, 2021, hal.1.

²³Muh.Ikram, *Jurnal : Facebook sebagai media dakwah di era digital*

²⁴ Nikken. dkk, *The Power Of Media*, CV. Garuda Mas Sejahtera : Malang, 2015, hal.201.

Pada 2009, Facebook menjadi salah satu jaringan sosial yang sering dimanfaatkan di dunia. Sepuluh tahun kemudian, yakni 2,2 miliar pengguna dan 1,4 miliar pengguna aktif perharinya, facebook berhasil mempertahankan posisinya. Setiap harinya ada 66% dari pengguna facebook masuk ke akun mereka, dan 51% dari penggunanya beberapa kali mengunjunginya. Setiap harinya, rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari 20 menit di Facebook, dan yang menakjubkan, 91% dari seluruh kaum milenial menggunakan facebook.²⁵

Facebook memiliki kesamaan dengan situs jejaring sosial *Friedster*. Keduanya memberikan ruang bagi kita untuk bisa meletakkan foto-foto hasil kreasi ataupun foto asli. Namun berbeda berbeda dengan Friendster, Facebook memberikan warna lain yang cukup menyenangkan bagi penggunanya.²⁶Orang-orang memanfaatkan facebook sebagai wadah tempat untuk terhubung dengan kerabat, orang yang dicintai, dan teman. melalui facebook jaringa pertemanan terus berkembang seiring dengan penemuan-penemuan baru. Bukan hanya itu saja, facebook membukakan pintu komunikasi untuk membuat seseorang tetap terhubung sesering mungkin. Bentuk berita yang dikemas membuat orang mudah untuk mengakses informasi secara terorganisir, memungkinkan mereka untuk menerima pemberitahuan tentang kegiatan teman mereka, dan

²⁵ Claire Diaz-Ortiz, *Social Media Success For Every Brand*, Bhuana Ilmu Populer : Jakarta, 2021, hal.127.

²⁶ Nyoto Kurniawan, Ridwan Sanjaya, *Most Wanted Tips of Facebook*, PT Elex Media Komputindo: Jakarta, 2009, hal.153.

lain-lain. Pesan seperti pengingat dan email sangat populer di kalangan banyak orang.²⁷

b. Manfaat Facebook

Facebook sudah menjadi jejaring sosial terbanyak saat ini, facebook memiliki begitu banyak keunggulan yang dapat kita manfaatkan. Di bawah ini merupakan beberapa kegunaan facebook secara umum yang dirasakan dalam kehidupan sekarang:

- 1) Wadah periklanan dapat dijadikan alat periklanan yang sangat-sangat efektif. Disini orang-orang bisa dengan mudah memanfaatkannya facebook sebagai tempat pengiklanan segala sesuatu.
- 2) Keunggulan terbesar dari the star sebagai wadah menemukan pertemanan, dimana seseorang bisa dengan mudah menemukan teman lamanya.
- 3) Tempat berdiskusi, dalam jejaring sosial disana ada satu fitur yang bisa dipergunakan untuk diskusi tentang apa saja, yaitu group yang berlaku layaknya forum.
- 4) Sebagai tempat untuk bermain dan belajar, facebook selain dapat dipergunakan untuk bermain dia juga dapat dimanfaatkan untuk mempelajari berbagai macam ilmu pengetahuan yang sebelumnya tidak pernah di pelajari

²⁷Dominikus juju, Feri sulianta, *Hitam dan Putih Facebook*, PT Elex media komputindo : Jakarta, 2010, hal.11.

- 5) Wadah atau tempat mencari pasangan, disini seseorang dengan mudah bisa mencari pacar atau kekasih sesuai dengan yang diinginkan.²⁸

c. Kelebihan dan Kekurangan Facebook

Facebook mempunyai efek positif dan negatif. Semua ini di akibatkan oleh kekuatan dan kelemahan media sosial (facebook). Berikut beberapa kelebihan dan kekurangan dari facebook di bawah ini :

- 1) Manfaat (kelebihan) : memperbanyak pemahaman atau pengetahuan melalui intraksi antara pengguna satu dengan yang lainnya yang berada di media maya. Selain dari itu aksesnya juga yang mudah dan menghemat uang saat kita mengunjunginya, ini juga akan meningkatkan banyaknya teman dan membuat kita menjadi lebih kreatif atau membuat kita lebih sadar untuk memberikan pesan-pesan atau informasi yang kita ketahui yakni dalam jangka waktu yang lebih singkat.
- 2) Kekurangan : facebook dapat menyebabkan aktivitas kejahatan dikarenakan banyaknya kemudahan yang diberikan oleh media tersebut, orang akan dengan mudahnya melakukan tindak kejahatan. Ketiaka media sosial itu tidak dipergunakan dengan baik atau tidak sesuai dengan kebutuhannya bisa menyebabkan ketergantungan pada pemakaian media yang berlebihan. Hal ini, dapat menyebabkan kesehatan menjadi buruk dikarenakan

