

Strategi Organisasi Al Jam'i Yatul Washliyah dalam Syiar Dakwah Melalui Media Sosial di Kota Medan

Muhaammad Andi Harahap¹ Salamuddin²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
muhammad0104203050@uinsu.ac.id. salamuddin@uinsu.ac.id

ABSTRACT

The growth of social media users in various cities, including those controlled by Al Jam'iyatul Washliyah, has been an indication of the expansion of public broadcasting in Indonesia. This is one of the strategies used to spread the message with the aim of practicing the teachings of Islam for the happiness of the world and the Hereafter. Al Washliyah or also known as Al Jam'iyatul Washliyah destroys the Islamic Ormas that effectively conduct their activities through social media, education, and mosques. The researchers in this study put forward specific points on the idea of using Facebook, Instagram, YouTube, and other social media platforms to spread fame. For this research, the methodology of descriptive case studies is used with qualitative research strategies. Data collection techniques through live observations and interviews are used as primary data collection methods, while literature reviews taken from literature related to research initiation are used to collect secondary data. Research findings suggest that the use of social media by the Al Jam'iyatul Washliyah organization in society can facilitate access of younger generations to knowledge about Islamic prophecy and change their attitude to always listen to it.

Keywords: Syiar Dakwah, Al jam'iyatul Washliyah, social media

ABSTRAK

Perkembangan syiar dakwah di Indonesia ditandai dengan maraknya pengguna media sosial di berbagai Kota, seperti media sosial yg di miliki oleh Organisasi Al Jam'iyatul Washliyah menjadikan salah satu strategi syiar dakwah dengan tujuan mengamalkan ajaran islam untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Organisasi Al Jam'iyatul Washliyah yang lebih dikenal dengan Al Washliyah merupakan organisasi islam yang berhasil melakukan kegiatan syiar dakwah nya melalui masjid ,Pendidikan dan juga media sosial . Dalam penelitian ini peneliti mengangkat topik khusus mengenai konsep syiar dakwah melalui media social youtube,facebook, instagram. Metode penelitian kualitatif dipilih untuk penelitian ini dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang dilakukan pada berbagai sumber bacaan yang relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan media social yang dilakukan organisasi Al jam'iyatul washliyah di kalangan masyarakat dapat memberikan kemudahan seorang mad'u dalam mengakses informasi seputar dakwah agama islam dan dapat pula merubah sikap untuk selalu mendengarkan dakwah islam.

Kata kunci: Syiar Dakwah ,Al jam'iyatul Washliyah , media sosial

PENDAHULUAN

Untuk memperkuat dakwah amar ma'ruf nahi munkar, islam mendorong setiap muslim untuk mengamalkan ajaran agamanya dengan penuh kesadaran akan kewajiban yang diberika ketetapan oleh Allah manusia adalah hamba rentan melakukan dosa dan lupa, perlu terus mengingat pesan Allah dalam QS. An Nahl ayat 125 agar senantiasa terlindungi dan membimbing sesama menuju jalan-Nya. (Sirajudin, 2014)

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

Artinya : *“Serulah manusia kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan mu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalannya dan dia lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”*

Untuk menciptakan masyarakat yang maju dan beretika, pentingnya penyebaran dakwah sangat diperlukan. Dakwah merupakan upaya mengajak dan memberi nasehat kepada manusia agar menjalani jalan Allah dengan bijaksana, dengan tujuan mengubah keyakinan, pengetahuan, dan perilaku sesuai ajaran Islam. (Widiastutik & Ghulam, 2020) Terlihat dari perkembangan masyarakat, banyak juru dakwah dan lembaga dakwah yang menggunakan platform online untuk menyebarkan ajaran agama. Mereka mengadopsi strategi tertentu demi mencapai tujuan dakwah, contohnya Organisasi Al Jam'iyatul Washliyah yang aktif dalam dakwah online.

