

Konstruksi Dakwah Ustaz Khaliel Anwar melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi

Selly Oktaviani

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Jalan Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur, 60237, Indonesia
oct.shelly@gmail.com

Abstrak

Penyampaian dakwah di media sosial seperti Facebook dan Youtube membutuhkan beragam cara agar dakwah tersebut menjadi layak untuk dikonsumsi publik. Mulai dari isi dan konsep audio visual diatur sedemikian rupa dengan tujuan untuk membangun sebuah pesan mampu dipahami dengan baik. Dengan menggunakan metode kualitatif dan melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, serta internalisasi, Ustaz Khaliel Anwar melakukan dakwah di Media Sosial yaitu dengan: 1. Sasaran dakwah yang lebih tertuju pada kalangan pelajar, intelektual, kampus, dan perumahan; 2. Isi Pesan dakwah yang disampaikan terkait dengan Tasawuf: Islam cinta kasih; 3. Metode Dakwah yang digunakan adalah Ceramah pendek melalui Facebook (NU Jepang TV) dan Youtube (Taman Cinta); Strategi dakwah yang digunakan beliau adalah Sentimentil dan Rasional, dimana dakwah yang disampaikan mampu menyentuh hati maad'u karena selalu berbicara kedamaian dan dikolaborasi dengan dalil-dalil dan fakta yang mendorong mad'u untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.

Kata-kata Kunci: *Konstruksi Dakwah; Media Sosial; Sasaran Dakwah; Pesan Dakwah; Metode Dakwah*
Diterima : 11-04-2022 Disetujui : 04-03-2023 Dipublikasikan: 09-03-2023

Ustaz Khaliel Anwar's Da'wah Construction through Information and Communication Technology Media

Abstract

The delivery of da'wah on social media such as Facebook and Youtube requires various ways so that the da'wah becomes suitable for public consumption. Starting from the content and concept of audio-visual arranged in such a way with the aim of building a message that can be understood well. By using qualitative methods and through a process of externalization, objectification, and internalization, Ustaz Khaliel Anwar conducts da'wah on Social Media, namely by: 1. The target of da'wah is more focused on students, intellectuals, campuses, and housing; 2. Contents of the da'wah message conveyed related to Sufism: Islam loves love; 3. The Da'wah method used is short lectures via Facebook (NU Japan TV) and Youtube (Taman Cinta); The da'wah strategy used by him is Sentimental and Rational, where the da'wah delivered is able to touch the heart of the maad'u because it always speaks of peace and is collaborated with arguments and facts that encourage mad'u to think, reflect, and take lessons.

Keywords: *Da'wah Construction; Social media; Goals of Da'wah; Message of Da'wah; Da'wah Method*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu pesatnya telah memberikan berbagai perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat. Salah satu contoh nyata yang dapat kita rasakan adalah kemudahan dalam berkomunikasi. Kegiatan komunikasi antar manusia yang sebelumnya membutuhkan peralatan yang begitu rumit, kini perlahan mulai tergantikan dengan peralatan canggih dimana penggunaannya begitu mudah dan praktis. Meluasnya internet sebagai pendukung teknologi canggih juga memudahkan penyebaran informasi dan komunikasi.

Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*” (Kaplan & Haenlein, 2010). Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instagram, Twitter, Line, Facebook, Youtube, dan lain-lain. Media sosial ini salah satu bentuk nyata aktivitas sosial masyarakat yang menyebarkan informasi dan komunikasi dengan memanfaatkan teknologi.

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi banyak dimanfaatkan sebagai media pembelajaran umum, di mana masyarakat saling share informasi penting dan berdiskusi lewat media sosial. Salah satu contohnya adalah kegiatan dakwah, dimana ajaran agama Islam disebarkan dengan semenarik mungkin di media sosial seperti Facebook dan Youtube yang mampu menampilkan informasi secara audio visual. Ini merupakan salah satu

bentuk inovasi dalam penyampaian atau penyebaran agama Islam di era modern.

