

Youth, Pandemic, Media, and Religious Contemporary Issues

Proceedings Book of
The 1st International Student Conference of
Ushuluddin and Islamic Thought



SUKA-Press



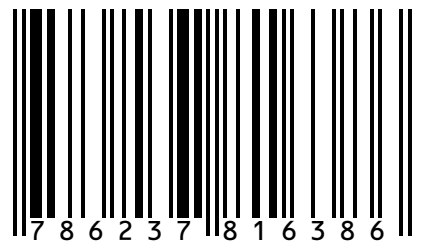
ISCUSHITH



SUKA-Press



ISCUSHITH



9 786237 816386



**PROCEEDINGS BOOK OF
The 1st International Student Conference of
Ushuluddin and Islamic Thought**

Youth, Pandemic, Media, and Religious Contemporary Issues

Yogyakarta, 24-25 November 2020



SUKA-Press

PROCEEDINGS BOOK OF The 1st International Student Conference of Ushuluddin and Islamic Thought

Youth, Pandemic, Media, and Religious Contemporary Issues

Yogyakarta: Suka Press, 2021
vi + 204 hlm; 21 x 29,7

Steering Committe

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
Dr. Shofiyullah Muzammil, M. Ag.
Dr. Munawar Ahmad, S.S. M.Si.
Ali Usman, S.Fil.I., M.Ag.

Reviewers Board

Derry Ahmad Rizal, M.A.
Dr. Muhammad Akmaluddin, S.Th.I., M.S.I
Nur Afni Khafsoh, M.Sos.
Rizal Al Hamid, M.Si.
Fadhli Lukman, M.Hum
Khoirul Ulum, S.Ag., M.Ag.

Organizing Committee

Ketua Panitia: Ferdiansah
Sekretaris: Abdulloh Basith
Bendahara: M. Rdiwan

Editor Buku:

Ahmad Mufarrih El Mubarak, Fitria Susan M., Sukma Wahyuni, Alma'a Cinthya H.,
Mifta Kharisma.

Diterbitkan oleh

Suka-Press

Jl. Marsda Adisucipto, Lt. 3
Gedung KH. Abdul Wahab Hasbullah UIN Sunan Kalijaga
Telp. 085743477290, Fax. (0274) 589266/512474 Yogyakarta
email: suka.press@uin-suka.ac.id
ISBN: 978-623-7816-38-6

DAFTAR ISI

Kata Pengantar ...iii

Daftar Isi ...v

CULTURE:

Juliana Putri, Fitria Andriani, dan Fitri Maghfirah

Nilai-Nilai Islam dalam Budaya Mawah dan Upaya Pengentasan Kemiskinan di Aceh ...1

Iffah Mardliyah dan Agus Wedi

Tradition of Pilgrimage to Asta Juruan Batuputih Sumenep: From Mysticism, Spiritualism to Its Contestation ...14

ISLAMIC STUDIES:

Mohammad Mahmud dan Ridha Nurul Arifah

...27 دراسة الحديث على وسائل التواصل الاجتماعي: شكل استقبال الحديث في العصر الرقمي

Supian, Herlambang, Noprans Eka Saputra, Muhammad Sobri

Polarisasi “Trilogi” Perilaku Keagamaan Era Pandemi Covid-19 di Provinsi Jambi ...39

Umi Wasilatul Firdausiyah

Reinterpretasi Perjuangan pada QS. Al-Balad (90):4 dalam Tafsir Salman: Tafsir Ilmiah atas Juz ‘Amma ...60

Muh. Haris Zubaidillah dan M. Ahim Sulthan Nuruddaroini

Ideal Society Prototype in The Quran ...72

Avina Amalia Mustaghfiroh dan Muhammad Riyan Hidayat

Makna Khataman Al-Qur’an dan Pembacaan Ratib Al-Hadad Daring di Masa Pandemi Covid-19 ...87

M. Zia Al-Ayyubi

Pemikiran Andrew Rippin Terhadap Analisis Sastra Al-Qur’an: Studi Pandangan Orientalis atas Keautentisitasan Al-Qur’an ...99

LEADERSHIP:

Nur Hanifah Ahmad

The Role of Indonesian Youth in The Digital Age in Preserve Religious Culture in The Middle of A Pandemic ...114

