

Strategi Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh Kabupaten Bogor

Muhammad Fadlurrohman Mauludi¹, Hasan Basri Tanjung², Santi Lisnawati³

^{1,2,3} Universitas Ibn Khaldun Bogor

mfadlurrohmanmauludi@gmail.com

ABSTRACT

The development of Islamic da'wah activities is quite significant in terms of the number of followers, materials, methods, and media used. Advances in current technological flows make social media can function as a medium of da'wah both individually and institutionally. This study aims to describe the strategy of using social media in the development of da'wah in the Darul Futuh Ta'lim Assembly, Bogor Regency. The research method used is descriptive qualitative with a field study approach. The data collection technique using the methods of observation, interviews, and documentation. The procedure of data analysis was carried out by descriptive analysis method. The results showed that several social media such as Youtube, Facebook, Instagram, and Websites were used as a means of preaching. The strategy is carried out through the stages of formulation, implementation, and evaluation. The stages of the strategy include determining the social media used, recognizing the characteristics of social media, the target of da'wah on social media, the topic of the da'wah material being delivered, creating content, utilizing the availability of social media features, and disturbing or uploading content so as to get feedback from various parties.

Keywords: Strategy, Social Media, Da'wah, Ta'lim Assembly.

ABSTRAK

Berkembangnya aktivitas dakwah Islam yang cukup signifikan baik dari jumlah pengikut, materi, metode, maupun media yang digunakan. Kemajuan arus teknologi saat ini menjadikan media sosial dapat berfungsi sebagai media dakwah baik secara individual maupun kelembagaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh Kabupaten Bogor. Metode penelitian yang digunakan berupa kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatan studi lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Prosedur analisis data dilakukan dengan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Website dimanfaatkan sebagai sarana berdakwah. Strategi yang dilakukan melalui tahap perumusan, implementasi, dan evaluasi. Tahapan strategi tersebut meliputi penentuan media sosial yang dimanfaatkan, mengenali karakteristik media sosial, sasaran dakwah di media sosial, topik materi dakwah yang disampaikan, pembuatan konten, memanfaatkan ketersediaan fitur media sosial, dan melakukan penyebaran atau pengunggahan konten sehingga mendapatkan *feedback* dari berbagai pihak.

Kata Kunci: Strategi, Media Sosial, Dakwah, Majelis Ta'lim.

PENDAHULUAN

Aktivitas dakwah merupakan hal yang sangat mendasar dalam Islam, tanpa dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dapat dipahami oleh umat manusia.

Islam senantiasa mendorong seluruh umatnya untuk berbuat kebajikan. Maka dari itu, Islam dikatakan sebagai agama dakwah. Islam dan dakwah merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, Islam butuh dakwah agar ajarannya tersampaikan, dan dakwah butuh Islam sebagai pijakannya (Sumadi, 2016:174). Dengan demikian, dakwah merupakan kewajiban yang tidak boleh dihindari bagi setiap muslim dan muslimah, sebagaimana hal itu diterangkan dalam firman Allah Q.S An-Nahl, ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ - ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Qur’an Kemenag, 2022).

Pada ayat ini, Allah meminta beliau (Nabi Muhammad) menyeru manusia ke jalan Allah dengan cara yang baik, *“Wahai Nabi Muhammad, seru dan ajak-lah manusia kepada jalan yang sesuai tuntunan Tuhanmu, yaitu Islam, dengan hikmah, yaitu tegas, benar, serta bijak, dan dengan pengajaran yang baik. Dan berdebatlah dengan mereka, yaitu siapa pun yang menolak, menentang, atau meragukan seruanmu, dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Yang Maha Memberi petunjuk dan bimbingan, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dan menyimpang dari jalan-Nya, dan Dialah pula yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk dan berada di jalan yang benar”* (Qur’an Kemenag, 2022). Mengacu pada ayat tersebut, dapat dipahami bahwa dakwah merupakan perintah Allah Subhanahu wa ta’ala kepada Rasulullah Shalallahu ‘alaihi wa sallam dan berlaku bagi setiap individu muslim. Maka sudah sepatutnya setiap umat muslim untuk melaksanakan dakwah dengan cara yang baik dan bijaksana.

Menurut pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mendorong manusia agar memperoleh kebaikan dan menurut petunjuk Allah Subhanahu wa ta’ala, menyeru mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari perbuatan *munkar* agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Khumaedi & Siti, 2019:107). Dapat disimpulkan bahwa dakwah didefinisikan sebagai upaya menyampaikan, mengajak, atau mempengaruhi orang lain untuk mewujudkan kebahagiaan serta kesejahteraan dalam dunia dan akhirat yang diridhai-Nya melalui segala penerapan ajaran Islam berdasarkan sumber dari Al-Qur’an dan Hadits.