²⁸ Aminudin, Jurnal : Facebook sebagai media dakwah, diakses pada tanggal 19 November 2021

adanya aktivitas yang berlebihan dan tidak proporsional dalam penggunaan media sosial.²⁹

4. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Merujuk pada Bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*dakwah*” (الدعوة). Dakwah memiliki 3 karakter asli : *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ke-3 huruf asli tersebut terbentuklah sejumlah kata dan makna yang berbeda-beda. Maknanya antara lain yakni : memanggil, mengajak, mengharap pertolongan, berharap, minta, memohon, menganggap, menyemangati, membawa, mendatangkan, berdoa, menyesali dan meratapi.³⁰

Secara kualitatif, dakwah islam bermaksud untuk memengaruhi dan mengubah kelakuan dan prilaku warga negara agar mencapai suatu ketaatan pribadi dan ketaatan sosial. Diiringi dengan adanya pesan-pesan dakwah merupakan suatu anjuran yang akan membuat kita sadar akan kewajiban untuk selalu berada di jalan yang benar memiliki pendirian (*istiqomah*), baik itu berupa pesan agama atau pesan sosial. Dakwah merupakan suatu bujukan yang dilaksanakan untuk melepaskan seseorang (pribadi) dan sosial (masyarakat) supaya menuju nilai-nilai ketuhanan, dan agar terhindar dari nilai-nilai kesetanan dan kebodohan yang dapat mempengaruhinya. Selain itu, dakwah juga bermaksud untuk

²⁹Fahmi Gunawan dkk, *Religion society dan social media*, CV Budi Utama: Yogyakarta, 2018, hal. 119.

³⁰Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Kencana prenada media : Jakarta, 2008, hal.5.

memperdalam pengetahuan agama dan memperbaharui sikap, pikiran dan tindakan dalam berbagai aspek ajarannya.³¹

Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.³²

Pada dasarnya dakwah adalah cara berkomunikasi. Yakni, Komunikasi antar dua pihak, pihak yang diundang (ajak) berkomunikasi dan pihak yang menerima undangan. Serta pihak yang mengundang (mengajak) dan pihak yang diundang (ajak) berkomunikasi. Pada dasarnya semua ini tercermin dari arti dakwah itu sendiri, dimana dakwah itu menggambarkan adanya suatu kegiatan komunikasi antara 2 belah pihak (pihak yang pertama yakni komunikator sebagai subjek sedangkan pihak yang kedua komunikan sebagai suatu objek), ketika menyampaikan suatu pesan dakwah untuk tujuan tertentu, tema, objek dan pesan yang dikirim masih dalam literatur ilmu dakwah di sebut sebagai arkan al-da'wah (rukun dakwah).definisi dakwah itu sendiri yang mencerminkan sebuah aktivitas yang melibatkan dua orang (komunikator sebagai

³¹ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Prenada Media : Jakarta, 2006, hal.1.

³²QS. An-nahl: 125

subjek dan komunikan sebagai objek) dalam penyampaian suatu pesan dengan tujuan tertentu, subjek, objek, dan pesan dalam literatur ilmu dakwah disebut rukun dakwah (*arkan al-da'wah*).³³

b. Rukun Dakwah

Rukun dakwah adalah bagian-bagian yang memiliki peran dalam hakekat dakwah dan menjadi unsur utama dalam tegaknya dakwah. Rukun dakwah ada tiga yaitu:

1) Ad-da'i

Sesungguhnya seorang yang menyerukan, menyebarkan, mengajarkan dan mengamalkan perintah dan ajaran islam disebut sebagai seorang da'i.³⁴

2) Al- Mad'u (orang yang didakwahi)

Al-mad'u adalah penerima dakwah artinya secara umum semua orang bisa menerima dakwah, ntah itu orang dekat ataupun jauh, yang muslim ataupun non muslim, pria ataupun wanita karena pada umumnya semua orang berhak didakwahi.³⁵

3) Bahan (materi) Dakwah

Ajaran atau pengetahuan tentang islam yang diserukan terhadap seluruh umat manusia disebut sebagai bahan (materi) dakwah.³⁶

³³ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, CV Budi Utama : Yogyakarta, 2018, hal.9.