Pengguna media sosial sangat beragam dari berbagai usia, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Informasi melalui media sosial mampu ditangkap atau diterima oleh siapapun khalayak umum dari pengguna media sosial tersebut. Dengan ini penyampaian dakwah bisa diterima seluruh kalangan masyarakat kapanpun dan dimanapun.

Penyampaian dakwah di media sosial seperti Facebook dan Youtube membutuhkan beragam cara agar dakwah tersebut menjadi layak untuk dikonsumsi publik. Mulai dari isi dan konsep audio visual diatur sedemikian rupa dengan tujuan untuk membangun sebuah pesan mampu dipahami dengan baik.

KAJIAN PUSTAKA

Konstruksi Dakwah

Konstruksi dalam kamus ilmiah populer memiliki makna konsepsi, bentuk susunan, rancangan, menyusun, membangun, melukis dan memasang. Adapun konstruksi sosial adalah suatu istilah yang digunakan melalui tindakan dan interaksinya yang menciptakan secara terus menerus suatu yang kenyataan yang dimiliki bersama, yang dialami secara faktual objektif (Poloma & Margaret, 2010). Konstruksi sosial juga merupakan suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan dan aspek diluar dirinya, yaitu makna subjektif dari realitas objektif di dalam kesadaran orang yang menjalani aktivitas kehidupan sehari-hari.

Berger dan Luckmann memahami konstruksi sosial dimulai dengan

mendefinisikan apa yang dimaksud dengan kenyataan dan pengetahuan. Kenyataan sosial dimaknai sebagai sesuatu yang tersirat didalam pergaulan sosial yang diungkapkan secara sosial melalui komunikasi lewat bahasa, bekerjasama melalui bentuk-bentuk organisasi sosial dan sebagainya. Kenyataan sosial ditemukan didalam pengalaman intersubjektif. Sedangkan pengetahuan mengenai kenyataan sosial dimaknai sebagai semua hal yang berkaitan dengan penghayatan kehidupan masyarakat dengan segala aspeknya meliputi kognitif, psikomotoris, emosional dan intuitif. Kemudian dilanjutkan dengan meneliti sesuatu yang dianggap intersubjektif tadi, karena Berger menganggap bahwa terdapat subyektivitas dan objektivitas didalam kehidupan manusia dan masyarakatnya (Syam, 2005).

Berger dan Luckmann mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai suatu kualitas yang terdapat didalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Menurut Berger dan Luckmann, terdapat dua obyek pokok realitas yang berkenaan dengan pengetahuan, yakni realitas subyektif dan realitas obyektif. Realitas subyektif berupa pengetahuan individu. Disamping itu, realitas subyektif merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subyektif

yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berkemampuan melakukan obyektivikasi dan memunculkan sebuah konstruksi realitas obyektif yang baru, sedangkan realitas obyektif dimaknai sebagai fakta sosial (Bungin, 2008).

Di samping itu realitas obyektif merupakan suatu kompleksitas definisi realitas serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang semuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta. Berger dan Luckmann mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun institusi sosial dan masyarakat terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Obyektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan. Pendek kata, Berger dan Luckmann mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wah*,

du'a, yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah tabligh, amr ma'ruf dan nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khutbah (Munir & Ilahi, 2006).

Secara terminologi dakwah dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan untuk menuju keselamatan dunia akhirat. Sedangkan menurut istilah para ulama' memberikan takrif (definisi) yang bermacam-macam, antara lain; (1) HSM. Nasarudin Latif mendefinisikan dakwah adalah setiap usaha aktifitas dengan tulisan ataupun tulisan yang bersifat menyeluruh, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT. Sesuai garis-garis akidah dan syariat serta akhlak islaminya (Nasrullah, 2017) (2) Syekh Ali Makhfudh dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin mengatakan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat, (3) Masdar Helmy mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajara-ajaran Allah (islam) termasuk amr ma'ruf nahi munkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Sebagian ulama' seperti yang di ungkapkan oleh Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-Madkhal Ila Ilm adDaud* mengatakan, bahwa dakwah adalah menyampaikan (*attabligh*) dan menerangkan (*al-bayan*) apa yang telah dibawa oleh Nabi Muhammad SAW

menurut beliau, hakikat dakwah harus mencakup tiga fase pelaksanaan dakwah yaitu penyampaian, pembentukan, dan pembinaan.