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern, maka berkembang pula media teknologi informasi dan komunikasi. Begitupun dengan kegiatan dakwah telah mengalami berbagai perkembangan yang cukup signifikan baik dari jumlah pengikut, metode, dan media yang digunakan. Sehingga kini dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara dan berbagai media, salah satunya dengan memanfaatkan kemunculan teknologi internet, yaitu media sosial (Zahra, et. al., 2016:61). Media sosial yaitu laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial (KBBI, 2022).

Hasil survei menurut perhitungan dari situs *Hootsuite (We are Social) “Indonesian Digital Report 2021”*, melaporkan bahwa penggunaan internet di

Indonesia pada awal tahun 2021 yaitu 202,6 juta jiwa atau 73,7% dari total populasi Indonesia yang mencapai 274,9 juta penduduk. Selain itu, pengguna aktif media sosial terdapat 170 juta atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia. Dengan rata-rata waktu penggunaan internet setiap hari sekitar 8 jam, 52 menit dan penggunaan media sosial setiap hari sekitar 3 jam, 41 menit. Persentase *platforms* media sosial yang sering digunakan di Indonesia menyatakan sebanyak 93,8% memiliki Youtube, 86,6% memiliki Instagram dan 85,5% memiliki Facebook (Riyanto, 2021). Berdasarkan perolehan data tersebut, dapat diketahui bahwa keberadaan media sosial kini telah menjadi fenomena global dan menjadi suatu kebutuhan yang nyaris tak dapat dipisahkan oleh masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa *platforms* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, di antaranya yaitu Youtube, Facebook, dan Instagram. Beberapa *platforms* tersebut merupakan aplikasi *Operating System* (OS) *Android*, *iOS*, *Chrome*, dan *Windows Phone* yang memudahkan penggunaanya dalam bermedia sosial.

Bersamaan dengan perkembangan *platforms* media sosial tersebut, kini fungsinya tidak lagi sekedar untuk membuka jaringan pergaulan di dunia maya, melainkan memberikan dampak yang cukup signifikan bagi berbagai bidang. Pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media untuk melakukan dakwah (Burhanudin, et. al., 2019:238). Pemanfaatan *platforms* media sosial sebagai sarana berdakwah akan sangat efektif dan efisien untuk menarik masyarakat yang selalu mengakses media sosial. Dimana segala informasi yang telah dibagikan di media sosial akan secara langsung dan mudah diakses tanpa ada batasan.

Saat ini terdapat banyak *da'i* hingga lembaga dakwah yang berupaya memanfaatkan momentum tersebut dengan melaksanakan kegiatan dakwah kepada masyarakat melalui *platforms* media sosial. Fenomena akun dan *channel* dakwah yang dikelola oleh *da'i-da'i* atau lembaga dakwah profesional kini telah merambah pada *da'i-da'i* lokal, baik secara individual maupun kelembagaan (Lukmana, 2021:51). Di antaranya seperti yang dilakukan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh Kabupaten Bogor.

Majelis Ta'lim Darul Futuh (MTDF) yang didirikan dan dibina oleh Ustadz Ahmad Said menjadikan *platforms* media sosial merupakan salah satu media dakwahnya. Beberapa *platforms* yang digunakan Majelis Ta'lim Darul Futuh adalah *channel* Youtube "MT Darul Futuh", *channel* Youtube kedua "MT Darul Futuh Official Multimedia", *fanpage* Facebook "MT Darul Futuh", akun Instagram "@mtdarulfutuh", dan situs Website "mtdarulfutuh.org". Media sosial yang dikelola oleh tim divisi multimedia MTDF tersebut hingga kini aktif mengunggah konten-konten keislaman berupa foto, video, dan tulisan. Beberapa di antaranya terdapat poster digital mengenai pengumuman jadwal kajian, *quotes* dakwah, artikel dakwah, video ceramah, dokumentasi agenda kegiatan, dan lain sebagainya. Beragam jenis konten yang disajikan tersebut berupaya dikemas dengan menarik, serta membutuhkan strategi yang baik agar dakwah dapat diterima dan diikuti oleh *mad'u*. Hal itu dilakukan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh dengan tujuan agar dapat memudahkan