Agar strategi dakwah menjadi lebih efektif, penting untuk memahami bagaimana generasi milenial memanfaatkan media sosial, karena hal ini dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah yang disampaikan. Dengan menggunakan teknologi digital secara kreatif, pengalaman dakwah dapat ditingkatkan melalui platform jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya, yang merupakan media sosial yang paling populer digunakan di seluruh dunia. Dalam proses dakwah, seorang juru dakwah dapat memanfaatkan berbagai sarana atau media yang tersedia. Salah satu cara adalah dengan menggunakan media sosial, yang saat ini menjadi aplikasi yang sangat diminati oleh banyak orang. Banyak da'i, baik secara individu maupun dalam organisasi dakwah, telah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah. Keberhasilan dalam berdakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan seorang da'i dalam memilih dan menggunakan berbagai sarana atau media yang tersedia. Dakwah melalui media sosial dianggap sangat efektif dan berpotensi karena berbagai alasan. (Surbakti et al., 2023) diantaranya 1.dapat menjangkau ruang tanpa batas dengan biaya dan waktu yang cukup efisien. 2.penggunaan internet pada tahun ketahun terus mengalami peningkatan, hal tersebut dapat juga berfungsi pada jumlah penyerapan misi dakwah pada setiap jamaah 3.para juru dakwah seperti da'i dan ulama yang memiliki peran dalam penyampaian dakwah melalui media sosial haru lebih fokus sehingga ketika ada persoalan publik dapat diselesaika dengan syar'i 4 penyampaian dakwak dimedia sosial juga dapat

menghindari keterpaksaan dalam mendengarkan dakwah, sebab masyarakat dapat mengakses semua dakwah sesuai dengan keinginan mereka 5 cara penyampaian dakwah dengan sosian media terkesan lebih kreatif (Artis & Syahputra, 2018)

Pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan syiar dakwah telah menjadi hal yang umum dilakukan oleh beberapa ustadz dan ulama, membuka pintu baru dalam berdakwah. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memiliki dampak negatif, tetapi juga banyak sisi positif yang bisa dimanfaatkan. Dengan berbagai strategi dalam menyebarkan konten, penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi baru semakin diperkuat. Organisasi Al Jam'iyatul Washliyah di Indonesia, menghadapi tantangan dan arus informasi yang besar tanpa filter yang memadai, menggunakan strategi khusus termasuk memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten dan informasi ke masyarakat. Media sosial bukan hanya dimanfaatkan oleh da'I terkenal, tetapi juga menjadi bagian dari berbagai kegiatan keagamaan di berbagai daerah, termasuk pengajian, ceramah, dan kegiatan keagamaan lainnya. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial telah menjangkau semua aktivitas di seluruh dunia serta memiliki dampak positif bila tepat dan bisa menjadi hal negatif bila disalah gunakan. (Sulaeman et al., 2020)

Di era globalisasi saat ini, informasi telah menjadi mudah diakses berkat kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindari. Tidak ada lagi yang bisa disembunyikan, bahkan hal-hal yang sangat tabu. Teknologi komunikasi yang canggih telah memberikan pengaruh besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan dakwah yang merupakan cara untuk menyampaikan informasi dan transfer ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, kemajuan teknologi yang mutakhir harus dimanfaatkan sepenuhnya untuk menyebarkan pesan-pesan terkait dakwah Islam. Era globalisasi seharusnya dianggap sebagai peluang dan tantangan untuk mewujudkan dakwah Islam secara efektif dan efisien. (Yudo et al., 2023)

Dalam penulisan jurnal ini, peneliti telah memanfaatkan informasi dari penelajahan sebelumnya sebagai acuan dengan melakukan tinjauan literatur serta pencarian online. Selain itu, untuk menghindari dugaan plagiarisme atau kesamaan dengan karya ini, dalam review literatur, penulis merujuk beberapa hasil penelitian sebelumnya seperti berikut

Penelitian yang ditulis oleh (Wibowo, 2019) dengan judul penggunaan media sosial sebagai trend media dakwah pendidikan Islam di era digital penelitian ini menyimpulkan bahwa para pendakwah media sosial memiliki beragam metode dalam menyebarkan dakwah mereka. Mereka tidak hanya mengandalkan tulisan atau perkataan, tetapi juga menggunakan berbagai media audiovisual seperti gambar, suara, dan ceramah. Pendekatan ini sangat dipengaruhi oleh minat atau tren terkini. Konsep ini menarik perhatian dan menyebabkan jumlah pengikut mereka terus bertambah setiap hari, menjangkau berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa dan lansia, serta menyebar luas di berbagai wilayah.

Penelitian ini di tulis oleh (Village et al., 2021) Media sosial mempunyai dampak yang beragam, baik positif maupun negatif, tergantung bagaimana kita

memanfaatkannya. Media sosial dapat bermanfaat bila digunakan untuk mendapatkan informasi. Namun dampaknya bisa berbahaya jika diterapkan secara negatif. Media sosial memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lain secara instan. Keberadaan media sosial yang dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah tanpa dibatasi waktu dan tempat memberikan beberapa keuntungan. Media sosial memungkinkan dakwah Islam disebarluaskan dan diterima secara efektif, memfasilitasi penyebaran pesan-pesan keagamaan secara cepat dan efisien.