Mukhamad Hamid Samiaji dan Musyafa Ali

Peran Pemuda dalam Membangun Budaya Literasi Masyarakat di Era Pandemi Covid-19 ...123

POLITIC:

Rizka Fauziyah

Implikasi Redenominasi Terhadap Transaksi Hutang Piutang (Studi Komparasi Kitab *Iʿanatul Ṭālibīn* dan Kitab *Bughyatul Mustasyidīn*) ...139

RELIGIOUS STUDIES:

Neng Eri Sofiana

Karakter Masyarakat Islam Sunda Cianjur Kini dan Nanti ...149

Hana Rori

Stigma Against Covid-19 Patients: Interpretation of Job Suffering Amid The Pandemic ...166

TECHNOLOGY:

Nurul Lathiffah dan Kamsih Astuti

The Contribution of Social Supports to Media Literacy ...187

Wening Purbatin Palupi Soenjoto

Ustad Virtual: Pola Dakwah Kekinian di Era Milenial ...195

USTAD VIRTUAL : POLA DAKWAH KEKINIAN DI ERA MILINEAL



Wening Purbatin Palupi Soenjoto

weningblackberry@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STITNU) Al Hikmah Mojokerto, Indonesia.

Abstract

In this millennial era, communication uses more via technology-based communication media. Communication that is formed is unnatural because communication and interaction between humans and humans is not direct so that there is minimal emotional attachment even though communication via telecommunications media, expressions of feelings can be represented by emoticon icons. Technology is considered capable of being a medium that facilitates communication channels, especially in religious broadcasting when Before technology was used as a medium to facilitate human activities, the broadcast of da'wah was still simple in nature with face-to-face meetings in places of worship and community gatherings. However, it is different at this time, da'wah can be heard anytime and anywhere without the need for the presence of real religious leaders, through communication media such as youtube or other virtual communication channels. This virtual cleric figure has become a new trend and is easier to go viral than the ustad who are not published on social media or other multimedia-based media. The presence of a virtual cleric in his preaching, not only communication patterns, missionary missions which are becoming a trend, even fashion that is used in the spotlight of the masses becomes social framing which is done intentionally or unintentionally is a new pattern in the world of preaching today. In fact, not infrequently the contents of the da'wah do not only contain studies of the verses of the Qur'an but on things that are viral. This research uses qualitative methods with literature review and is supported by the results of interviews with 50 people who are then analyzed descriptively in reviewing the results of research.

Keywords: virtual ustad, social framing, communication, da'wah.

Abstrak

Pada era milenial ini, komunikasi lebih banyak menggunakan via media komunikasi berbasis teknologi. Komunikasi yang terbentuk sifatnya tidak alami karena komunikasi dan interaksi manusia dengan manusia tidak secara langsung sehingga minim terbangunnya kelekatan secara emosional walaupun komunikasi via media telekomunikasi, ungkapan ekspresi perasaan dapat diwakili *emoticon icon*. Teknologi dinilai mampu menjadi media yang mempermudah saluran komunikasi terutama dalam penyiaran agama saat ini. Sebelum teknologi dijadikan media sarana untuk memudahkan manusia beraktifitas, penyiaran dakwah masih bersifat sederhana dengan adanya pertemuan tatap muka secara langsung di tempat-tempat peribadatan maupun perkumpulan komunitas. Namun berbeda pada saat ini, dakwah bisa didengarkan kapan saja dan dimana saja tanpa perlu kehadiran pemuka agama secara nyata. Melalui media komunikasi seperti *yutube* maupun saluran komunikasi secara virtual lainnya. Tokoh ustad virtual inilah menjadi tren baru dan lebih mudah *viral* dibandingkan para ustad yang tidak terpublikasi secara sosial media maupun media basis multimedia lainnya. Kehadiran ustad virtual dalam dakwahnya, tidak hanya pola komunikasi, misi dakwah yang menjadi tren bahkan *fashion* yang dipakai menjadi sorotan massa menjadi *social framing* yang dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja menjadi pola baru di dunia dakwah masa kini. Bahkan tak jarang isi dari dakwah tidak melulu berisi kajian ayat-ayat Al Qur'an namun pada hal-hal yang sedang viral. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan kajian pustaka serta didukung hasil wawancara pada 50 orang yang kemudian di analisa secara deskriptif dalam mengkaji hasil penelitian.