masyarakat untuk menambah ilmu melalui *platforms* media sosial dan menjadikan ilmu tersebut bermanfaat bagi siapapun yang mengikutinya.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa berdakwah dengan menggunakan *platforms* media sosial merupakan suatu pembaruan yang bisa dimanfaatkan dan terus dikembangkan oleh para *da'i* untuk menyebar luaskan kegiatan dakwah. Strategi tersebut menjadi inovasi baru guna memudahkan para *da'i* dalam berdakwah di ruang lingkup majelis ta'lim, sehingga keberadaan majelis ta'lim sebagai lembaga dakwah bisa terus berkembang. Dengan segala perkembangan teknologi yang tersedia saat ini dapat bermanfaat dan menjadikan penyebaran dakwah Islam sebagai batasan dari dampak negatif media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan berupa kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatan studi lapangan. Menurut Bogdan dan Taylor bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif meliputi ucapan, tulisan, dan perilaku yang diamati dari subjek tersebut (Ahmadi, 2014:5). Studi lapangan yakni pengumpulan data secara langsung kepada objek yang akan diteliti (Prasaja & Eko, 2019:119).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun prosedur analisis data dilakukan dengan deskriptif analisis. Menurut Suriasumarti bahwa deskriptif analisis yaitu metode penelitian gagasan atau pemikiran dengan fokus mendeskripsikan, membahas, mengkritik gagasan primer menjadi gagasan lain yang tidak terbatas hanya pengumpulan dan penyusunan, namun juga analisis dan tafsiran data tersebut (Nurwicaksono & Diah, 2018:143). Menurut Miles dan Huberman bahwa tahapan analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/kesimpulan (Sugiyono, 2018:246-253).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Majelis Ta'lim Darul Futuh memanfaatkan *platforms* media sosial sebagai wahana dalam mengembangkan dakwah Islam di ruang lingkup majelis ta'lim. Berikut adalah *platforms* media sosial yang hingga kini aktif digunakan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh, di antaranya:

1. Youtube

Majelis Ta'lim Darul Futuh memiliki dua *channel*, yang pertama bernama "MT Darul Futuh" dan *channel* yang kedua diberi nama "MT Darul Futuh Official Multimedia". Dua *channel* tersebut memiliki segmentasi atau sasaran dakwah yang sama, hanya saja yang membedakan adalah isi konten yang terdapat pada masing-masing *channel* tersebut. Dibuatnya dua *channel* tersebut bertujuan agar dapat membedakan nama antara *channel* yang bersifat menyeluruh dengan *channel* yang dikhususkan untuk tim divisi multimedia dalam mengembangkan kemampuan di bidangnya. Meskipun sebenarnya dua *channel* tersebut dikelola oleh tim divisi multimedia, namun isi konten yang terdapat di *channel* MT Darul

Futuh lebih banyak dan berdurasi lebih panjang, dibanding dengan *channel* MT Darul Futuh Official Multimedia yang hanya berisi konten-konten ringan berdurasi pendek. Konten yang diunggah pada dua *channel* tersebut berisi seputar ceramah atau kajian Ustadz Ahmad Said baik keseluruhan maupun potongan video, *qosidah*, dokumentasi kegiatan, *short clip*, *shorts*, dan lain sebagainya yang dapat dilihat pada masing-masing kategori *playlist* tersebut. Selain menyajikan konten, dua *channel* tersebut juga biasanya melakukan penayangan siaran langsung atau *live streaming* disaat agenda kegiatan sedang berlangsung.

2. Facebook

Pada mulanya Majelis Ta'lim Darul Futuh pertama kali memiliki *fanpage* Facebook menggunakan nama Ustadz Ahmad Said sebagai identitasnya, dan *fanpage* tersebut masih aktif digunakan secara pribadi oleh Ustadz Ahmad Said. Hingga akhirnya memutuskan untuk membuat *fanpage* Facebook kedua dengan memberi nama "MT Darul Futuh" yang dikelola oleh tim divisi multimedia. Dibuatnya *fanpage* Facebook kedua tersebut bertujuan agar tidak tercampur antara penggunaan pribadi dengan pengelolaan bersama, namun keduanya tetap beriringan sebab sama-sama digunakan untuk berdakwah dengan membawa nama Majelis Ta'lim Darul Futuh. Konten yang diunggah pada *fanpage* MT Darul Futuh tersebut berisi seputar tulisan-tulisan, *quotes* dakwah, foto dan video dokumentasi kegiatan. Adapun artikel pada status yang diunggah merupakan salah satu konten dengan minat terbanyak. Selain aktif menyajikan konten yang diunggah, *fanpage* MT Darul Futuh juga biasanya melakukan penayangan siaran langsung atau *live streaming* disaat agenda kegiatan sedang berlangsung.