Hakekat dakwah adalah mengajak manusia kembali kepada hakikat fitri yang tidak lain adalah jalan Allah serta mengajak manusia untuk kembali kepada fungsi dan tujuan hakiki keberadaanya dalam bentuk mengimani ajaran kebenaran dan mentransformasikan iman menjadi amal shaleh.

Teori konstruksi sosial dalam gagasan Berger dan Luckmann mengandaikan bahwa agama sebagai bagian dari kebudayaan, merupakan konstruksi manusia. Artinya terdapat proses dialektika ketika melihat hubungan masyarakat dengan agama, bahwa agama merupakan entitas yang objektif karena berada diluar diri manusia. dengan demikian agama mengalami proses objektivasi, seperti ketika agama berada didalam teks atau menjadi tata nilai, norma, aturan dan sebagainya. Teks atau norma tersebut kemudian mengalami proses internalisasi kedalam diri individu, sebab agama telah diinterpretasikan oleh masyarakat untuk menjadi pedomannya. Agama juga mengalami proses eksternalisasi karena ia menjadi acuan norma dan tata nilai yang berfungsi menuntun dan mengontrol tindakan masyarakat.

Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media

sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017).

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Beberapa pengertian di atas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari

berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Dalam artikelnya berjudul "*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*," di Majalah Business Horizons (2010) Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu proyek kolaborasi riset, blog dan microblog, konten atau isi, situs jejaring sosial, *virtual game world* dan terakhir adalah *virtual social world*.

Proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti Wikipedia. Blog dan microblog, di mana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter. Konten atau isi, di mana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan Youtube. Situs jejaring sosial, di mana pengguna memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat

informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.

Sementara itu, *Virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game. *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

Muatan tentang media sosial diatas maka ciri-ciri media sosial adalah; (1) Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu, (2) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat, (3) Isi disampaikan secara online dan langsung, (4) Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna, (5) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri, (6) Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (*group*).

Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain. Media sosial memiliki beberapa fungsi (1) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web, (2) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ("*one to many*") menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience ("*many to many*"), (3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, (4) Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini simak yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial ; (1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain, (2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi

beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian, (3) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat, (4) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

Media Dakwah

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu: (1) Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs, (2) Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik, (3) Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial (Thea, 2016).

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* (Saputra, 2012). Pada zaman

modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.

Media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu. Sedangkan dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya (Asmuni, 1983).

Media dakwah menurut Samsul Munir dalam bukunya "Ilmu Dakwah" dibagi menjadi dua, yaitu: (1) Non Media Massa dan (2) Media Massa (manusia, benda, periodik cetak, dan elektronik).

Media dakwah menurut Hamza Ya'kub membagi media menjadi lima macam (Munir & Ilahi, 2006) yaitu (1) Lisan, yakni dakwah secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, pidato, bimbingan, dan lain-lain, (2) Tulisan, yaitu bentuk tulisan yang dapat berupa novel, majalah, koran, spanduk, dan lainnya, (3) Lukisan, yakni segala bentuk gambar dapat berupa lukisan, fotografi, karikatur dan sebagainya, (5) Audio visual, yakni dakwah berupa suara dan gambar. Seperti televisi, internet, dan lain-lainnya, (6) Akhlak, yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh *mad'u*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian berhubungan dengan teori penelitian yang akan digunakan dan menggambarkan proses penelitian, model apa yang akan digunakan

oleh peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti. Metode adalah proses, prinsip, dan prosedur yang akan digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Penggunaan metode kualitatif diharapkan mampu menyelidiki lebih mendalam terhadap fokus yang diamati dengan seksama (Mulyana, 2008).