Penelitian yg di tulis oleh (Imrafit et al., 2023) Dengan adanya akun media sosial yang membahas tentang dakwah menjadikan semua Ustad tidak harus naik mimbar untuk Dakwah, melainkan bisa menggunakan media sosial dan juga para mad'u bisa mendengarkan dan memahami dengan mudah serta semakin banyak kalangan masyarakat yang tertarik dengan pembahasannya.

Penelitian yg di tulis oleh (Rahmdani & Amalia, 2023) Dengan hadirnya era digital, banyak sekali pengembang konten dakwah yang mampu menyampaikan pesan dakwah melalui tampilan visual yang menarik agar mudah diterima oleh generasi sekarang yang tidak bisa dilepaskan dari media sosial.

Penelitian lain yg di tulis oleh (Fajrussalam et al., 2023) ialah dakwah di media sosial dapat memudahkan kehidupan para mad'u yg sibuk, khususnya generasi milenial seperti kita yang ingin belajar lebih jauh tentang agama Islam. Oleh karena itu, dakwah melalui media sosial sangat ideal untuk konteks saat ini. Ini adalah kesempatan bagi para penceramah untuk meningkatkan taktik dakwahnya agar menjadi lebih kreatif dan orisinal.

Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui perbandingan antara penelitian terdahulu untuk mengetahui bagaimana strategi syiar dakwah yang digunakan oleh Organsasi Aljam'iyatul Washliyah dalam pemanfatan media sosial sebagai media komunikasi dalam penyebaran konten dan pembelajaran bagi mad'u. Dalam hal ini, juga akan melihat bagaimana kekurangan dan kelebihan dari strategi Al jam'iyatul Washliyah menggunakan media sosial sebagai media pembelajaran dan penyampaian konten religi majelis dakwah. Berdasarkan dari hal tersebut dapat dilihat apakah media sosial merupakan salah satu media yang dapat membantu dalam penyampaian syiar dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dalam penelitian lapangan. Dalam kesempatan ini, penulis berupaya menguraikan makna lebih dalam mengenai pendekatan penyebaran dakwah yang dilakukan kelompok Al Jam'iyatul Washliyah di Medan. berdasarkan informasi kualitatif tentang subjek penelitian (Haq, 2021). Penelitian ini dilakukan di kantor organiasi Al Jam'iyatul Washliyah yg berlokasi di Jln. Sm raja no.166 Medan ,Sumatera Utara, Indonesia Tanggal 10 Oktober 2023 jam 14:00 WIB

Metode yang digunakan pada penelitian ini menguji dan mengkaji teori-teori dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian untuk menggunakan studi literatur sebagai strategi pengumpulan data. Menurut Zed, ada empat langkah dalam melakukan studi literatur: menyiapkan alat yang diperlukan, berkonsultasi dengan sumber terkait, membuat garis waktu, dan membaca serta mendokumentasikan data penelitian. Data dikumpulkan dengan mencari dan mengklasifikasikan informasi dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Teknik analisis deskriptif dan analisis isi digunakan untuk menganalisis data. Argumen dan gagasan yang dikemukakan didukung oleh analisis yang cermat dan kritis terhadap informasi dari literatur yang relevan. (Fadli, 2021)

Subyek pada penelitian ini adalah merupakan pusat aktivitas Jaringan Organisasi Al jam'iyatul Washliyah dalam mensyiarkan syiar dakwah melalui media sosial. Penulis menggunakan strategi purposive sampling untuk mengumpulkan data penelitian, dimana informan dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Informan penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu informan kunci yang meliputi dewan dakwah dan ketua umum. Beberapa strategi yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data adalah: (1) Wawancara bebas, yaitu wawancara yang dilakukan secara spontan dan tanpa mengikuti format yang telah ditentukan; dan (2) observasi, yaitu pengamatan langsung pada lokasi penelitian. (3) dokumentasi foto pelaksanaan kegiatan syiar dakwah yang dilakukan oleh Organisasi Aljamiyatul washliyah.dalam studio penyiaran syiar dakwah melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode yang digunakan orang atau organisasi untuk merencanakan ke depan atau melakukan improvisasi agar dapat menjalankan operasinya secara efisien disebut strategi. Mintzberg dan rekannya mendefinisikan strategi sebagai upaya terorganisir yang dilakukan oleh orang atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan untuk dicapai. (Baidowi & Salehudin, 2021) Tujuan dakwah adalah menyebarkan ajaran guna menyambut dan memotivasi manusia agar beramal shaleh dan menaati perintah, serta mencegah perbuatan buruk dan memajukan amal shaleh, semua dengan harapan memperoleh kebahagiaan dalam hidup ini pula. sebagai berikutnya. (QS. Ali 'Imran Ayat 104)