2. Instagram

Pada awalnya Majelis Ta'lim Darul Futuh juga pertama kali memiliki akun Instagram dengan menggunakan nama Ustadz Ahmad Said sebagai identitasnya. Hingga akhirnya memutuskan untuk membuat akun Instagram kedua dengan memberi nama "@mtdarulfutuh" yang dikelola oleh tim divisi multimedia agar tidak tercampur, namun keduanya tetap beriringan sebab sama-sama digunakan untuk berdakwah dengan membawa nama Majelis Ta'lim Darul Futuh. Konten yang diunggah pada akun @mtdarulfutuh berisi seputar *quotes* dakwah, foto dan video dokumentasi kegiatan, *instastory*, serta beberapa postingan yang diunggah tersebut terdapat *caption* yang menarik. Adapun *reels* merupakan salah satu konten dengan minat terbanyak. Selain aktif menyajikan konten yang diunggah, akun @mtdarulfutuh juga biasanya melakukan penayangan siaran langsung atau *live streaming* disaat agenda kegiatan sedang berlangsung.

3. Website

Sebelum menggunakan situs Website, awalnya Majelis Ta'lim Darul Futuh memiliki Blogspot yang kini memutuskan untuk beralih menggunakan situs Website bernama "mtdarulfutuh.org" yang dikelola oleh tim divisi multimedia. Konten yang diunggah pada mtdarulfutuh.org berisi seputar foto dokumentasi kegiatan dan artikel dakwah. Artikel tersebut merupakan karya

tulis Ustadz Ahmad Said yang dipublikasikan oleh tim divisi multimedia, yang membahas kajian kitab-kitab Fiqih, Tasawuf, Tauhid, Ushul Fiqih, Sirah Nabawiyah, Tafsir Al-Qur'an, dan sebagainya.

Adapun strategi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh dilakukan dengan melalui tiga macam tahapan, seperti yang telah dirumuskan oleh David (2011) yakni tahap perumusan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi.

1. Perumusan

Perumusan disini berupa proses perencanaan atau serangkaian tindakan tahap awal strategi pemanfaatan media sosial dalam melakukan dakwah agar lebih terarah, teratur, dan bertujuan untuk memudahkan Majelis Ta'lim Darul Futuh dalam mencapai keberhasilan dakwah di media sosial.

Pada proses penentuan media sosial yang digunakan, Majelis Ta'lim Darul Futuh menemukan suatu persoalan dalam memanfaatkan kehadiran media sosial sebagai penyambung dakwah dari ceramah atau kajian yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Said. Dimana saat ini masyarakat telah banyak menggunakan media sosial, hal tersebut menjadi peluang bagi Majelis Ta'lim Darul Futuh yang bertujuan untuk melakukan dakwah dengan memberikan konten atau ilmu bermanfaat di media sosial.

Penggunaan *platforms* media sosial menyesuaikan dengan karakteristik saat ini sebagai tempat yang cocok digunakan untuk berdakwah. Pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dibanding melalui media lainnya. Selain itu, segala konten yang terdapat pada media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh bisa dijadikan sebagai arsip atau *database*.

Sasaran dakwah yang ditujukan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh yaitu mencakup demografi Kota Bogor, kepada jama'ah yang berhalangan hadir mengikuti kajian majelis secara langsung, dan meluas untuk seluruh kalangan usia yang sehari-harinya selalu mengakses media sosial sehingga kegiatan dakwah bisa terus disaksikan secara daring oleh siapapun dan kapanpun.

Topik materi dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Ahmad Said baik secara langsung maupun di media sosial yakni membahas mengenai hal-hal yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, menggunakan kitab-kitab rujukan seperti Al-Qur'an, Hadist, Fiqih, Ushul Fiqih, Tasawuf, Tauhid, Sirah Nabawiyah, Bahasa, dan sebagainya.