Kata kunci : Ustad virtual, *social framing*, komunikasi, dakwah

Pendahuluan

Pada abad 21 sekarang ini, komunikasi dipermudah dengan segala cara melalui kemajuan teknologi. Jarak tidak lagi jadi masalah untuk berkomunikasi dan tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi menjadi bagian yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari aktifitas kehidupan manusia. Teknologi memiliki daya tarik yang sangat kuat dan mempengaruhi manusia menjadi perilaku dependensi terhadap teknologi. Terbukanya pasar bebas di berbagai negara seluruh dunia semakin memperbesar peluang masuk dan beredarnya berbagai teknologi dan

informasi dengan mudahnya mendapat berita terbaru tentang segala hal sehingga pemaknaan dan pemakaian teknologi dalam perkembangannya tidak dibatasi oleh faktor apapun baik secara status sosial ekonomi, usia serta tingkat penghasilan yang berbeda-beda, bukanlah menjadi hambatan bagi seseorang untuk dapat memiliki dan memanfaatkan teknologi termasuk untuk mendapatkan informasi maupun melakukan komunikasi.

Berdasarkan berbagai kajian dan hasil penelitian tentang komunikasi manusia, sejak zaman prasejarah, manusia

mempunyai cara dalam menyampaikan informasi melalui komunikasi dan adanya perkembangan yang terus-menerus mengalami perubahan dan cara penyampaianya sangat berbeda disetiap masanya. Pada zaman prasejarah, manusia berkomunikasi hanya menggunakan isyarat tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Namun, setelah zaman sejarah manusia telah menemukan alat komunikasi untuk pertama kalinya. Alat komunikasi yang digunakan pada masa itu masih menggunakan bahan-bahan dari alam seperti prasasti, daun lontar, kentongan, dan asap yang dipelajari sebagai tanda sebuah keadaan dan asap hingga kini masih dipakai penanda untuk informasi posisi yang diapaki para pendaki gunung. Seiring berkembangnya waktu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menunjukkan jati dirinya dalam peradaban manusia dewasa ini. Dengan banyaknya ditemukan produk-produk teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-21 ini menandakan era 4.0 yang dianggap era milineal yang hamper semua aktifitas bergantung pada teknologi termasuk kemajuan teknoligi komunikasi sehingga menjadikan proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat tanpa perlu mempermasalahkan jarak sebagai hambatan terjadinya komunikasi.

Sejak teknologi merupakan sarana yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, banyak terjadi perubahan yang berhubungan dengan fungsi kerja mental manusia. Berdasarkan hasil

penelitian bahwa teknologi saat ini merupakan perkembangan dari teknologi jaman dahulu yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dengan melalui proses penelitian dan pengembangan yang sesuai dengan tuntutan perkembangan peradaban. Perkembangan teknologi dalam peradaban manusia dalam bidang komunikasi makin berkembang secara berkelanjutan dan begitu varian dengan perkembangan cara penyampaian informasi dalam berkomunikasi yang selanjutnya dikenal dengan istilah teknologi informasi dan komunikasi melalui media berbentuk ragam sosial media, *yutube* maupun *streaming*. Bahkan, perkembangan proses komunikasi dalam menyampaikan informasi telah dimulai dari masa prasejarah hingga masa memasuki era modern dan saat ini merupakan era globalisasi dengan dukungan alat komunikasi semakin canggih yang dianggap mampu memenuhi kemudahan manusia berkomunikasi secara verbal maupun non verbal.

Sejak zaman prasejarah, cara manusia menyampaikan informasi melalui berkomunikasi terus mengalami perkembangan dan cara penyampaianya sangat berbeda disetiap masanya. Di zaman prasejarah, manusia berkomunikasi hanya menggunakan isyarat tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Namun, setelah zaman sejarah manusia telah menemukan alat komunikasi untuk pertama kalinya. Alat komunikasi yang digunakan pada masa itu masih menggunakan bahan-bahan

dari alam seperti prasasti, daun lontar, kentongan, dan asap. Seiring berkembangnya waktu, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menunjukkan jati dirinya dalam peradaban manusia dewasa ini. Dengan banyaknya ditemukan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-21 ini, menjadikan proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat.