وَأَنْتُمْ مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan orang menyeru kepada kebajikan, berbuat yang makruf dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Tujuan utama dakwah adalah memberikan bimbingan, nasehat, dan ajakan kepada manusia untuk mengikuti ajaran Allah dan menjauhi larangan-Nya guna mencapai kebahagiaan hidup dunia maupun akhirat. Saat ini, situasi dakwah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dakwah berkembang dengan cepat, terutama

sejak kemajuan teknologi informasi. Perubahan praktik lapangan dalam dakwah di Indonesia mulai terlihat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan ini memudahkan para da'i atau mubaligh dalam menyampaikan dakwah, banyak di antara mereka yang menggunakan kemajuan teknologi sebagai sarana dalam berdakwah

Syiar Dakwah Islam

Syiar terdiri dari kata Syi dan Ar yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti kemegahan atau keagungan. Cara lain untuk memahami syiar adalah dengan menyampaikan berita kepada mereka yang sebelumnya tidak menyadarinya. Syiar adalah isyarat yang digunakan untuk menjelaskan dan menyajikan berbagai aspek Islam. Syiar merupakan komponen sekaligus sinonim dari dakwah. Dalam hal ini dakwah sendirilah yang dimaksud para akademisi ketika menggunakan istilah syiar. Penyiaran dalam konteks ini merujuk pada segala seruan dan upaya menyebarkan dakwah. Media sosial dan media lainnya bisa digunakan untuk dakwah, atau dakwah Islam. Alat penyampaian pesan dari sumber kepada penerima adalah media. Saluran atau sarana yang digunakan media untuk berkomunikasi digunakan untuk mengirimkan pesan kepada komunikan yang berada jauh atau dalam jumlah besar (Kholis, 2018) dalam penyampain syiar dakwah .

Secara etimologi Menurut QS Yunus ayat 25, kata dakwah berasal dari kata yad'u (fiil mudhar'i) dan da'a (fiil madli), yang masing-masing bermakna memanggil, mengajak, memanggil, mendorong, dan meminta sebagai dalam firman Allah.

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Dan Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam)

Tujuan dakwah dan syiar mempunyai keterkaitan yang erat karena keduanya berkaitan dengan penyebaran dakwah Islam kepada masyarakat. Secara spesifik tujuan syiar adalah mengantarkan umat kepada kebaikan dengan menggunakan teladan, tausiah, dan dakwah. Secara praktis, dakwah dan penyiaran bertujuan untuk menginspirasi atau memotivasi orang lain menuju suatu tujuan yang bersumber dari Hadits Al-Quran. Penyiaran dan dakwah ditujukan kepada manusia, dan manusia adalah makhluk hidup yang memiliki jiwa serta telinga dan mata yang dapat berpikir, merasakan, dan membedakan mana yang baik dan yang batil menurut apa yang mereka pahami dari dakwah yang mereka pancarkan.

Strategi Syiar Dakwah Melalui Media Sosial Organisasi Al Jam'iyatul Washliyah

Strategi ialah suatu cara yang dipergunakan dalam memecahkan suatu persoalan yang sedang di hadapi (Dakwah et al., 2020) sehingga ditemukan jalan keluarnya melalui media sosial, strategi penyampaian dakwah melalui media sosial dapat diperluas lagi dengan melakukan perencanaan atau strategi yang matang dengan lembaga yang bekerja secara profesional (Sirajudin, 2014) Seperti kita diketahui, di tiap tahunnya penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat.