³⁴ Mastur Irham, Muhammad Malik Supar, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, Pustaka Al-Kautsar: 2021, hal.164.

³⁵ *Ibid*, hal.179.

³⁶ *Ibid*, hal.194.

c. Pesan Dakwah

Secara Bahasa, kata “pesan” bermakna sebagai nasehat, permintaan atau perintah yang disampaikan atau dikirim oleh orang lain (amanat), sedangkan kata “dakwah” disini bermakna sebagai cara atau usaha untuk mengubah suatu keadaan yang kurang baik menjadi lebih baik sesuai perintah allah dan ajaran-ajaran agama islam dengan kata lain dakwah adalah suatu cara untuk mengajak umat kejalan allah (agama islam).³⁷

Pesan dakwah tidak bebeda dengan inti ajaran islam. Banyak kategorisasi yang dianjurkan oleh para ulama ketika menggambarkan islam. Endang Saifuddin Anshari, mengkategorikan ajaran utama islam sebagai berikut:

- 1) Akidah (iman) : mencakup Iman kepada Allah subhanahu wa ta'ala, iman kepada para malaikat allah, iman kepada kitab allah, iman kepada para nabi dan rasul allah, iman kepada hari kiamat, dan iman kepada qada dan qadar.
- 2) Syariah mencakup ibadah dalam makna tertentu (bersuci atau thoharoh, shalat, puasa, zakat, haji) dan muamalah dalam makna yang lebih luas (al-qanun-al khasi/hukum perdana dan al-qanun al-'am/hukum umum).
- 3) Akhlak yang mencakup akhlak kepada sang pencipta (allah) dan makhluk (manusia dan nonmanusia).³⁸

³⁷ Fahmi Gunawan dkk, *Religion society dan social media*, CV Budi Utama: Yogyakarta, 2018, hal.51.

³⁸Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Prenada Media : Jakarta, 2008, hal.284.

Materi atau pesan dakwah yang disampaikan oleh muballig meliputi seluruh ajaran islam yang berasal dari al-qur'an dan sunnah nabi shalallahu alaihi wa sallam yang meliputi aqidah, syariah, dan akhlak. Pada dasarnya yang menjadi acuan utama dalam sebuah materi dakwah dan sudah bersifat definiti yang berarti tidak akan mungkin mengalami perubahan, yaitu teks al-qur'an itu sendiri, namun terkadang terdapat multi stafsir teks kitab suci dikarenakan umat yang terus menerus mengalami perkembangan maka harus disesuaikan dengan keadaan dan realita sekarang.³⁹

Dizaman sekarang ini perlunya kita untuk mengkaji dan meneliti suatu materi dakwah terlebih dahulu secara independen sebelum dipublikasikan. meneliti materi secara independen ini perlu dilaksanakan untuk menghindari kesalahan ketika menyampaikannya. Pesan yang akan disampaikan melalui media sosial hendak dipilih terlebih dahulu. Seleksi materi yang akan disampaikan itu penting dilakukun untuk menghindari kekeliruan. Kekeliruan dalam pesan dakwah melalui media sosial seperti facebook, akan membawa dampak negatif terhadap penyampaian pesan.

Pesan dakwah pada zaman sekarang tidak dilarang menggunakan materi dasar seperti yang terdapat dalam kitab suci Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang artinya: "Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan

³⁹ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, CV Budi Utama : Yogyakarta, 2018, hal.143-144.

bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. Nabi Muhammad shalallahu alaihi wa sallam, bersabda: “Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat”. Hadis Riwayat Imam Al-Bukhari.⁴⁰

5. Facebook Sebagai Media Dakwah

Media serupakan suatu alat yang dipergunakan oleh para da'i untuk mengirimkan materi (pesan) dakwah ke ma'du yang isinya tentang ajaran-ajaran islam. Ketika ingin berdakwah atau ingin menyampaikan suatu ajaran-ajaran islam pada orang-orang, pendakwah bisa menggunakan wasilah (media) yang berbeda-beda. Menurut Hamzan Ya'qub, wasilah dakwah dapat dibagi menjadi lima bagian, yakni: perkataan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

1. Perkataan (lisan): berdakwah melalui media ini merupakan suatu yang paling mudah yakni dengan memakai lisan dan suara. Dakwah menggunakan media tersebut bisa berupa ceramah, pidato, kuliah, penggarahan, konseling, dan lain-lain.
2. menulis merupakan media dakwah dalam bentuk tulisan contohnya seperti buku, majalah, surat kabar, surat menyurat (surat), spanduk, dan masih banyak lagi yang lainnya.