Berdasarkan latar belakang, dan identifikasi masalah, maka untuk mengungkapkan proses konstruksi yang dilakukan Ustadz Khaliel Anwar melalui media sosial ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis dan teori konstruksi sosial.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya.

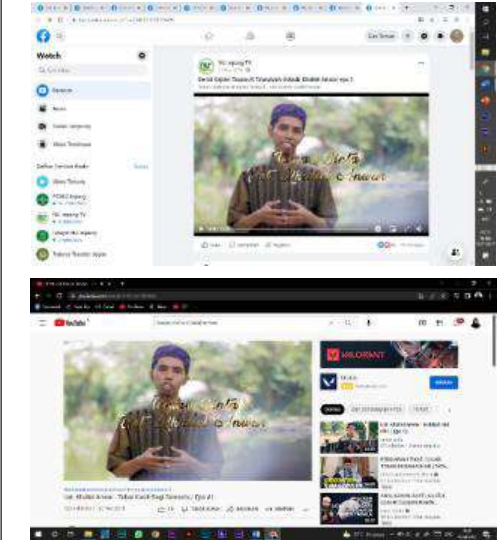

Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Subsistensi teori dan pendekatan konstruksi sosial adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Pada kenyataannya, realitas sosial itu berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik didalam maupun diluar realitas tersebut. Individu mengkonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas secara subjektif (Burhan Bungin, 2001).




Pada dasarnya fenomenologi cenderung menggunakan paradigma

penelitian kualitatif sebagai landasan metodologinya. Alfred Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Schutz mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas (dalam Kuswarno, 2009: 38). Jadi peneliti harus membuat interpretasi terhadap realitas yang diamati. Orang-orang saling terikat satu sama lain ketika membuat interpretasi ini. Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti data dokumen, dan lain-lain. (Moleong, 2005).

Dalam melakukan pencatatan data hasil wawancara, peneliti melakukan kualifikasi apakah informan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan atau keterangan yang tidak diminta. Juga diperhatikan situasi ketika informan memberikan jawaban, apakah ketika sedang berdua saja dengan peneliti atau ketika ada orang lain yang disekitarnya. Proses penyimpanan data (*data storing*) merupakan tahap terakhir dari proses *Data Collection Circle*, sebelum memulainya lagi dengan penentuan tempat atau individu (*locating site/individuals*), untuk pengumpulan data ulang.

Tabel 1. Data video Ustadz Khaliel Anwar.

NO.	JUDUL VIDEO	TGL PUBLIKASI	KET
1.	Hakikat Idul Fitri (13 menit 38 detik)	13 Mei 2018	933x penayangan 49 penyuka 27x dibagikan 16 komentar
			
2.	Tebar Kasih Bagi Semesta (14 menit 59 detik)	1 Juli 2018	457x penayangan 24 penyuka 4x dibagikan
			

			
3.	Islam Agama Kasih (3 menit 58 detik)	23 September 2018	92x penayangan 18 penyuka 2x dibagikan
			
			

Sumber : Olahan Peneliti

Kajian tasawuf dalam akun facebook NU Jepang TV merupakan salah satu program yang diminati dan mendapatkan respon positif dari *viewer* atau pemirsanya. Dari total 403 video yang dibagikan sejak Januari 2018 hingga Januari 2021, peneliti menemukan 9 video dakwah pada akun facebook NU Jepang TV yang didalamnya