Indonesia telah mengakses ke dunia maya (Mardiana, 2020) pada masa sekarang yang semuanya serba maju dan menggunakan digitalisasi tidak cukup dakwah dilakukan hanya di dalam masjid saja serta yang akan menghadiri orang-orang yang memiliki waktu saja, kehadiran media sosial sangat memiliki peran besar dalam penyampaian pesan dakwah sehingga amar ma'ruf nahi munkar dapat direlasikan ke seluruh kalangan orang tanpa terpatok waktu dan kesibukan. (Farihah, 2013),

Al Jam'iyatul Washliyah diterjemahkan menjadi "perkumpulan yang menghubungkan". Nama ini mempunyai konotasi mempersatukan manusia dengan Allah SWT, dengan sesamanya, dan dengan lingkungannya. Makna *Hablun minallah wa hablun minannaas* yang artinya "hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesama manusia" sejalan dengan hal tersebut. Menggeser manusia dari satu situasi ke situasi lain adalah tujuan dakwah. Wajar saja, dari keadaan yang buruk ke keadaan yang baik, atau dari keadaan yang baik ke keadaan yang lebih baik lagi. (Jafar, 2010)

Memasuki masa zaman modern besarnya pengguna media sosial seperti YouTube, Facebook dan Instagram. Melalui media sosial tersebut, ini menjadi strategi bagi Organisasi tersebut dalam menyiarkan dakwah karna manfaatnya lebih banyak karna zaman sekarang banyak menggunakan media sosial dengan mudah bisa melihat macam-macam dakwah agar masyarakat bisa belajar dan mendengar, agar tersentuh hati seorang mad'u melalui ceramah yang ada di media sosial Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dari waktu ke waktu telah memungkinkan masyarakat untuk mempelajari apa yang perlu mereka ketahui tentang Islam dan ajarannya, sehingga memungkinkan mereka untuk mematuhi ajaran-ajarannya. Al Jam'iyatul Washliyah bahkan memposting keseluruhan dakwahnya di laman YouTube-nya. Kelompok ini juga didukung oleh sejumlah Dais. Para da'i, atau mereka yang ingin memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menyebarkan dakwah, menerapkan berbagai strategi di era digital ini. Tujuan dari strategi dakwah di media sosial adalah dengan memanfaatkan media digital untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Berikut beberapa taktik penggunaan media sosial Al Jam'iyatul Washliyah untuk dakwah:

1. Menyusun strategi untuk meningkatkan kualitas diri sebagai da'i agar memperoleh kepercayaan Mad'u dan dikenal serta diakui di masyarakat sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mendengarkan dakwah.
2. Saat menerapkan strategi dakwah menggunakan media sosial, penting untuk mengidentifikasi karakteristik pengguna media sosial, memilih platform media sosial yang sesuai, menyediakan materi yang menarik, mempertahankan kontak dan keterlibatan pendengar, dan mempromosikan dakwah melalui media sosial.
3. Menciptakan konten dakwah bermakna yang mencerminkan cita-cita Islam bagi masyarakat. Bukan sekedar menjadi penggemar, namun juga berbagi informasi tambahan dakwah Islami yang bermanfaat.

4. Meningkatkan kemampuan berbicara di depan kamera, termasuk cara menyiapkan naskah, memilih bahasa tubuh yang sesuai, dan mengontrol saraf.

Tujuan dari strategi penyiaran dakwah adalah untuk memastikan tata cara dan rencana identifikasi setiap sasaran, isi yang akan dikomunikasikan, teknik yang digunakan, media, dan khatib yang akan melaksanakan dakwah. 1. Seseorang harus yakin bahwa rencana dakwah adalah benar dan bahwa Al-Qur'an dan Hadits menjadi landasannya. 2. Melakukan verifikasi apakah inisiatif dakwah yang dilaksanakan bermanfaat bagi umat atau memberikan dampak positif. 3. Khatib perlu mempunyai pengalaman yang baik dalam mengatur operasional dakwah dan menyampaikannya sesuai dengan tingkat pemahamannya. 4. Mempertimbangkan dan mengevaluasi prosedur dakwah dan operasional dakwah yang akan dijalankan. 5. memperkirakan dan memproyeksikan masa depan, memilih kegiatan dakwah, dan merencanakan waktu, tempat, biaya, perlengkapan, teknik, dan media yang akan digunakan. Proses perencanaan dakwah merupakan suatu pendekatan metodologis yang dapat membantu dalam menentukan cara yang lebih efektif untuk melaksanakan tujuan dakwah.