Proses tahapan pembuatan konten pada media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh, bermula dengan menelaah perbedaan karakteristik dan segala fitur yang terdapat pada media sosial tersebut. Hal ini berupaya untuk mengetahui dan menentukan kebutuhan terhadap sasaran dakwah. Tim divisi multimedia akan berunding merencanakan ide dan konsep konten yang ingin dibuat. Kerjasama tim diperlukan dengan saling mengumpulkan data dokumentasi. Kemudian proses editing akan menggunakan aplikasi pendukung melalui komputer atau *smartphone*, seperti misalnya membuat poster pengumuman jadwal kajian,

quotes, artikel, video ceramah dan sebagainya. Penyajian konten juga berupaya dikemas dengan menarik agar isi pesan dakwah dapat diterima dan diikuti oleh *mad'u* atau *followers*. Selain penyajian konten tersebut, tim divisi multimedia juga melakukan penayangan siaran langsung disaat agenda kegiatan sedang berlangsung, tentunya dengan mempersiapkan alat-alat pendukung yang dibutuhkan seperti kamera, *smartphone*, *mic*, *tripod*, *lighting*, *sound mixer*, serta jaringan internet.

Proses tahapan penyebaran konten, tim divisi multimedia akan melakukan *cross check* terlebih dahulu sebelum konten diunggah. Kemudian menggunakan beberapa fitur yang terdapat di media sosial, misalnya membuat *thumbnail* serta judul yang baik, menambahkan *hashtag* dan resensi singkat melalui deskripsi atau *caption* untuk mendukung isi pesan yang terdapat dalam konten tersebut. Lalu, proses pengunggahan di media sosial akan dilakukan sesuai dengan *insight* atau jadwal yang telah ditetapkan dan mengirimkan link kepada orang-orang melalui kontak pribadi, baik secara personal maupun grup. Dalam proses pengunggahan ini nantinya akan mendapatkan *feedback* berupa *like*, *comment*, *viewers*, *visitors* yang isinya dapat berupa kepuasan, saran, maupun pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah dapat diterima oleh pengguna media sosial.

2. Implementasi

Pada tahap implementasi ini tim divisi multimedia menerapkan rumusan strategi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan dakwah di Majelis Ta'lim Darul Futuh, dengan tujuan untuk menarik minat agar dakwah dapat diterima dan terus diikuti oleh *mad'u* atau *followers*.

a. Menyajikan Konten Dakwah:

Majelis Ta'lim Darul Futuh berfokus menyajikan konten dakwah yang berisikan ceramah atau kajian Ustadz Ahmad Said di Majelis Ta'lim Darul Futuh dan dibagikan melalui media sosial, di antaranya:



Gambar 1. Pengumuman Jadwal Kajian MTDF

Tim divisi multimedia membuat poster digital mengenai pengumuman jadwal kajian Majelis Ta'lim Darul Futuh yang disebarakan di media sosial, seperti *fanpage* Facebook dan akun Instagram. Publikasi ini dilakukan agar informasi kegiatan dakwah yang diselenggarakan secara langsung di Majelis Ta'lim Darul Futuh dapat tersampaikan dengan baik, sehingga diketahui dan dihadiri oleh *mad'u* atau *followers*. Namun juga dapat disaksikan secara daring karena tim divisi multimedia biasanya melakukan siaran langsung atau *live streaming*.



Gambar 2. Video Ceramah MTDF

Majelis Ta'lim Darul Futuh diketahui memiliki agenda kegiatan yang padat, itu sebabnya video ceramah merupakan konten terbanyak yang diunggah di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh, khususnya di *channel* Youtube. Video tersebut bermacam-macam, baik dalam bentuk keseluruhan, maupun potongan video. Secara keseluruhan video tersebut berisi tentang ceramah atau kajian yang dilakukan oleh Ustadz Ahmad Said dengan pembahasan materi dakwah yang beraneka ragam dan memiliki durasi yang berbeda-beda. Hal ini bertujuan agar kegiatan dakwah yang dilakukan di Majelis Ta'lim Darul Futuh dapat disaksikan secara daring oleh *mad'u*.



Gambar 3. Quotes Dakwah MTDF

Tim divisi multimedia membuat *quotes* dakwah yang disebarakan di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh, seperti *fanpage* Facebook, akun Instagram dan *channel* Youtube. *Quotes* dakwah tersebut merupakan suatu kalimat atau ucapan yang berisi tentang nilai-nilai keislaman, baik dibuat dalam tulisan, bergambar, maupun video singkat. *Quotes* yang dibuat tersebut biasanya mengutip dari beberapa perkataan Ustadz Ahmad Said, Al-Qur'an, Hadist, para ulama, dan sebagainya. Hal ini bertujuan agar *quotes* yang dibagikan di media sosial dapat memberikan motivasi, inspirasi, dan pengingat kepada *mad'u* atau *followers* yang melihatnya.



