

# Media Sosial sebagai Media Dakwah Alternatif di Masa Pandemi Covid-19

**Haryadi Arief Nur Rasyid<sup>1</sup>, Dian Eka Rahmawati<sup>2</sup>\***

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: dianekarahmawati@umy.ac.id / dianekarahmawati93@gmail.com

DOI: 10.18196/ppm.46.836

## Abstrak

Kemakmuran masjid bisa dilihat dari berbagai kegiatan dan partisipasi aktif jamaah dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh masjid. Sebelum pandemi Covid-19, berbagai kegiatan masjid, khususnya yang bersifat syiar dan dakwah bisa dilakukan sepenuhnya dengan metode tatap muka. Namun, dengan kondisi saat ini, aktivitas keagamaan di masjid dilakukan secara terbatas. Hal ini tentu berdampak pada suasana kemakmuran masjid dan menjadi tantangan bagi takmir masjid. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian dan mitra mengadakan kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk mentransformasikan sebagian kegiatan dakwah di masjid melalui platform media sosial, yaitu Instagram. Mitra kegiatan ini adalah Takmir Masjid Al Ihsan Trini, dengan sasaran 5 orang anggota takmir bidang dokumentasi, publikasi, dan dakwah. Metode yang dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dakwah dalam bentuk foto/gambar/poster yang menarik dan video singkat untuk di-upload di media sosial Instagram. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah tersedianya akun Instagram resmi yang dikelola oleh takmir masjid dan konten-konten yang di-upload dalam akun Instagram tersebut. Implikasi yang dirasakan adalah jamaah masjid bisa mengakses berbagai informasi kegiatan dan syiar dakwah alternatif karena keterbatasan kegiatan masjid secara offline. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun dan konten dakwah dengan menggunakan platform Instagram sesuai dengan target dan bermanfaat bagi mitra dalam menyampaikan berbagai informasi dan kegiatan dakwah kepada jamaah, sebagai media alternatif di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci: SDM Masjid, Media Dakwah Alternatif, Media Sosial, Pandemi Covid-19

## Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk aspek penyelenggaraan kegiatan ibadah dan keagamaan. Pengaruh dari pandemi terhadap kegiatan ibadah dan keagamaan termasuk pembatalan kegiatan peribadatan, pembatalan dan pelarangan kunjungan peribadatan, serta perayaan hari besar keagamaan (Fauzi & Maghfiroh, 2020). Kemakmuran masjid bisa dilihat dari berbagai kegiatan dan partisipasi aktif jamaah dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh masjid. Pada kondisi sebelum pandemi Covid-19, berbagai kegiatan masjid, khususnya yang bersifat syiar dan dakwah dilakukan dengan metode tatap muka. Namun, dengan kondisi saat ini, kajian-kajian keagamaan dengan metode tatap muka langsung menjadi sangat terbatas, karena adanya ketentuan dari pemerintah untuk melakukan *social* dan *physical distancing*.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan yang di dalamnya melibatkan unsur-unsur tertentu dalam membentuk sebuah sistem yang saling berhubungan secara sistematis dan fungsional untuk mencapai tujuan dakwah. Unsur-unsur dakwah yang pokok tersebut yaitu: *da'i* (subjek dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maudu'* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), dan *uslub* (metode dakwah) (Zahra *et al.*, 2016). Kegiatan dakwah dengan unsur-unsurnya tersebut juga bisa ditemukan dalam media sosial. Sejak masa pandemi terjadi transformasi dalam kegiatan dakwah. Perubahan tersebut yang biasanya dilakukan secara klasik atau tatap muka antara *da'i* dan *mad'u* sekarang bertransformasi berubah melalui *platform* media sosial daring yang tersedia. Transformasi dakwah di masa pandemi covid-19 menjadi salah satu strategi dakwah yang dilakukan orang para *da'i*.