Perencanaan dakwah akan mempunyai keuntungan sebagai berikut:

1. Mampu menetapkan batasan-batasan tujuan dakwah sehingga dapat membimbing para dakwah secara tepat dan utuh.
2. Mencegah konflik antara tumpang tindih operasional dakwah dan penggunaan sumber daya manusia yang tidak teratur.
3. Mampu meramalkan dan mengantisipasi berbagai permasalahan serta siap memberikan solusi atas kesulitan dakwah.
4. Kemampuan untuk merencanakan ke depan, menghemat waktu, dan menanganinya secara efektif.
5. Kemampuan untuk mengawasi menggunakan metrik yang obyektif

Strategi yang mencakup topik-topik seperti sumber daya manusia, teknik, dan komponen lain dalam memajukan dakwah, harus diciptakan setelah kajian ekstensif dan perencanaan yang cermat. Kegiatan dapat mengalir dengan lancar dan tujuan serta arah dapat berhasil dicapai dengan perencanaan yang matang. Hal ini menyoroti betapa pentingnya membuat rencana sesuai dengan kebutuhan dan keadaan saat ini. (S, 2018), Keharusan melakukan perencanaan, sesuai dengan (QS. al-Hasyr/59:18)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِعَذِّبِ وَأَتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah maha meneliti setiap apa yang kamu kerjakan”

Untuk membantu para da'i mencapai tujuan dakwah, maka strategi dakwah merupakan unsur yang krusial dalam proses dakwah. Oleh karena itu, diperlukan

perencanaan yang matang dalam dakwah agar memudahkan dalam menjalankan operasional dakwah nantinya.

Peluang dan Tantangan Dakwah Media Sosial

Salah satu kesulitan yang dihadapi dakwah di era digital modern adalah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi. Dakwah yang selama ini hanya dilaksanakan melalui pendekatan tekstual, harus berubah agar mencerminkan lingkungan sosial yang dijalankannya saat ini. Menurut Akhid Widi Rahmanto, dakwah tekstual hanya sekedar membahas gagasan-gagasan yang berasal dari Al-Qur'an dan hadist; tidak membahas bagaimana menerapkan ide-ide tersebut dalam kerangka dakwah kontekstual di milenium. Jawaban dan contoh nyata diperlukan untuk ini. Para da'i semakin sulit menjangkau generasi milenial dengan ceramahnya. Melibatkan generasi muda sangatlah penting, begitu pula taktik unik yang disesuaikan dengan tuntutan era milenial. Dilema yang di alami generasi milenial adalah sulitnya menumbuhkan kecintaan terhadap ilmu pengetahuan salah satunya adalah dakwah, dengan ulama memberikan landasan yang kokoh. (Nikmah, 2020)

Pesatnya kemajuan teknologi memberikan peluang bagi dakwah ketika para dai bersedia mengambil sikap yang tepat di berbagai bidang sosial-politik dan meningkatkan kemahiran mereka dalam teknologi media komunikasi, yang berkembang dengan pesat. Dengan memberikan diri Anda alat yang diperlukan untuk mempraktikkan dunia *cyber* dalam segala manifestasinya, seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya. Karena beragamnya latar belakang dan tujuan pengguna teknologi, perkembangan teknologi informasi media sosial akan menghadirkan tantangan yang cukup besar. Netizen yang mengabaikan kode etik media sosial terus mendominasi tren media sosial saat ini. Hal ini sangat memprihatinkan karena dapat berdampak pada perilaku buruk dan pemikiran salah di masyarakat. (Saputra, 2011)

Al Jam'iyatul Washliyah mempunyai kesulitan salah satunya dalam menentukan keikhlasan para da'i dalam menyebarkan dakwahnya. Karena dakwah merupakan salah satu bentuk ibadah yang bertujuan untuk mengajak orang lain agar mendekatkan diri kepada Allah SWT, maka keikhlasan ini merupakan sifat mendasar yang harus dimiliki oleh semua khatib. Oleh karena itu, dakwah harus dilakukan dengan niat yang murni, yaitu untuk memajukan kesejahteraan manusia dan mencari keridhaan Allah.

Keikhlasan sangat penting dalam dakwah karena ia memisahkannya dari motivasi duniawi yang sering mencemarinya. Para da'i yang terlibat dalam konflik yang jujur akan lebih mampu membangun hubungan yang positif dan dapat dipercaya dengan jamaah yang mereka layani. Hal ini memfasilitasi penyebaran pesan dakwah yang lebih efisien. Dengan bekerja sama, para (da'i) dan pendengar (mad'u) dapat secara efektif menyebarkan dan mempertahankan kebenaran ajaran Islam. Pendengar harus terbuka dan siap menerima pesan dakwah dengan hati terbuka, dan da'i harus mampu memimpin dengan memberi contoh. Oleh karena itu, kerja sama antara da'i dan mad'u sangat penting untuk memperkuat dakwah dan menyadarkan

masyarakat akan batasan-batasan yang digariskan dalam ajaran Allah SWT. QS Al – Maidah 5:2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong menolonglah kalian dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”