⁴⁰ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet*, PT Elex Media Komputindo : Jakarta, 2015, hal.81-82.

3. Lukisan merupakan media dakwah lewat foto, karikatur dan lain sebagainya.
4. Media audiovisual merupakan media dakwah yang dimana media ini dapat merangsang panca indera seperti indera pendengaran, indera penglihatan atau indera keduanya, contohnya televisi, film slide, internet, dan lain-lain.
5. Etika merupakan media dakwah lewat tindakan atau tingkah-laku yang dilakukan sehari-hari, apakah tindakannya atau perbuatannya sudah sesuai dengan ajaran-ajaran islam, yang dimana seorang mad'u dapat mendengar dan melihat tingkahlakunya secara nyata.⁴¹

Perlu dicatat, bahwasanya aktivitas dakwah islami tidak mesti harus dilakukan disekitar lingkungan majlis ta'lim saja, meliputi khotbah, tausyiah, dan nasihat-nasihat tentang pengetahuan agama. Ini termasuk mencakup ilmu syari'at islam, tafsir, tauhid, dan pembahasan syariat islam yang lain. Namun, seiring berkembangnya teknologi saat ini, berdakwah tentang islam bisa dimana saja dan dengan metode apa saja, bisa juga dengan memanfaatkan media sosial facebook, agaknya akan begitu efektif apabila kita memanfaatkan media sosial ini untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah islami, dikarenakan banyak penggunaan dari aplikasi media sosial facebook.⁴²

Memperhatikan serta melihat pada masa sekarang ini, begitu besarnya jumlah orang-orang yang menggunakan facebook, media ini akan benar-benar efektif ketika kita memanfaatkannya sebagai wahana dakwah,

⁴¹ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Prenada Media : Jakarta, 2006, hal.32.

⁴² Zulfikar Ghazali, *pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah dalam masyarakat virtual*, jurnal al-muttaqim, Vol. IV, No.1, hal.90.

tempat dimana kita bisa menyiarkan pesan agama. Dengan berbagai aplikasi yang disediakan oleh facebook seorang da/i bisa menggunakannya mejadi tempat dakwah yang dimana hal ini juga akan membuat teknologi tesebut menjadi maju melalui jalan dakwah. Hal ini juga akan membuat masyarakat paham tentang ajaran islam dan mereka tidak akan beranggapan bahwasanya kegiatan dakwah hanya bisa dilakukan di tempat-tempat tertentu saja, seperti masjid, mushala dan lain-lain. Karena pada dasarnya dakwah itu adalah mengajak manusia untuk melakukan sesuatu kebaikan dan melarang mereka melakukakan suatu keburukan. Artinya, kegiatan dakwah itu tidak memandang waktu, tempat, batasan dan ruang tertentu. ⁴³

Media internet seperti facebook, dasn twitter yang sekarang digandrungi masyarakat negeri ini sejatinya dipadati dengan pesan-pesan edukasi bagi kemaslahatan kehidupan berbangsa dan bernegara. Semua media ini juga bisa dijadikan sarana pendidikan manakala pengelola, dan penggunaanya mengarahkan program dan tulisannya pada masalah positif. Pengelolaan, penggunaan media akan berdampak positif apabila dilakukan dengan niat memberi masukan konstruktif kepada penguasa, dan menyampaikan pesan edukasi kepada masyarakat. Semua ini akan membawa dampak terhadap kemajuan pembangunan masyarakat masa mendatang. ⁴⁴

⁴³Aminudin, Jurnal : *Facebook Sebagai Media Dakwah*, diakses pada tanggal 19 November 2021

⁴⁴ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet*, PT Elex Media Komputindo : Jakarta, 2015, hal.74-75.