Transformasi ini dilakukan secara struktural yang bergerak dari *top down* maupun secara kultural yang bergerak **dari bottom up**. Oleh karena itu, dengan strategi dakwah ini dapat memudahkan masyarakat untuk **mendapatkan** informasi yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam (Hajar, n.d.). Perkembangan teknologi tidak lagi menjadikan dakwah hanya dilakukan di atas mimbar dan majelis taklim. Penggunaan media sosial bisa jadi pertimbangan sebagai sarana dan strategi dakwah. Salah satu bentuk media sosial adalah Instagram (Zahra *et al.*, 2016). Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para pendakwah (Nurrahmi & Farabuana, 2020). Pemanfaatan media **online** juga dilakukan oleh takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta. Adapun media **platform** yang paling banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan dan membangun jejaring komunikasi dengan aktivis dakwah adalah *Facebook* dan *Instagram* dengan mendasarkan pada khalayak sasaran yang dituju dan tingkat **keefektifan** (M.Aji, *et al.*, 2019). **Keefektifan** penggunaan Instagram sebagai media dakwah melalui akun Pemuda Hijrah tergolong efektif untuk meningkatkan pemahaman agama, memberi motivasi, dan mendorong perubahan perilaku informan menjadi lebih **religius**. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp (Statista, 2018). Media sosial sebagai media dakwah juga merambah kelompok-kelompok pemuda atau remaja masjid, **seperti** yang dilakukan oleh Remaja Masjid Mubasysyirin (REISMI). Penggunaan media sosial di kalangan generasi muda saat ini menjadi sebuah alternatif media dakwah yang efektif dengan pemilihan konten yang tepat (Hariyati & Wahdiyati, 2019).

Internet sebagai media dakwah, dalam pandangan akademisi ilmuwan dakwah, memiliki dua sisi yang sama penting dan menguntungkan. *Pertama*, bagi seorang **dai**, internet bisa dijadikan rujukan dan sumber digital di dalam mencari dan memperdalam materi dakwah. Sebagai sumber referensi dakwah, internet dipandang sebagai media mutakhir yang memiliki tingkat akses yang mudah, murah, dan bebas hambatan. *Kedua*, internet dipandang sebagai media strategis yang dinilai efektif menjadi sarana untuk mendakwahkan Islam kepada umat yang berada di belahan dunia mana pun. Pesan-pesan **keislaman** yang dipublikasikan tak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, **mad'u**-nya juga tersebar di berbagai belahan dunia, yang jumlahnya bisa jauh melebihi dakwah Islam di masjid dan majelis taklim. Pesan *amar ma'ruf nahyi munkar* yang di-**upload** di internet, selain bentuknya bisa beragam juga dapat diakses siapa pun, di mana pun, dan kapan pun (Muhaemin, 2017). Dakwah melalui jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan berbagai alasan, diantaranya *pertama* mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang **relatif** terjangkau. *Kedua*, pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah. *Ketiga*, para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah **via** internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum *syar'i* (Priandi & Roisah, 2019).

Kegiatan dakwah dan syiar di Masjid Al Ihsan Dusun Trini, Trihanggo, Gamping, Sleman sejak masa pandemi Covid-19 juga mengalami kevakuman. Hal ini menjadi keprihatinan sekaligus permasalahan yang dihadapi oleh takmir masjid (wawancara dengan ketua takmir masjid Al Ihsan dan jamaah Masjid Al-Ihsan, 20 Januari 2021). Berdasarkan hasil analisis situasi mitra tersebut, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasikan sebagian kegiatan dakwah dan syiar di masjid melalui *platform* media sosial, yaitu Instagram.

## Metode Pelaksanaan

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Takmir Masjid Al-Ihsan di Dusun Trini, Kalurahan Trihanggo. Mitra ini dipilih selain karena merupakan jaringan Muhammadiyah, juga karena masih terbatasnya sarana prasarana peribadahan sesuai protokol Covid-19, dan masih banyaknya pro kontra di kalangan jamaah mengenai tata kelola peribadahan di masjid pada masa pandemi Covid-19. Metode pengabdian berupa pelatihan dan pendampingan berupa:

1. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dakwah dalam bentuk video/foto/poster untuk diunggah ke dalam akun Instagram resmi masjid. **Output** dari kegiatan ini adalah tersedianya beberapa konten dakwah dan syiar dalam bentuk video/foto/poster yang diunggah ke akun Instagram masjid.
2. Pelatihan pengelolaan akun Instagram resmi masjid. **Output** dari kegiatan ini adalah adanya akun Instagram resmi masjid yang selanjutnya akan dikelola oleh takmir.