Bagi masyarakat yang mencari ilmu pengetahuan dan informasi, kemunculan media sosial sebagai platform virtual untuk berkomunikasi dan mengakses informasi memiliki manfaat tersendiri. Materi online yang menggunakan teknologi penerbit yang mudah diukur dan sangat cepat diakses inilah yang didefinisikan Dailey sebagai media sosial. Dampak paling signifikan dari teknologi adalah pada cara orang membaca, belajar, dan berbagi cerita. Saat ini, ada ratusan platform media sosial yang tersedia di seluruh dunia, termasuk Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube. Dengan demikian, selalu ada keterkaitan antara dakwah dan teknologi. Hal ini dilandasi oleh dakwah modern yang diakui secara luas di masyarakat. (Tomi & Saputri, 2020)

Evaluasi dan pengukuran keberhasilan Syiar Dakwah di Medial Sosial

Beberapa lembaga dan organisasi sosial, khususnya lembaga dan organisasi dakwah, menerapkan dan menerapkan pemantauan dan evaluasi sebagai bagian dari metode pengelolaannya. Namun, pengkhotbah secara individu juga dapat menerapkan pemantauan dan penilaian. Hal ini disebabkan pada kenyataannya dakwah lebih banyak dilakukan secara individu dan tidak hanya dilakukan oleh lembaga atau kelompok. Demikian pula penilaian dalam dakwah bisa dilakukan, baik dakwah individu maupun kelompok, menurut Jakfar Puteh. Ketika khatib dan dakwah melakukan dakwah sendirian, seperti yang lazim terjadi, ada dua metode pengawasan (*monitoring*) dan evaluasi::

1. Evaluasi terhadap seluruh bagian diri, termasuk cara penyampaian, isi yang ditawarkan, tindakan dan tindakan yang dilakukan selama berdakwah, dan unsur lainnya.
2. Evaluasi terhadap setiap aspek yang berkaitan dengan tujuan dakwah, termasuk dampaknya terhadap sikap mental, respons penerima, dan unsur lainnya.

Keberhasilan dakwah juga dapat dilihat dengan melakukan *monitoring* dan evaluasi. Fakta bahwa jumlah jamaah yang lebih banyak, kedewasaan dalam menangani keberagaman, dan jumlah donasi yang lebih banyak menunjukkan bahwa upaya dakwah efektif. Hal ini sejalan dengan penegasan Ridwan Nashir bahwa kemampuan dakwah dapat diukur dari peningkatan donasi, besarnya jamaah, dan semangat jamaah dalam menjunjung prinsip-prinsip ajaran Islam. Ditambahkannya, “Semakin banyak jamaah masjid, maka semakin beragam jemaahnya, dan semakin berhasil dakwahnya, maka semakin banyak jamaah masjidnya, semakin meningkat keberagaman jama’ah dan semakin besar jumlah jama’ah (Arsam, 2013)

KESIMPULAN

Karena tujuan dakwah adalah untuk mengajak individu secara bijaksana ke jalan Allah, maka dakwah juga bertujuan untuk mengubah pengetahuan, keyakinan, dan perilaku sasarannya agar sesuai dengan syariat Islam. Seiring berkembangnya kehidupan sosial, kita telah melihat sejumlah besar pengkhotbah dan lembaga dakwah berusaha untuk menempatkan diri di ruang virtual dan terlibat dalam kegiatan dakwah. Media sosial, jenis komunikasi *online* yang paling banyak diminati oleh masyarakat dunia pada era sekarang, adalah platform yang dapat menghubungkan orang dengan jarak yang tidak terukur dengan mudah. Dengan memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk memilih khotbah yang menarik minatnya, dakwah melalui media sosial memungkinkan mereka terhindar dari pemaksaan kehendak.

Strategi dakwah melalui media sosial adalah cara yg biasa di gunakan untuk memecahkan masalah dengan strategi yang matang dengan lembaga yang bekerja secara profesional, Media sosial seperti YouTube, Facebook dan Instagram membantu organisasi tersebut dalam menyiarkan dakwah karna manfaatnya. Al Jam'iyatul Washliyah menampilkan dakwah versi *full* dalam berdakwah melalui media sosial.