Gambar 4. Artikel Dakwah MTDF

Ustadz Ahmad Said selaku guru di Majelis Ta'lim Darul Futuh diketahui sering membuat beberapa karya tulis atau artikel dakwah yang nantinya dipublikasikan oleh tim divisi multimedia melalui media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh, seperti situs Website dan juga *fanpage* Facebook. Adapun tujuan dari pembuatan artikel dakwah tersebut adalah untuk mempengaruhi, mendidik, meyakinkan dan memberi kebaikan bagi siapapun yang membacanya.



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan MTDf

Selain menyebarkan dakwah melalui media sosial, tim divisi multimedia juga seringkali memperlihatkan berbagai dokumentasi seputar kegiatan yang ada di Majelis Ta'lim Darul Futuh. Dokumentasi tersebut berupa foto dan video yang dibagikan di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh, seperti *fanpage* Facebook, akun Instagram, situs Web, dan *channel* Youtube. Tujuan dibagikannya dokumentasi tersebut adalah untuk memberikan informasi kepada *followers* terkait berjalannya agenda kegiatan di Majelis Ta'lim Darul Futuh.

b. Memanfaatkan Ketersediaan Fitur:

Dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu media dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh, tim divisi multimedia memanfaatkan ketersediaan fitur yang terdapat di berbagai media sosial tersebut, di antaranya:



Gambar 6. Judul & *Thumbnail* MTDf

Penulisan judul dan pembuatan *thumbnail* ini sering dibuat oleh tim divisi multimedia. Sebab, hal pertama yang dilihat oleh seseorang ketika melihat sebuah konten adalah judul & *thumbnail*. Menuliskan judul atau *headline* yang menarik dapat memancing dan menimbulkan rasa penasaran. Begitupun dibuatnya *thumbnail* pada *channel* Youtube bermanfaat untuk menarik penonton agar menonton video yang diunggah. *Thumbnail*

dianggap sebagai kilasan dari keseluruhan isi video, dan menjadi faktor utama dalam menentukan apakah penonton akan menontonnya atau tidak.

mtdarulfutuh@id.idm.id

Ibadah bisa dirasakan nikmat ketika kita sudah merasakan keuntungan dalam ibadah. ketika kita bisa merasakan hasil ibadah & tau apa yang dinikmati ketika melakukan ibadah tab.

Analoginya begini

Kita ustadz, kalo kita jualan cuma balik modal tiap hari, niscaya jualan itu laku gak semangat, bono-bono beres nikmat. Apalagi kalo rugi, pasti itu jualan lama-lama tutup.

Mah ibadah yang kembali modal itu ibadah wajib. Kita di beri kewajiban = modal utama masuk surga.

Mah kalo ibadah wajib saja terasa berat sulit & males-malesan, bisa jadi kita bukan balik modal ketika melaksanakan ibadah wajib tab. Tapi kita mendapatkan kerugian ..

Salah satu penyebab kerugian itu adalah tidak memiliki ilmu .. kita solet/jugkr balik taunya rukun-rukunnya salah .. maka di situ terjadi kerugian, dan dampaknya berat untuk beribadah, karena balik modal pun enggak, yang ada malah rugi ..

Belum lagi ketru dalam masalah-masalah wajib yang lain seperti nikah, puasa, toharoh dll. Setiap ibadah wajib yang salah ilmunya karena gak nyari ilmu, maka setiap ibadah tab rugi & gak balik modal. Maka semakin berat pula langkah kita untuk beribadah yang wajib .. yang wajib aja berat bono-bono ngerjain yang sunnah ?

Ini mungkin ada banyak yang kurang ilmu kita dalam menjalankan yang wajib sehingga balik modal aja kagak yang ada rugi terus .. makanya di gampai tutup alias ibadah gak membah banyak karena yang wajib aja males malesan ..

Wallohu 'Alam

Bismoga Bermanfaat

Gambar 7. Caption MTDF

Caption berfungsi untuk memberikan informasi tambahan pada suatu konten yang diunggah. Pembuatan *caption* pada akun Majelis Ta'lim Darul Futuh menggunakan bahasa yang menarik dan informatif agar pesan yang ditulis bisa tersampaikan dengan baik serta mudah dipahami bagi siapapun yang membacanya.