Dalam penyebaran agama Islam, peranan dakwah sangatlah penting dalam penyampaian ajaran-ajaran untuk beriman dan mematuhi perintah Allah SWT. Kata sederhana, dakwah dimaknai mengajak atau mengundang baik secara verbal maupun non verbal. Di era milenial ini, dakwah tidak melulu disampaikan oleh pemuka agama namun seseorang yang memiliki kekuatan opini untuk menggiring massa melalui media virtual seperti media sosial, *youtube* maupun *streaming* dapat dilakukan kapan saja, dimana saja tanpa harus berada di tempat peribadatan. Bisa diakses sesuai kehendak penontonnya. Semakin banyak yang menonton maka akan juga menaikkan nilai jual, bukan lagi sekedar penyebaran agama namun dakwah versi virtual identik sebagai sebuah tontonan yang belum tentu berdampak sesuai yang diharapkan dari syiar keagamaan yang ditayangkan.

Para pendakwah bukan berasal dari dunia pesantren namun ada yang berawal dari dunia keartisan sehingga makna pendakwaan masih sangat minim kajian ayat maupun hadist namun dengan kemampuan pesona keartisan

dalam memberi dakwah yang cenderung memberi motivasi dengan kalimat-kalimat yang mampu menjadi viral inilah yang menjadi fenomena baru di era milenial. Berawal dari artis menjadi ustad maupun ustadzah melalui pengakuan public yang sifatnya berdasarkan respon warga net. Berdasarkan paparan di atas maka peneliti tertarik meneliti dengan didukung penelitian kualitatif melalui kajian pustaka dan wawancara terbuka terhadap 50 orang yang dikaji lebih dalam melalui analisa deskriptif dengan judul : Ustad Virtual : Pola Dakwah kekinian Di Era Milenial.

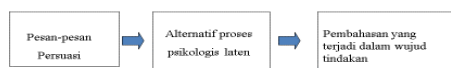
Pembahasan

A. Ustad Virtual Sebagai Produk Millenial

Seorang ustad merupakan komunikator yang juga sebagai pemberi informasi, berita atau pesan dan harus mampu mempengaruhi para komunikan hingga tergerak untuk melakukan apa yang dipesankan dalam bentuk dakwah. Dengan kemudahan dan kecanggihan teknologi maka adanya perubahan ekstrim dalam proses dakwah. Media informasi basis teknologi tak mengharuskan lagi orang mendengarkan ceramah di tempat peribadatan yang menghadirkan tokoh agama atau ustad bahkan bisa kapan saja dan dimana saja untuk mendengarkan dakwah. Media sosial yang paling digemari manusia jaman kini menjadi media yang paling mudah untuk mengakses segala macam dakwah sesuai tema yang diinginkan. Perubahan sosial

yang terdampak pada fenomena hadirnya ustad virtual dinilai efektif dalam penyebaran dakwah Islam. Namun tak pelak dapat dihindari bahwa pola dakwal ustad virtual ini lebih cenderung pengaruh dari jumlah para penonton atau pola penyebaran dakwah dengan cara *share video* maupun berbagi *link* untuk membantu menaikkan jumlah penonton dan *subscribe*.

Ustad virtual yang muncul kebanyakan bukan dari kalangan para santri lulusan pendidikan pesantren namun adanya *social framing* yang dibentuk secara sengaja maupun tidak sengaja karena adanya *social refrences* yang dikembangkan dengan adanya dukungan sosial.dibawah ini merupakan bagan pola dakwah ustad virtual dalam komunikasi yang dibentuk di media virtual:



Model Psikodinamika

Pesan-pesan dalam dakwah ustad vitual secara persuasif diolah oleh para warna net dengan kemampuan olah pikir yang berbeda bahkan menimbulkan respon yang beragam pula. Kajian-kajian agama yangdisampaikan dan cara-cara yang menjadi kekhasan para ustad virtual mampu mempengaruhi pula sebagai

alternative proses psikologis yang laten.Mudahnya muncul penokohan yang dikagumi jika memang ustad virtual memberikan kesan virtual pula dengan ditandai banyak penonton bahkan pengikut.Pembahasan dimaknai secara beragam baik adanya perubahan pola pikir maupun tindakan secara imitatif menjadi bahasan di grup-grup media sosial yang juga akan enimbulkan respon beragam pula.

