

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan manusia, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Berbagai jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh mesin-mesin otomatis.¹

Setiap teknologi mempunyai pengaruh, baik itu positif maupun pengaruh negatif. Teknologi berpengaruh positif karena dapat mendorong lahirnya berbagai inovasi baru yang mempermudah kehidupan manusia. Sekaligus berpengaruh negatif karena memberikan dampak pada kehidupan sosial budaya di masyarakat seringkali diabaikan. Perkembangan teknologi juga menjadikan masyarakat menjadi kurang peka terhadap kehidupan sosial seperti mengurangi intensitas tatap muka yang sering terjadi dalam organisasi ataupun sosial masyarakat. Kini manusia seakan tidak lepas dari peran teknologi komunikasi.²

¹ Muhamad Ngafifi, “*Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya*”, Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, Vol. 2 No. 1 (2014), hal. 34

² Trisnasi, “*Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat*”, Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika, Vol.6 No. 3 (November 2017), hal. 1-2

Salah satu contoh perkembangan teknologi saat ini adalah akses internet yang berupa media sosial. Media sosial saat ini telah menjadi tren dalam kehidupan manusia untuk berkomunikasi. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini antara lain *Whatsapp, Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Telegram*, dan lain-lain.³

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Ahmad M. Ramli menilai, hasil survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia menjadi bagian penting untuk mewujudkan transformasi digital. Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menjelaskan hasil utama dari survei pengguna internet Indonesia 2019-2020 berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018. Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna.⁴

³ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi", Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12, No. 2, (Oktober 2017), Hal. 214

⁴ Dirjen PPI: survei penetrasi pengguna internet di Indonesia bagian penting dari transformasi digital, tersedia di <https://kominfo.go.id> (diakses tanggal 2 Desember 2021)

Dengan ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan media sosial dalam penggunaan internet. Dimana media sosial tersebut menjadi salah satu tempat berbagi informasi. Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendapatkan informasi tetapi juga digunakan untuk mencari hiburan. Sekarang banyak sekali masyarakat yang menunjukkan kreatifitas mereka dalam menggunakan media sosial. Seperti membuat video-video kreatif yang berisi tentang resep masakan, tutorial *make-up*, bahkan untuk mempromosikan bisnis mereka.

Dari berbagai macam media sosial, yang paling banyak digunakan adalah *Facebook*. *Facebook* adalah *website* jejaring sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. *Facebook* memiliki jangkauan komunikasi yang sangat luas, tidak hanya berkomunikasi dengan teman dekat saja tetapi juga dengan teman yang beda daerah bahkan beda negara sekalipun. Dengan situs jejaring sosial *Facebook*, mempermudah manusia untuk saling memberi, saling mengenal, saling berinteraksi bahkan sampai menjalin hubungan serius menuju jenjang pernikahan.⁵

Saat ini *Facebook* tidak hanya digunakan untuk saling berbagi informasi saja, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media dalam menyampaikan dakwah. Dakwah tidak hanya menjadi seorang dai yang berceramah diatas mimbar maupun didepan banyak orang, tetapi

⁵ Mujahidah, "Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi", Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan, Vol. XV No. 1, (Juni 2013), hal. 107

berdakwah juga bisa dari hal-hal yang kecil dengan melalui media sosial seperti *Facebook*. *Facebook* memiliki potensi yang sangat besar sebagai media informasi untuk bedakwah.⁶ Banyak organisasi masyarakat yang menggunakan media sosial *Facebook* sebagai media untuk menyampaikan informasi khususnya berdakwah. Salah satunya adalah organisasi PAC Fatayat Nahdlatul Ulama Kesugihan.

Organisasi Fatayat merupakan badan otonom (banom) di bawah naungan Nahdlatul Ulama untuk kalangan perempuan muda yang didirikan pada tanggal 7 rajab 1369 hijriyah yang bertepatan dengan 24 april 1950. Kata fatayat berasal dari Bahasa arab yang berarti pemudi. PAC (Pimpinan Anak Cabang) Fatayat NU Kesugihan merupakan organisasi NU yang berkedudukan di Ibukota Kecamatan. Dalam menyampaikan kegiatan dakwahnya, PAC Fatayat NU Kesugihan memiliki strategi dengan menggunakan media sosial.