Di era digital, integrasi teknologi dalam informasi dan komunikasi menjadi aspek krusial dalam Al-Quran. Al-Quran menekankan bahwa teknologi harus diterapkan sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadits, Perkembangan teknologi di media sosial dianggap sebagai aspek penting dari Al-Quran karena memberikan berbagai manfaat dan motivasi bagi individu., karena ajaran tersebut merupakan prinsip meningkatkan kondisi kemanusiaan mereka.

Pemantauan dan evaluasi merupakan tugas pengelolaan penting yang dilakukan oleh berbagai lembaga dan organisasi, termasuk pemerintah atau umat Islam. Hal ini juga dapat dilakukan oleh individu yang bertanggung jawab terhadap organisasi, Evaluasi dapat dilakukan terhadap organisasi yang baik dan buruk. Pengawasan, dan evaluasi dapat dilakukan melalui dua tahap, yaitu penilaian kinerja organisasi dan penilaian hubungannya dengan tujuan organisasi, evaluasi dapat meningkatkan efektivitas organisasi, memastikan pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsam. (2013). Monitoring dan Evaluasi Dakwah (Studi Terhadap Kegiatan “ Dialog Interaktif ” Takmir Masjid Ash-Shiddiq). *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 159-176.
- Artis, A., & Syahputra, Z. (2018). Strategi Dakwah Berbasis Social Network (Tinjauan Majelis Dakwah Al-Bahjah Cirebon). *Idarotuna*, 1(1). <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v1i1.6063>
- Baidowi, A., & Salehudin, M. (2021). Strategi Dakwah di Era New Normal. *Muttaqien*;

Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies, 2(01), 58–74.
<https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>

- Dakwah, F., Islam, U., & Mataram, N. (2020). *Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh Pendahuluan Dalam konstelasi kehidupan di dunia ini manusia tentunya*. vol 12(April), 25–46.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G., Realistiya, R., Rosyani, W. A., & Rahmawati, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2345.
- Fariyah, I. (2013). Media dakwah pop. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 25–45. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/432>
- Haq, A. (2021). Strategi Dakwah Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia (JPRMI) di Kota Bukittinggi. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(2), 171–185. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2637>
- Imrafit, A. A., Burhanuddin, N., Islam, U., Sjech, N., Djambek, D., Barat, S., Islam, U., Sjech, N., Djambek, D., & Barat, S. (2023). *ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL DALAM AKUN INSTAGRAM Pendahuluan Artinya : “ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik . Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih me*. 2(1), 53–64.
- Jafar, I. (2010). Tujuan Dakwah dalam Perspektif Al-Qur’an Mempertajam Fokus dan Orientasi Dakwah Ilahi. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 34(2), 285–302.
- Kholis, N. (2018). Syiar Melalui Syair (Eksistensi Kesenian Tradisional Sebagai Media Dakwah Di Era Budaya Populer). *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1), 103–125. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i1.984>
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10, 148–158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial. *Muḍsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>
- Rahmdani, N. P., & Amalia, N. (2023). Media Sosial sebagai Media Dakwah yang dilakukan Remaja di Era Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 396–404. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/668/586>

- S, S. (2018). Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v4i2.619>
- Saputra. (2011). Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang. *IAIN Kudus : At-Tabsyir*, 4(1, Juni), 157–172.
- Sirajudin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol.1(No.1), 11–23. https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Irsyad_Al-Nafs/article/view/2550
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93.
- Surbakti, M. F. A., Mutiawati, M., & Ritonga, H. J. (2023). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital. *Al-DYAS*, 2(2), 298–306. <https://doi.org/10.58578/alldyas.v2i2.1153>
- Tomi, H., & Saputri, S. (2020). Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial. *Al Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 7(1), 50–60. <file:///C:/Users/lenovo/Downloads/7919-21138-1-PB.pdf>
- Village, B., Mokhtarishah, M., Mohamed, B., Bin, H., & Hassan, H. (2021). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM DAKWAH ISLAM DALAM KALANGAN PENDUDUK KAMPUNG BESERAH , KUANTAN , PAHANG (The Use of Social Media as a Medium of Islamic Preaching Among the Residents of*. 6(1), 41–48.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.
- Widiastutik, R., & Ghulam, Z. (2020). Strategi Dakwah Kampung Qur'an Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Religius Di Desa Kalidilem Randuagung Lumajang. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 6(2), 198. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.631>
- Yudo, U. S., Islam, U., Sumatera, N., Qarni, W., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *MANAJEMEN PENGELOLAAN MEDIA DAKWAH ORGANISASI AL- JAM ' IYATUL WASHLIYAH SEBAGAI PENDIDIKAN KEAGAMAAN*. 07, 147–157.