terdapat unsur ajaran tasawuf. Namun, hanya ada 3 video saja yang berjudul “Serial Kajian Tasawuf”, dengan sub judul: Hakikat Idul Fitri, Tebar Kasih Bagi Semesta, dan Islam Agama Kasih. Konten dakwah yang berjudul “Serial Kajian Tasawuf: Tausyiyah Ustadz Khaliel Anwar eps 1” dipublikasikan pada tanggal 13 Mei 2018, berdurasi 13 menit 38 detik, memiliki 933 kali penayangan, 49 penyuka, 27 kali dibagikan, dan 16 komentar yang semuanya baik dan mayoritas meminta izin untuk membagikan video tersebut. Kemudian “Serial Kajian Tasawuf: Tausyiyah Ustadz Khaliel Anwar Eps 2” dipublikasikan pada tanggal 1 Juli 2018, berdurasi 14 menit 59 detik, memiliki 457 kali penayangan, dan 24 penyuka, dan 4x dibagikan. Dan “Serial Kajian Tasawuf: Tausyiyah Ustadz Khaliel Anwar Eps 3” dipublikasikan pada 23 September 2018, berdurasi 3 menit 58 detik, memiliki 92x penayangan, 18 penyuka, dan 2x dibagikan.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dokumen, wawancara, observasi, dan alat-alat fisik. Data yang dihasilkan dari berbagai sumber tersebut akan sangat banyak. Setelah data terkumpul dan dirasa cukup untuk pembuktian penelitian, peneliti melakukan pengolahan data. Kegiatan pengolahan data umumnya terdiri dari analisis data dan penafsiran data. Dalam penelitian ini hanya akan dilakukan penafsiran data. Setelah dilakukan analisis data dan penafsiran data, selanjutnya adalah langkah untuk memeriksa keabsahan data. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian

kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagian unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan melalui proses dalam beberapa tahap yang masing-masing tahap memiliki spesifikasi tersendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Ustaz Khaliel Anwar

Ustaz Khaliel Anwar, pernah nyantri di Pondok Pesantren Annuqayah, Sumenep, Madura. Mengambil S1 di Fakultas Hukum Universitas Dr. Soetomo, Surabaya. Aktivitas yang sekarang diminati adalah menulis dan *public speaking*.

Beliau kini tekun memasuki dan menghayati dunia tasawuf yang membuat agama terasa benar-benar mencerahkan jiwa. Beliau menjajaki cahaya tasawuf di bawah panduan gurunya KH. Muhammad Dhiyauddin Kushwandhi melalui Majelis Tasbih Nusantara yang bertempat di Sidoarjo, Jawa Timur.

Saat ini waktunya lebih banyak dicurahkan untuk membaca, menulis, dan menyampaikan pencerahan di beberapa majelis ilmu, di masjid sekitar Surabaya, di beberapa kampus di Surabaya seperti UNAIR, ITS, Unitomo, STIE ABI Surabaya, serta di media sosial Facebook (NU Jepang TV) dan Youtube (Taman Cinta).

Dakwah Ustaz Khaliel Anwar di Media Sosial

Sasaran Dakwah/Mad’u: Dakwah Ustaz Khaliel Anwar lebih tertuju pada kalangan pelajar, intelektual, kampus, dan perumahan. Pesan dakwah: Tasawuf, Islam cinta kasih. Islam berarti damai. Siapa yang

jiwanya telah berislam, berarti dia selalu berusaha jadi jalan menebarkan damai pada sesama. Maka beliau ingin menampakkan wajah Islam yang benar. Yakni wajah damai. Metode Dakwah: Ceramah melalui Facebook dan Youtube. Strategi Dakwah: Sentimentil dan Rasional. Sentimentil artinya, menyentuh hati dan perasaan mad'u dengan renungan Islam yang damai, penuh cinta dan kasih. Rasional artinya, memberikan gambaran-gambaran atau contoh secara ilmiah yang mengajak mad'u untuk berpikir bersama dan mengkoreksi diri. Strategi kedepan, beliau ingin melibatkan kecanggihan teknologi dalam menyampaikan dakwahnya.

Proses konstruksi seperti eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dialami oleh Ustaz Khaliel Anwar dalam proses penyampaian dakwahnya. Proses tersebut dipengaruhi oleh beragam sumber dan pesanya yang diterima dari lingkungannya. Kemudian seiring berjalannya waktu, proses konstruksi tersebut menjadikan Ustaz Khaliel Anwar tergerak untuk mengikuti perkembangan jaman, dan memanfaatkan media sosial Facebook dan Youtube untuk menyampaikan dakwahnya.