Dari latar belakang yang telah diuraikan, bahwa perkembangan teknologi semakin berkembang pesat ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna internet. *Facebook* menjadi salah satu contoh berkembangnya teknologi saat ini. *Facebook* memiliki banyak fungsi dalam kehidupan, tidak hanya untuk berbagi informasi, mencari hiburan tetapi juga memiliki fungsi sebagai media dalam penyampaian dakwah. Maka dari itu, peneliti

⁶ Nanda Setiawan. "Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)". Skripsi Pada Fakultas Ushuludin, Adab, Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro2018.

tertarik untuk melakukan suatu penelitian skripsi yang berjudul “*Facebook* Sebagai Strategi Dakwah PAC Fatayat NU Kesugihan Cilacap”.

B. Definisi Operasional

1. Facebook

Facebook atau yang disingkat FB adalah situs *website* jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984. *Facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan *website* sejenis, *Facebook* memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (*chat*), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan.⁷

2. Strategi Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang dan damai.⁸

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *strategos* yang memiliki arti “Jenderal” (pimpinan tertinggi dalam militer). Pada

⁷ Muhammad Hanafi, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau”, Jurnal JOM FISIP, Vol. 3 No. 2, (Oktober 2016), hal. 3

⁸ <https://kbbi.web.id/media.html> (diakses tanggal 16 November 2021)

Bahasa latin strategi dikenal dengan *strategia* yang diartikan sebagai seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan.

Sedangkan pengertian dakwah ditinjau dari segi bahasa (etimologi) dakwah adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Arab dalam bentuk *masdar*, yang berarti panggilan, seruan, ajakan, undangan, dorongan ataupun do'a. istilah ini juga sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *tasyir*, *amar ma'ruf nahi mungkar*, *mau'idzah hasanah*, *inzhar*, *washiyah*, *talim*, dan *khotbah*.⁹

Dakwah menurut istilah (terminologi) adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan ajaran Islam atau mengajak orang lain untuk memeluk Islam atau melaksanakan ajaran Islam demi kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁰

Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah merupakan metode, cara daya dan upaya yang dipergunakan dalam aktivitas atau kegiatan dakwah, untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu yang peranannya sangat menentukan sekali dalam proses pencapaian tujuan dakwah.

3. PAC Fatayat NU Kesugihan

Organisasi Fatayat NU merupakan organisasi perempuan muda yang termasuk bagian dari organisasi islam terbesar di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama. Lingkungan aktifitasnya adalah tentang keagamaan dalam islam. Dengan demikian Fatayat NU mempunyai prinsip

⁹ Tuti Munfaridah, *Petunjuk Praktis Menjadi Da'i Sukses Professional (Ilmu Dakwah)*, (Cilacap: Ihya Media, 2017), Hal. 3

¹⁰ *Ibid.*, hal. 8

keorganisasian yang sama dengan NU yaitu lebih berpegang teguh kepada doktrin toleransi, akomodatif dan berupaya memperjuangkan agama dan membangun kualitas generasi pemudi yang berpedoman pada Al-Qur'an. Pemudi fatayat NU mempunyai tujuan untuk meningkatkan peranan wanita Indonesia dalam segala bidang kehidupan, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.¹¹

PAC (Pimpinan Anak Cabang) Fatayat NU Kesugihan yang berkedudukan di ibukota kecamatan, dengan masa khidmah 4 tahun. PAC Fatayat NU Kesugihan saat ini memiliki 41 anggota kepengurusan dengan masa khidmah 2020-2024. Ketuanya bernama Lisa Choiriyah, SH. Memiliki slogan “berkhidmah menebar manfaat untuk umat”.