Aktivitas dibagi ke dalam tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

1. Tahap Perencanaan

Kegiatan yang dilakukan: Melakukan observasi ke lokasi, wawancara dengan mitra dan beberapa jamaah masjid. Melakukan diskusi dan **focus group discussion** dengan mitra untuk mengidentifikasi masalah dan menentukan solusi.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan yang dilakukan: Tim mengkonsultasikan kebutuhan materi pelatihan dengan laboratorium Ilmu Komunikasi UMY sebagai tim ahli. Melaksanakan pelatihan dan pendampingan.

3. Tahap Evaluasi

Kegiatan yang dilakukan: Tim memastikan luaran yang dihasilkan sesuai dengan target.

## Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dalam tahapan kegiatan sebagai berikut:

### a. Tahap Perencanaan:

Tahap ini diawali dengan melakukan wawancara dengan perwakilan takmir Masjid Al-Ihsan untuk mendapatkan gambaran persoalan-persoalan yang dihadapi oleh takmir pada masa **pandemi** Covid-19. Berdasarkan data awal yang diperoleh dari wawancara, selanjutnya tim abdimas dan mitra mengadakan *FGD* untuk mengidentifikasi masalah secara lebih mendalam, menentukan masalah prioritas, dan menyepakati solusi yang akan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan pengabdian masyarakat.

Setelah dilakukan identifikasi, ditemukan bahwa permasalahan yang **dihadapi** oleh mitra adalah: 1). Takmir masjid belum memiliki kemampuan SDM untuk mengelola akun media sosial sebagai media dakwah **online**; 2). Takmir masjid belum memiliki kemampuan SDM untuk membuat konten secara konsisten untuk diunggah di akun media sosial masjid. Solusi yang disepakati antara mitra dan tim pengabdian masyarakat adalah: 1). Mengadakan pelatihan pembuatan konten dakwah dalam bentuk video/foto/poster untuk diunggah ke dalam akun Instagram resmi masjid. **Output** dari kegiatan ini adalah tersedianya beberapa konten dakwah dan syiar dalam bentuk desain video/foto/poster yang diunggah ke akun Instagram atau **YouTube** masjid. 2). Mengadakan pelatihan pembuatan akun dan

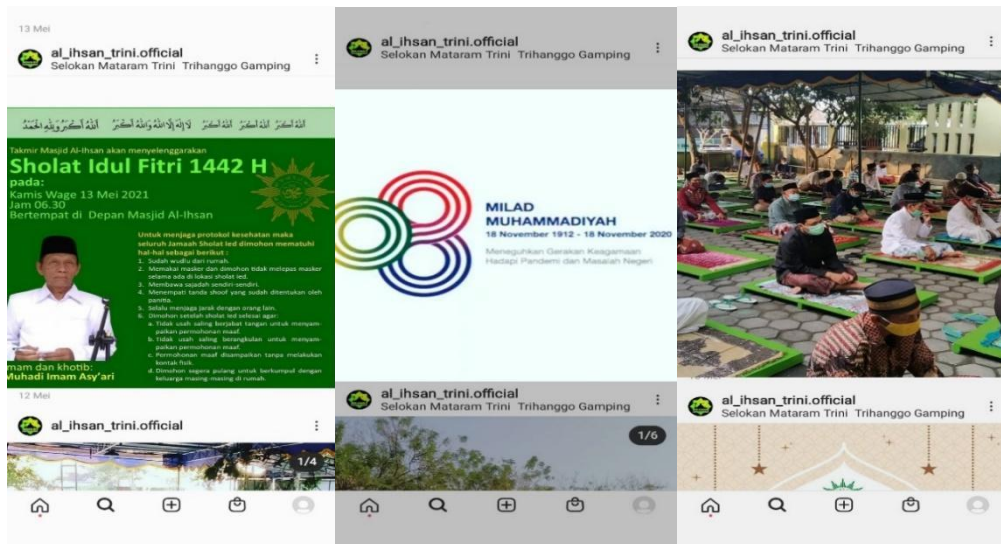
pengelolaan akun Instagram resmi masjid. **Output** dari kegiatan ini adalah adanya akun Instagram yang selanjutnya akan dikelola oleh takmir.