Dasar yang menjadi penggerak beliau berdakwah adalah bahwa kini sekarang berkurang adanya Islam yang damai. Dan hanya melanjutkan agar ajaran yang disampaikan guru beliau makin meluas. Karena itu, kedepan upaya meluaskan dakwah tidak hanya melalui buku, tetapi bisa melalui youtube, facebook, media sosial, juga blog. Beliau akan memasukkan kajian tasawuf dengan bahasa anak muda. *Tasawuf goes to campus.*

Secara objektif, realitas atau fakta yang dilihat Ustaz Khaliel dalam lingkungannya

adalah saat ini banyak sesama muslim saling membenci, kurangnya renungan mengenai Islam yang sesungguhnya, yang damai dan penuh cinta kasih. Hal ini yang menjadi penggerak beliau untuk terfokus pada kajian tasawuf, khususnya pada anak muda kalangan intelektual di kampus-kampus surabaya.

Secara simbolik, dengan berkembangnya teknologi informasi, media sosial menjadikan konsep penyampaian dakwah terlihat lebih menarik, prosesnya cepat diterima orang lain, dan bisa dilihat oleh siapapun di seluruh dunia. Adanya media sosial seperti Facebook dan Youtube membantu penyampaian kajian tasawuf Ustaz Khaliel Anwar bisa didengar dan dilihat oleh lebih banyak orang.

Secara subjektif, penyampaian kajian tasawuf khususnya Islam yang damai menjadi lebih menarik dan meluas dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menunjang dakwah Ustaz Khaliel Anwar. Implementasi konstruksi dakwah dalam hal ini dapat dilakukan demi tercapainya tujuan dakwah Ustaz Khaliel Anwar, dengan memanfaatkan media sosial Facebook dan Youtube beliau tergerak untuk lebih kreatif dan inovatif untuk menyebarkan kajian tasawuf khususnya dikalangan anak muda.

KESIMPULAN

Realitas selama ini dakwah dengan ceramah dilakukan didalam sebuah majelis dengan banyak hadirin yang datang mendengarkan ceramah secara langsung. Penyampaian pesan dakwah membutuhkan waktu yang lama agar tercipta satu makna antara *da'i* dan *mad'u*.

Seiring perkembangan jaman sudah tidak banyak mad'u yang tertarik untuk mendengarkan ceramah langsung dengan duduk di majelis. Adanya teknologi canggih membuat masyarakat menjadi malas dan lebih tertarik bermain gadget. Pesan-pesan dakwah pun dengan mudah bisa didapatkan di media sosial masing-masing.

Kemudian, ceramah yang dilakukan di media sosial merupakan sebuah inovasi baru agar pesan dakwah tetap tersampaikan dan semakin meluas diterima oleh masyarakat.

Melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi, Ust. Khaliel Anwar melakukan dakwah di Media Sosial yaitu dengan: Pertama, sasaran dakwah yang lebih tertuju pada kalangan pelajar, intelektual, kampus, dan perumahan; Kedua, isi pesan dakwah yang disampaikan terkait dengan Tasawuf: Islam cinta kasih; Ketiga, metode dakwah yang digunakan adalah Ceramah pendek melalui Facebook (NU Jepang TV) dan Youtube (Taman Cinta); Strategi dakwah yang digunakan beliau adalah Sentimentil dan Rasional, dimana dakwah yang disampaikan mampu menyentuh hati *mad'u* karena selalu berbicara kedamaian dan dikolaborasi dengan dalil-dalil dan fakta yang mendorong mad'u untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmuni, S. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Ikhlas.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana Prenada Media Group.
- Burhan Bungin. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (P. R. Rosdakarya, Ed.). Kencana.
- Munir, M., & Ilahi, W. (2006). *Wahyu Ilahi*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2017). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Remaja Rosda Karya.
- Poloma, & Margaret, M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Rajawali Press.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Raja Grafindo Persada.
- Syam, N. (n.d.). *Musik dan Dakwah Islam*.
- Thea, R. (2016). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.