C. Rumusan Masalah

1. Apa fungsi *Facebook* sebagai media penyampaian dakwah bagi PAC Fatayat NU Kesugihan?
2. Bagaimana strategi dakwah melalui facebook yang dilakukan oleh PAC Fatayat NU Kesugihan?
3. Apa saja isi konten yang disebar oleh PAC Fatayat NU Kesugihan dalam menyampaikan dakwah melalui facebook?

¹¹ Elis Erviana, “sejarah perkembangan organisasi fatayat nahdlatul ulama di kecamatan tanggulangin kabupaten sidoarjo tahun 2008-2013”, jurnal program studi sejarah STKIP PGRI sidoarjo GENTA, vol. 2 No. 2, (September 2014), hal. 290

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa fungsi *Facebook* sebagai media penyampaian dakwah bagi PAC Fatayat NU Kesugihan.
2. Untuk mengetahui strategi dakwah yang dilakukan oleh PAC Fatayat NU Kesugihan.
3. Untuk mengetahui konten apa saja yang disebarkan oleh PAC Fatayat NU Kesugihan dalam menyampaikan dakwah melalui facebook.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Melalui penelitian ini, semoga berguna untuk menambah pengetahuan dan pengembangan ilmu bagi setiap pembaca dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial khususnya facebook.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dalam pemahaman tentang dakwah menggunakan media sosial.

F. Telaah Pustaka

Terkait dengan penelitian tentang "*Facebook* Sebagai Strategi Dakwah PAC Fatayat NU Kesugihan Cilacap". Terdapat adanya perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini:

Pertama skripsi yang ditulis Nanda Setiawan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro tahun 2018 yang berjudul "*Pemanfaatan Media Facebook* Dalam

Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian tentang mahasiswa KPI angkatan 2014 dalam memanfaatkan media *facebook* untuk menyampaikan pesan dakwah.

Kedua skripsi yang ditulis Septina Wulandari Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh Tahun 2018 yang Berjudul “*Facebook* Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Terhadap Pendakwah di Kota Banda Aceh)”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian tentang memanfaatkan media *Facebook* sebagai media dalam menyampaikan ajaran Islam kepada kalangan masyarakat umum.

Ketiga skripsi yang ditulis M. Fahmi Abdul Ghoni Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Walisongo Semarang Tahun 2018 yang Berjudul “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penellitian tentang mahasiswa KPI dalam menggunakan Instagram sebagai media dakwah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah waktu dan tempat yang berbeda, serta objek yang diteliti. Pada penelitian pertama yang ditulis Nanda Setiawan, penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2018 di Institut Agama Islam Negeri Metro, dengan objek penelitian mahasiswa KPI angkatan 2014. Penelitian kedua yang ditulis Septina

Wulandari, penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2018 di Kota Banda Aceh dengan objek penelitian pendakwah di Kota Banda Aceh. Sedangkan pada penelitian ketiga yang ditulis M. Fahmi Abdul Ghani, penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2018 di UIN walisongo semarang dengan objek penelitian mahasiswa KPI serta jenis media sosial yang diteliti yaitu Instagram. Adapun persamaannya yaitu terletak pada metode penelitian dan sama-sama meneliti tentang media sosial sebagai media dakwah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini digunakan untuk mempermudah pemahaman dan penelitian dalam skripsi ini. Berikut sistematika pembahasan dalam skripsi ini:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini diuraikan teori berkaitan dengan definisi *Facebook* dan sejarah perkembangan *Facebook*, fungsi *Facebook*, dampak sosial dari *Facebook*, definisi dakwah, media dakwah, dan gambaran umum tentang PAC Fatayat NU Kesugihan.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan berkaitan dengan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV Pembahasan

Dalam bab ini dijelaskan tentang hasil penelitian serta pembahasan tentang gambaran umum objek penelitian.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan memuat terkait kesimpulan, saran, serta bagian akhir berupa daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