6. Mahasiswa KPI

Seorang siswa (mahasiswa) yakni orang yang sedang memperoleh atau mempelajari sebuah pengetahuan dan tercatat untuk melaksanakan pembelajaran dalam segala bentuk perguruan tinggi baik itu akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.⁴⁵

Siswoyo mengungkapkan, bahwasanya seorang mahasiswa itu bisa diartikan sebagai seseorang yang belajar di sebuah perguruan tinggi, ntah itu perguruan negeri atau perguruan swasta ataupun lembaga-lembaga lainnya. Seorang siswa biasanya selalu berpikir cerdas dan selalu merencana sesuatu terlebih dahulu ketika ingin bertindak, memiliki jiwa kritis dan melakukan segala sesuatu itu degan cepat dan tepat merupakan kualitas bawaan dari mahasiswa itu sendiri.⁴⁶

KPI merupakan salah satu prodi diperguruan tinggi islam yakni prodi ilmu komunikasi, pada jurusan ini mahasiswa tidak hanya di bekal dengan kemampuan berkomunikasi yang sangat baik saja, tetapi bagaimana mahasiswa mampu mengemban misi pengembangan masyarakat di industri penyiaran (broadcasting). Dengan demikian, Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) mengemban misi dakwah yang dilakukan dalam bentuk penyiaran dan lewat komunikasi audiovisual. Prodi ini akan melatih seorang siswa lewat keahlian dalam berkomunikasi yang baik dan benar yang implementasinya terus berkembang.

Berkomunikasi itu tidak mesti harus tatap muka atau berada di sebuah

⁴⁵ Mia Melindasari, Arif Rachman, *Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (kpi) Fakultas Usluddin Adab dan Dakwah IAIN Syekh Nurjati Cirebon menjadi Jurnalis*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 10, No. 1, hal. 97.

⁴⁶Wenny Hulukati, Moh. Rizki Djibran, *Aanalisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidkan universitas negeri gorontalo*, Jurnal Bikotetik, Vol. 02, No. 01, hal. 74.

pertemuan seperti publik speaking, namun dengan melihat perkembangan komunikasi yang semakin beragam dan masyarakat yang semakin berkembang rasanya tidak cukup jika hanya lewat tatap muka saja. Karena pada dasarnya ketika kita melakukan komunikasi dengan baik dan benar akan memberikan manfaat pada kebaikan dakwah islam dan kebaikan masyarakat.⁴⁷



⁴⁷<http://www.kpi.ipmafa.ac.id>. diakses pada tanggal 3 Januari 2022, pukul 23:19.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan penelitian *field research* (lapangan), yang mana sumber data pertama (primer) didapatkan lewat cara meneliti langsung atau terjun kelapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, yakni apa yang dilihat, apa yang didengar pada saat survey tentang “Pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas muhammadiyah Mataram tahun 2022”.

Dalam metodologi kualitatif berlaku logika induktif (*inductive process*). Kategori muncul dari informan ketika penelitian sedang berlangsung, bukan diidentifikasi oleh peneliti sebelum penelitian. Munculnya kategori ini memberi pengayaan informasi yang mempengaruhi pola atau teori yang membantu menjelaskan fenomena.⁴⁸

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Mataram, Fakultas Agama Islam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

3. Sumber Data

Adapun sumber sebagai berikut :

⁴⁸Ade Ismayana, *Metodologi Penelitian*, Syiah Kuala University Press : Aceh, 2019, hal.29.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapatkan oleh seorang peneliti secara langsung dengan tujuan tertentu peneliti. Dengan kata lain, data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya, entah itu lewat observasi ataupun lewat wawancara dengan responden dan informan.⁴⁹ Yang menjadi data primer pada penelitian ini yaitu mahasiswa KPI angkatan 2019 yang memanfaatkan media sosial facebook sebanyak 10 orang.

No	Nama Narasumber
1.	Amda Fitri Ramdani
2.	Ani Susilawati
3.	Fajri Kimala
4.	Sarfiah
5.	Sopiati
6.	Maulida Haerani
7.	Winda Febriana
8.	Sri Wulandari
9.	Supi Arianti Rusmala
10.	Imam Sholihin

b. Data Skunder

Data Skunder adalah data yang sebelumnya sudah terkumpulkan dan sudah diungkapkan oleh orang lain selain peneliti itu sendiri, meskipun data yang sudah terkumpul itu sebenarnya adalah data yang asli.