Pengertian Dakwah secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata kerja kerja (fi'il) yaitu, da'a (دعا) (yad'u يدعو) yang artinya mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil. Berdasarkan bagan diatas maka pola mengajak secara tidak langsung karena melalui media virtual bisa dinilai tidak efektif dan minim interaksi sosial secara kelekatan emosional yang mendalam. Dari segi mempengaruhi memang terjadi namun sifatnya leih digerakkan secara virtual dan bersifat media audio visual. Menurut M.S. Nasaruddin Latif, dakwah yaitu setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mematuhi Aallah SWT sesuai dengan garis akidah dan syari'ah serta akhlak Islamiyah.Pola seruan dan ajakan secara non virtual lebih mempengaruhi secara emosional karena langsung dirasakan secara tatap muka dengan pengaruh charisma seorang pendakwah yang memang memiliki ilmu dakwah dari pendidikan pesantren.

Pola dakwah kekinian yang dilakukan para ustad virtual menjadi dakwah yang juga diartikan sebagai suatu kegiatan mengajak, mempengaruhi menyeru dan memanggil serta merubah seseorang dari yang kurang baik menjadi lebih baik namun respon warganet yang beragam justru dapat merubah sasaran, tujuan dan berbagai unsur-unsur dakwah. Ustad virtual yang seharusnya terjadi sebagai juru dakwah itu adalah merubah pandangan hidup. Maksudnya adalah untuk menumbuhkan kesadaran manusia dalam arti yang sebenarnya dari kehidupan, baik itu kehidupan pribadi maupun kehidupan dalam bermasyarakat sesuai dengan yang ditetapkan Allah SWT. Allah SWT telah menetapkan tujuan hidup manusia, supaya manusia mengabdikan dirinya semata-mata hanya kepada Allah SWT. Namun yang terjadi lebih pada seberapa orang yang menonton ustad virtual melalui media virtual maka ustad virtual tersebut makin viral, bukan adanya perubahan warganet yang menonton berubah pula seperti harapan isi dakwah. Inilah yang menjadi proses psikologis laten yang terjadi pada dakwah secara virtual.

B. Ustad virtual Sebagai Hasil Olah *Social Framing* dan Social Support Secara Virtual

Menurut Hamka juga memberikan definisi dakwah yaitu : “Bahwa dakwah mengandung arti seruan, ajakan, dan panggilan dengan arti seruan dapatlah kalimat dakwah itu melengkapinya maksudnya dalam kedua

jurusan, karena pada hakikatnya adalah orang yang menyeru itu menyampaikan seruan kepada dua jurusan, yang pertama adalah Allah dan yang kedua adalah sesama manusia. Sesuai pengertian dakwah di atas dari segi bahasa, maka dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil, sedangkan dari segi istilah dakwah adalah mempengaruhi dan merubah tingkah laku seseorang dari yang kurang baik menjadi yang lebih baik berdasarkan ajaran agama Islam. Menurut Ali Mahfuz mengatakan bahwa dakwah adalah “Mendorong manusia untuk berbuat baik menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang dari yang munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dalam pembentukan *social framing* dalam dakwah secara virtual mampu terjadi bias hasil respon warganet ataupun salah memaknai pembentukan dakwah yang dilakukan ustad virtual. Di sini keberhasilan atau kegagalan dakwah dilihat bagaimana ustad virtual adalah faktor mengkonstruksi dan mengemas peristiwa untuk disajikan kepada anggota gerakan dan khalayak luas. Pada titik ini, pola komunikasi bisa memberikan sumbangan dalam memperkaya khasanah keilmuan agama yang dipahami warganet. Studi framing terhadap pola dakwah ustad virtual lebih banyak menitikberatkan pada analisis teks yang diaudiovisualisasikan secara virtual tetapi teori dan analisis *framing*

jarang dipakai untuk melihat bagaimana seorang ustad virtual mampu mengkonstruksi, mengemas suatu peristiwa atau kajian agama yang betul-betul dicerna lalu diikuti sesuai ajakan dakwah.