**b. Tahap Pelaksanaan:**

Pada tahap ini dilaksanakan kegiatan berupa pelatihan pembuatan konten dakwah dan pelatihan pengelolaan akun Instagram dan **YouTube**. Dakwah yang dimaksudkan di sini adalah dakwah dalam arti yang luas, termasuk syiar kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan Masjid Al-Ihsan yang dimaksudkan sekaligus sebagai pendokumentasian kegiatan secara digital. Pelaksanaan pelatihan melibatkan Laboratorium Ilmu Komunikasi UMY. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan sebanyak 3x pertemuan, dihadiri oleh Takmir dan Remaja Masjid Al Ihsan. Masjid Al Ihsan sebenarnya sudah memiliki akun Instagram, namun tidak *update* dan tidak dikelola dengan baik. Melalui pelatihan dan pendampingan ini, dilakukan revitalisasi terhadap akun Instagram tersebut. Oleh karena itu, **takmir** mendiskusikan dengan pengurus **remaja masjid** agar mereka terlibat aktif sebagai pengelola akun Instagram masjid. Hal ini bisa dipahami karena perbedaan generasi yang menyebabkan terjadinya *gap* penguasaan teknologi informasi dan komunikasi. Remaja masjid antusias dengan kesempatan yang diberikan tersebut.



Gambar 1. Akun Instagram Official Masjid Al-Ihsan



Gambar 2. Contoh Konten di Akun Instagram Official Masjid Al-Ihsan

### c. Tahap Evaluasi:

Tahap evaluasi difokuskan pada upaya untuk memastikan tercapainya luaran kegiatan pengabdian sesuai dengan target yang disepakati tim abdimas dan mitra, yaitu pembuatan konten dan revitalisasi akun Instagram masjid sebagai media dakwah alternatif di masa pandemi Covid-19. Keberlanjutan: dengan adanya pelatihan dan pendampingan akan meningkatkan kemampuan dan kemandirian pengurus takmir untuk membuat konten dan mengelola akun Instagram sebagai media dakwah alternatif dan untuk menginformasikan berbagai kegiatan masjid. Peserta pelatihan dan pendampingan dipilih dengan memperhatikan unsur regenerasi, yang diusulkan oleh **takmir**. Dengan demikian, kegiatan ini akan berkelanjutan sekalipun kegiatan pengabdian sudah selesai.

## Simpulan

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah tersedianya akun Instagram resmi yang dikelola oleh takmir masjid **berikut** konten-konten yang di-**upload** dalam akun Instagram tersebut. Implikasi yang dirasakan adalah jamaah masjid bisa mengakses berbagai informasi kegiatan dan syiar dakwah alternatif karena keterbatasan kegiatan masjid secara *offline*. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan akun dan konten dakwah dengan menggunakan *platform* Instagram sesuai dengan target dan tujuan, serta bermanfaat bagi mitra dalam menyampaikan berbagai informasi dan kegiatan dakwah kepada jamaah, sebagai media alternatif di masa pandemi **Covid-19**.

## Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, melalui Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) yang telah memberikan dukungan dalam bentuk hibah pengabdian, sehingga memungkinkan terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

2. Takmir Masjid Al-Ihsan Trini, Trihanggo, Gamping, Sleman sebagai mitra atas kerjasamanya. Insyaa Allah kerjasama ini memberikan kemanfaatan bagi takmir dan jamaah masjid.

### Daftar Pustaka

- Aji, M. A. B., & Rochimah, T. H. N. (2019). Pemanfaatan Media Online Oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Membangun Komunikasi Dengan Aktivistis Dakwah Tahun 2017. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 91-105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i2.3348>
- Fauzi, A., & Maghfiroh, E. (2020). Problematika Dakwah Ditengah Pandemi Covid 19 Mewabah. *Al-Hikmah*, 18(1), 27-36.
- Hajar, I. (n.d.). *Transformasi Dakwah di Masa Pandemi Covid-19 Ibnu Hajar S STAI DDI Kota Makassar* Email : [dewaibnuhajar@gmail.com](mailto:dewaibnuhajar@gmail.com). 19-21. <https://osf.io/nakhy>
- Hariyati, F., & Wahdiyati, D. (2019). Penguatan Dakwah Virtual Sebagai Upaya Memakmurkan Masjid Berbasis Kegiatan Remaja Masjid. *Jurnal SOLMA*. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/solma/article/view/3392>
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>
- Priandi, R., & Roisah, K. (2019). Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Perempuan Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(1), 106. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i1.106-116>
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 60-88. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>