Gambar 8. Like, Comment, Share

Dengan adanya ketiga fitur ini sangat berguna bagi setiap konten yang ada di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh. *Like* berfungsi seberapa banyak orang yang menyukai postingan, dan merupakan cara untuk menghargai suatu konten atau karya yang telah dinikmati. Peran *like* sangat

berpengaruh sebagai bentuk penilaian bahwa konten yang diunggah tersebut menarik atau tidak. Unggahan yang mendapat *like* terbanyak akan dianggap menarik, semakin banyak *like* maka akan semakin baik. *Comment* berfungsi sebagai komentar pada postingan. Peran *comment* juga berpengaruh sebagai bentuk interaksi untuk berkomentar atau berbincang kepada sesama pengguna media sosial. *Share* dapat diartikan dengan berbagi data, cerita, atau saling memberikan sesuatu kepada sesama pengguna yang saling terhubung satu sama lain, sehingga sesama pengguna dapat mengakses dan menjelajahi pada apa yang telah dibagikan tersebut. *Share* dapat membantu menyebarkan konten di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh untuk mengundang lebih banyak orang yang ingin melihatnya.

#pengajian #kajianislam #ngaji #islam #hijrah #dakwah #kajianjabar
#kajianhijrah #lamaran #ingkar #ceramahpendek #ceramahsingkat
#ustadz #ustadzahmadsaid #mtdf #hadramautyaman
#pondokpesantren #ponpes #santri

Gambar 9. *Hashtag* MTDf

Hashtag merupakan simbol tagar atau tanda pagar (#). *Hashtag* tersebut sering digunakan di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh untuk ditambahkan pada postingan berupa tulisan, foto, maupun video. Dengan menyertakan *hashtag* pada postingan tersebut, maka semua *update* tentang berbagai macam postingan yang diunggah akan terorganisir dan terkelompok dengan baik. Sehingga hal tersebut dapat memungkinkan untuk menemukan konten yang diinginkan, khususnya seperti konten dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh.



Gambar 10. *Instastory* MTDf

Instagram Stories atau *Instastory* adalah fitur yang memungkinkan akun Majelis Ta'lim Darul Futuh dapat mengirim postingan dakwah berupa teks, foto atau video singkat dalam kurun waktu 24 jam, setelah melewati batasnya maka akan terhapus secara otomatis. Namun, *story* yang telah dibagikan tersebut dapat disimpan pada *highlight* atau sorotan sehingga dapat dilihat tanpa adanya batas waktu.



Gambar 11. Reels MTDF

Instagram Reels dapat memungkinkan akun Majelis Ta'lim Darul Futuh untuk membuat video dakwah singkat yang menarik dengan pilihan audio, efek, dan *tools* kreatif lainnya. Selain itu, tim divisi multimedia dapat menggabungkan atau merekam beberapa klip untuk dijadikan satu video utuh.



Gambar 12. Shorts MTDF

Youtube *Shorts* merupakan fitur yang memungkinkan *channel* Majelis Ta'lim Darul Futuh untuk mengunggah video dakwah singkat disertai audio, filter, dan teks.



Gambar 13.

Live Streaming MTFD

Majelis Ta'lim Darul Futuh sering melakukan *live streaming* disaat agenda kegiatan sedang berlangsung. *Live streaming* adalah proses penayangan yang disiarkan secara langsung yang terdapat di beberapa media sosial, di antaranya yaitu *channel* Youtube, *fanpage* Facebook, dan akun Instagram.



Gambar 14. *Playlist* MTFD

Playlist adalah kumpulan video. Selain itu, *playlist* juga dapat ditemukan melalui pencarian di Youtube. Pembuatan *playlist* berfungsi untuk mengelompokkan video berdasarkan kategori dan berguna untuk menambah *viewers* video pada *channel* Majelis Ta'lim Darul Futuh.



Gambar 15. *Insight*

Insight pada Youtube, Facebook, Instagram merupakan fitur yang memberikan penjelasan atau berbagai informasi mengenai perkembangan postingan dan akun Majelis Ta'lim Darul Futuh. Menggunakan *insight* dapat membantu mengenali data diri para pemirsa (jenis kelamin, usia, geografi, dan sebagainya), sehingga tim divisi multimedia dapat membuat konten dakwah dengan perencanaan yang lebih baik untuk pencapaian selanjutnya.



Gambar 16. Traffic MTDF

Website *Traffic* adalah lalu lintas web, yang terdiri dari kunjungan (*visit*), pengunjung (*visitor*), pembaca (*reader*), pengguna (*user*), dan tampilan halaman (*pageviews*). *Traffic* merupakan jumlah data yang dikirim dan diterima oleh pengunjung situs web Majelis Ta'lim Darul Futuh, meliputi halaman yang dilihat, dan durasi saat pengunjung melihat atau membaca halaman-halaman tersebut. Jumlah dan kualitas pengunjung sangat penting bagi website Majelis Ta'lim Darul Futuh, karena *traffic* akan menentukan popularitas web tersebut.