Perspektif *framing*. Ada dua teori yang dipakai, yakni teori framing dan teori gerakan sosial. Teori framing yang dipakai adalah teori dari Erving Goffman. Bagi Goffman, individu tidak bisa mengerti dunia atau realitas tanpa menghubungkannya dengan pengalaman hidup agar realitas tersebut bisa masuk ke dalam skema pikiran individu. Jika pola dakwah yang dirasakan warganet sesuai dengan selera warganet maka proses penerimaan secara psikologis laten dapat terjadi. Sementara teori gerakan sosial yang dipakai adalah teori yang dikemukakan oleh William A. Gamson, David A. Snow dan Robert D. Banford.

Teori gerakan sosial dari William A. Gamson, David A. Snow dan Robert D. Banford mempunyai perspektif yang berbeda dengan teori *resource mobilization*. Jika kedua teori tersebut lebih menitikberatkan pada struktur, maka teori gerakan sosial dalam perspektif framing lebih menekankan pada budaya maka kultur yang melatarbelakangi ustad virtualpun menjadi factor pendukung pendekatan komunikasi dalam berdakwah sehingga menarik perhatian warganet berdasarkan budaya yang sama dan ini menjadi efektif dalam pembentukan komunikasi yang lebih kental.

Frame atas suatu peristiwa dakwah itu hasil konstruksi yang dilakukan oleh actor-aktor gerakan sosial yaitu para ustad virtual maka *frame* yang muncul atas suatu peristiwa dakwah karena itu tidak dipahami sebagai proses alamiah, tetapi dilihat sebagai proses strategik (*strategic frame*). Berdasarkan hasil wawancara pada 50 orang dengan wawancara terbuka tentang pola dakwah ustad virtual dan pengaruhnya dengan dikaji secara teori *framing* melalui teori proses strategik ini meliputi :

1. Jembatan frame (*frame bridging*) dalam bentuk pola dakwah yang dimunculkan dengan kekhasan masing-masing ustad sehingga menimbulkan kesan khusus kala tertarik pola dakwah seorang ustad virtual.
2. Penguatan *frame* (*frame amplification*) terjadi karena makin banyaknya *viewers* dalam pemenuhan *subscribe* maka makin banyak pula respon orang untuk tertarik menonton.
3. Perpanjangan *frame* (*frame extention*) dapat dilihat seberapa viral tokoh ustad virtual dengan pola dakwahnya dan isi kajiannya mampu mengundang para warganet menyebarkan video dakwah seorang ustad virtual.
4. Transformasi *frame* (*frame transformation*) yaitu respon para warganet secara imitative yang mengikuti apa yang didengar dan dilihat dari dakwah ustad virtual namun belum tentu dilakukan secara aplikatif tindakan sehari-hari sesuai

isi dakwah yang disampaikan namun hanya sekedar membagi video atau berkomentar berdasarkan pernyataan ustad virtual.

Dalam Alqur'an surat Al-Anfal ayat 24 yang artinya : "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, ketahuilah bahwa Sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya dan Sesungguhnya kepadaNya kamu akan dikumpulkan". Dapat diartikan bahwa fenomena yang terjadi pada dakwah ustad virtual lebih terjadinya penokohan ustad virtual yang viral namun isi dakwahnya sering terabaikan. Pengertian lain dikatakan bahwa dakwah Islamiyah adalah mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu setelah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan kajian pustaka serta didukung hasil wawancara terbuka pada 50 orang yang kemudian di analisa secara deskriptif dalam mengkaji hasil penelitian. Penelitian ini diharapkan mempunyai signifikansi teoritis pada ranah gerakan sosial dan ranah studi mengenai teori framing. Dari ranah studi gerakan sosial, studi mengenai gerakan sosial selama ini lebih banyak memfokuskan pada tokoh ustad virtual dan struktur maupun pola dakwah. Keberhasilan dan kegagalan dakwah yang dilakukan ustad virtual selalu