Dengan kata lain, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari

⁴⁹Samsu, *Metode Penelitian (teori dan plikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development)*, Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA) : Jambi, 2017, hal.94-95.

sumber kedua, terpisah dari sumber yang diteliti, dimaksudkan untuk mendukung penelitian yang sedang berlangsung. Data sekunder disebut juga dikatakan sebagai data pelengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data sehingga apa yang diberikan benar-benar sesuai dengan harapan peneliti dan mencapai titik jenuh. Artinya data primer yang diperoleh tidak terbantahkan karena juga didukung pula oleh data skunder seperti buku, artikel dan lain-lain.⁵⁰

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif adalah pengumpulan data yang datanya bersifat deskriptif. Artinya data tersebut dapat berupa gejala yang dikategorikan ataupun dalam format lainnya seperti foto, dokumen, artikel, dan catatan lapangan pada saat penelitian dilakukan.⁵¹

Dalam metode penelitian kualitatif, data biasanya dikumpulkan dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif: wawancara, obsevasi dan dokumentasi. Sebelum membahas masing-masing teknik tersebut diuraikan secara rinci, penting bagi semua peneliti untuk memahami masing-masing teknik tersebut digunakan, informasi apa yang diperoleh, dan bagian mana dari kerta pertanyaan yang memerlukan teknik wawancara. Untuk memahami bagaimana keterampilan observasi diperlukan, dan dimana keduanya harus dilakukan. Pemilihan teknik akan sangat berpengaruh terhadap jenis informasi yang diperoleh ketika melakukan penelitian.⁵²

Teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

⁵⁰*Ibid*, hal.95.

⁵¹ Ade Ismayana, *Metodologi Penelitian*, Syiah Kuala University Press : Aceh, 2019, hal.71.

⁵²*Ibid*, hal.72.

1. Wawancara adalah suatu proses komunikasi antara seorang peneliti dengan seorang narasumber atau informan tertentu dalam bentuk Tanya jawab supaya mendapatkan informasi atau data sesuai dengan apa yang diinginkan. Teknik ini digunakan guna mendapatkan data tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah. Ketika peneliti ingin mewawancarai narasumber(informan) berarti dia harus berhadapan langsung dengan informan agar bisa memperoleh suatu informasi yang sesuai dengan apa yang diteliti.

Wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara terstruktur dan semi-terstruktur:

- a. Wawancara terstruktur: adalah format wawancara berdasarkan serangkaian pertanyaan yang ketat, maksudnya disini yaitu sejumlah pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu (terstruktur) sebelum turun kelapangan.
- b. Wawancara semi-terstruktur: walaupun wawancara dipandu oleh serangkaian pertanyaan, tetapi tergantung pada konteks percakapan yang mereka lakukan, maka pertanyaan-pertanyaan baru dapat diajukan di mana ide-ide akan akan muncul secara alami. Maksudnya disini ialah walaupun pertanyaan itu sudah terkonsep terlebih dahulu namun bisa jadi muncul pertanyaan baru untuk lebih memperkuat data penelitian.⁵³

⁵³Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, Wal ashri Publishing : Medan Sumatra Utara, 2020, hal.61.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data dilokasi penelitian lewat cara pengamatan. Observasi dilakukan untuk melihat kejadian di lapangan terkait dengan item penelitian yang dilakukan, berupa data tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Muhammadiyah Mataram tahun 2022.

Data yang diperoleh menggunakan metode ini yaitu :

1. Letak geografis mahasiswa KPI angkatan 2019 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Keaktifan Mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam berdakwah di media sosial facebook.
3. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa didapatkan melalui fakta-fakta yang disimpan baik itu dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cendra mata, jurnal kegiatan dan lain-lain. Data berupa dokumen seperti ini bisa digunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa lalu.⁵⁴

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data pada saat meneliti berupa buku, artikel, jurnal dan masih banyak referensi lain yang menunjukkan data yang diperlukan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan

⁵⁴Ade Ismayana, *Metodologi Penelitian*, Syiah Kuala University Press : Aceh, 2019,hal.74.

tentang pemanfaatan media sosial facebook sebagai media dakwah di Universitas Muhammadiyah Mataram.

5. Teknik Analisis Data

Kata-kata tidak ada artinya kalau jika hanya kita letakkan saja, tetapi akan besar mana apabila telah di analisis. Dengan demikian dapat ditentukan betapa pentingnya analisis data, khususnya dalam penelitian kualitatif yang lengkap dan bermakna. Tidak seperti penelitian kuantitatif, karena penelitian kualitatif analisis datanya dapat dilakukan semenjak di lapangan.⁵⁵

Setelah data dilapangan diperoleh maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data, dalam penelitian ini model analisis data yang digunakan yaitu: reduksi data, display data (penyajian data) dan penarikan kesimpulan.⁵⁶

⁵⁵ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif*, Akademia Pustaka : Perum. BMW Madani Kavling 16. Tulungagung, 2018, hal. 120.

⁵⁶Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, Wal ashri Publishing : Medan Sumatra Utara, 2020, hal.69-70.