3. Evaluasi

Evaluasi merupakan penilaian akhir yang dilakukan oleh tim divisi multimedia untuk mengukur pencapaian hasil dari segala tahapan strategi yang telah dilaksanakan.

Penggunaan media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh ditemukan kendala bahwa masih terdapat kurangnya sumber daya manusia dalam mengelola media sosial tersebut.

Ketika proses agenda kegiatan di Majelis Ta'lim Darul Futuh sedang berlangsung juga ditemukan kendala, seperti jaringan sinyal yang sedang kurang mendukung disaat penayangan siaran langsung, dan kurangnya alat pendukung yang memadai seperti kamera.

Ketika hendak mengumpulkan data dokumentasi untuk proses pembuatan konten juga ditemukan kendala, seperti data-data yang telah terkumpul terkadang hilang atau terkena virus, bahkan membuat penyimpanan memori tersebut menjadi rusak sehingga tidak bisa digunakan. Namun hal tersebut sudah bisa teratasi ketika *file* dipindahkan ke dalam *flashdisk* atau *harddisk*, lalu segera dipindahkan juga ke dalam *smatphone* untuk melakukan editing dan *di-upload* di media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh.

Pada saat penyebaran konten juga ditemukan kendala, seperti jaringan sinyal yang sedang kurang mendukung, hingga bencananya jadwal pengunggahan karena adanya agenda kegiatan lainnya yang

sedang dilaksanakan, sehingga tidak dilakukan sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

Pengelolaan media sosial Majelis Ta'lim Darul Futuh saat ini masih harus diperhatikan dan terus ditingkatkan. Misalnya dari suguhan tampilan dan jam tayang. Sehingga nantinya bisa semakin menambah jumlah *mad'u* atau pengikut media sosial. Dengan adanya tanggapan dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak, baik dari *followers*, jama'ah, atau masyarakat, baik secara langsung maupun di media sosial dapat menjadi faktor penting dalam menindak lanjuti keberlangsungan dakwah yang saat ini terus dilakukan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh di media sosial.

KESIMPULAN DAN TATANG

Berdasarkan hasil temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial yang dilakukan Majelis Ta'lim Darul Futuh dengan menggunakan *platforms* media sosial, di antaranya yaitu *channel* Youtube "MT Darul Futuh", *channel* Youtube kedua "MT Darul Futuh Official Multimedia", *fanpage* Facebook "MT Darul Futuh", akun Instagram "@mtdarulfutuh", dan situs Website "mtdarulfutuh.org". Beberapa media sosial tersebut merupakan *platforms* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sehingga saat ini media sosial dimanfaatkan dan terus dikembangkan oleh Majelis Ta'lim Darul Futuh untuk meneruskan kegiatan dakwahnya.

Strategi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan dakwah Majelis Ta'lim Darul Futuh dilakukan melalui tahap perumusan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi. Ketiga prosedur tersebut meliputi penentuan media sosial yang dimanfaatkan, mengenali karakteristik media sosial, sasaran dakwah di media sosial, topik materi dakwah yang disampaikan, pembuatan konten, memanfaatkan ketersediaan fitur media sosial, dan melakukan penyebaran atau pengunggahan konten sehingga mendapatkan *feedback* dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Burhanudin, A. M., Yayah, N., & Ulfa, C. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial: Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender. *Orasi*, 10(2), 236-246.
- David, F. R. (2011). *Strategic Manajemen Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia V. (2022). PUEBI: Badan Bahasa, Kemendikbud.
- Khumaedi, T., & Siti, F. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Al-Mubin*, 2(2), 106-112.
- Lukmana. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Pengembangan Dakwah Majelis Taklim Dzikir dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin. *Al-Idza'ah*, 3(2), 48-62.

- Nurwicaksono, B. D., & Diah, A. (2018). Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia pada Teks Ilmiah Mahasiswa. *AKSIS*, 2(2), 138-153.
- Prasaja, T., & Eko, W. (2019). Pelaksanaan Dana Desa di Desa Bentangan Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten. *Juripol*, 2(1), 116-123
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *AT-TABSYIR*, 4(1), 173-190.
- Qur'an Kemenag. (2022). PUB: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Zahra, U. F., Ahmad, S., & Asep, S. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh*, 1(2), 60-88.