dikaitkan dengan sumber daya yang dipunyai oleh ustad virtual atau dari sisi struktur kesempatan mempengaruhi warganet. Gerakan sosial yang terjadi setelah proses dakwah sangat jarang dilihat dari perspektif bagaimana para ustad virtual mengemas dan mengkonstruksi pesan-pesan dakwah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa awal pemaknaan kata dakwah adalah : "mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Seiring dengan perubahan komunikasi melalui media teknologi maka dakwah mengandung penokohan *social framing* sehingga terjadi pola pengertian dan pemaknaan yang makin beragam sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara baik, secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu kesadaran serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur pemaksaan.

Perubahan pola dakwah kekinian yang dilakukan para ustad virtual menjadi dakwah yang juga diartikan sebagai suatu kegiatan mengajak, mempengaruhi menyeru dan memanggil serta merubah seseorang dari yang kurang baik menjadi lebih baik

namun respon warganet yang beragam justru dapat merubah sasaran, tujuan dan berbagai unsur-unsur dakwah. Ustad virtual yang seharusnya terjadi sebagai juru dakwah itu adalah merubah pandangan hidup. Maksudnya adalah untuk menumbuhkan kesadaran manusia dalam arti yang sebenarnya dari kehidupan, baik itu kehidupan pribadi maupun kehidupan dalam bermasyarakat sesuai dengan yang ditetapkan Allah SWT. Allah SWT telah menetapkan tujuan hidup manusia, supaya manusia mengabdikan dirinya semata-mata hanya kepada Allah SWT. Terjadinya *social framing* rentan terjadi sehingga tokoh ustad virtual yang mempengaruhi warganet menjadi symbol munculnya fenomena viral. Semakin viral ustad virtual maka akan makin banyak penontonnya walau belum tentu dapat dipastikan isi dakwah ustad virtual dilakukan.

Saran

Peran ustad virtual sangat berpengaruh dalam dakwah di dunia maya diharapkan pesan dakwah yang memuat hubungan manusia dengan manusia (*hoblum minannas*) yang akan menciptakan kesalehan sosial. Media dan metode dakwah sangat menentukan terhadap keberhasilan suatu dakwah, sebab seorang dai tanpa memperhatikan metode dakwah yang disampaikan, maka sering sekali dakwah yang disampaikan tidak tepat sasaran. Oleh karena itu metode dakwah sangat penting untuk dikuasai oleh seorang da'i. Dari segi bahasa metode berasal dari dua perkataan yaitu "meta" (melalui) dan

"hodos" (jalan, cara). Media virtual dapat difungsikan secara optimal jika para pemakai media virtual pun lebih cerdas sehingga apa yang disampaikan ustad virtual menjadi betul-betul dapat diaplikasikan dalam keseharian bukan hanya berbagi video tanpa disimak dan dipelajari terlebih dulu yang dapat menimbulkan kesalahpahaman juga terjadi bias dan menimbulkan *gap* ataupun kelompok-kelompok berdasarkan tokoh ustad virtual.

Daftar Pustaka

- Alqur'an dan Terjemahnya, (Jakarta : Bumi Restu, 2006), h. 862
- Ahmad Ghulusy, *Al-Da'wa al-Islamiyah* (Kairo: dar al-kitab, 1987), h 9 3
- Ali Hasmy, *Dustur Dakwah Menurut Alqur'an*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2004), h.18
- Ali Nurdin, *Dakwah Dalam Islam*, (Jakarta : Bina Ilmu, 2007), h.93 4
- Firdaus Al-Hasyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia Inggris*. (Surabaya: Gitamedia Press, 2006), h. 247
- Hamka, *Dakwah Islam*, (Jakarta : Bumi Aksaca, 2008), h. 16
- Eriyanto, 2002. *Analisi Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Yogyakarta
- M. Arifin, *Hubungan Timbal Balik Pendidikan Agama*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2007), h.17
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Remaja Rosdakarya; Bandung

Syech Ali Mahfuz, Hidayatul Mursyidin,
(Mesir : Makktabah Tarbiyah, 1936),
h.17

Toha Yahya Oemar, Ilmu Dakwah,
(Jakarta : Wijaya, 2004), .h. 1