



**SOSIAL MEDIA SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN DAKWAH
JAMAAH MAJELIS SHOLAWAT ALBANJARI KOORDINATOR
KECAMATAN WARU**

Muhajir Sulthonul Aziz

Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Bangil Pasuruan

Email: jurnalmuhajir@gmail.com

Abstrak

Sholawat merupakan suatu anjuran bagi umat muslim diseluruh dunia. Sholawat secara bahasa adalah suatu cara kita untuk memberikan doa keselamatan, yang dalam konteks ini ditujukan kepada nabi Muhammad SAW. Dakwah dalam era digital ini dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media. Dalam fleksibilitas dakwah yang melihat subyek dari penikmat dakwah tersebut dakwah dapat dilakukan melalui internet, lebih tepatnya melalui media sosial. penelitian kali ini ingin mengetahui pengaruh dari pemanfaatan media untuk penyebaran informasi dan dakwah dalam Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Majelis sholawat dengan jumlah jamaah lebih dari 500 orang, lebih dari 50 grup hadroh al-banjary dan lebih dari 38 ranting tersebar didesa-desa yang berada dibawah kecamatan Waru. didapatkan bahwasanya efisiensi dakwah untuk masyarakat dapat melalui media sosial. Media sosial Instagram terbukti dapat menjadi fasilitator penyampaian informasi untuk Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Akun instagram yang aktif menyebarkan pengumuman-pengumuman, kata-kata dakwah berupa quotes, cuplikan-cuplikan tausyiah, rekaman-rekaman qosidah dan juga live streaming saat majelis dimulai. Hasil dari adanya penyebaran informasi melalui akun Instagram @majelis_koramwaru adalah banyak jamaah yang hadir karena mengetahui informasinya melalui Instagram tersebut.

Kata Kunci: Majelis Sholawat, Dakwah, Sosial Media, Instagram.

Pendahuluan

Sholawat merupakan suatu anjuran bagi umat muslim diseluruh dunia. Sholawat secara bahasa adalah suatu cara kita untuk memberikan doa keselamatan, yang dalam konteks ini ditujukan kepada nabi Muhammad SAW. Dan juga sholawat merupakan suatu bentuk rasa cinta kita kepada nabi Muhammad SAW yang diwujudkan dengan sanjungan-sanjungan kepada beliau.

Di era digital ini, media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa orang-orang dari segala usia dan jenis kelamin sangat menyayangi media sosial. Media sosial adalah media online tempat pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan Wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Dari sudut pandang lain, media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial, media sosial menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Instagram merupakan media sosial yang menyediakan gambar dan video menarik, dan merupakan salah satu bentuk media sosial terbaik di dunia. Dilihat dari keberadaan media sosial, penyebaran informasi sangat cepat dan luas, serta tidak terbatas dari segi waktu dan jarak.

Dakwah dalam era digital ini dapat dikerjakan dalam berbagai cara dan media. Dalam fleksibilitas dakwah yang melihat subyek dari penikmat dakwah tersebut dakwah dapat dilakukan melalui internet, lebih tepatnya melalui media sosial. Instagram adalah suatu media sosial terbaik didunia. Di era teknologi informasi saat ini, manusia dihadapkan pada pilihan sadar atau tidak sadar. Di satu sisi, pilihan tersebut akan mendatangkan hikmah dan manfaat bagi hidupnya. Dakwah dilakukan dengan metode suara dan tabu atau metode komunikasi satu arah tanpa mempengaruhi keefektifan metode tersebut. Saatnya menggunakan metode dan strategi dakwah yang lebih substantif untuk mengubahnya (langsung menjadi masalah), tujuan (sesuai objek masalah, termasuk bahan dan madu), efektif (sesuai kondisi ruang dan waktu), aktual (menurut Arahan kependudukan dan perkembangan orientasi budaya) dan fakta (harus berdasarkan fakta empiris). Dengan perkembangan berbagai media misionaris (seperti televisi, internet, dll.)

Studi kasus penelitian kali ini ingin mengetahui pengaruh dari pemanfaatan media untuk penyebaran informasi dan dakwah dalam Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Majelis sholawat dengan jumlah jamaah lebih dari 500 orang, lebih dari 50 grup hadroh al-banjary dan lebih dari 38 ranting tersebar didesa-desa yang berada dibawah kecamatan Waru.

Sosial Media

Jejaring sosial adalah platform media sosial yang dibuat dan didistribusikan melalui interaksi sosial. Media sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan orang lain, menawarkan ide, membuat, mengedit, dan berbagi informasi dalam berbagai pengaturan (Selwyn, 2012). Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan media sosial telah mengubah cara penggunaan media sosial untuk pendidikan. Jejaring sosial dalam pekerjaan sosial merupakan bentuk kolaborasi, kemudahan penggunaan, dan kreativitas. Media digital dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan pemikiran abad ini dengan cara baru. Apalagi dalam dunia pendidikan, ia menghadirkan dan merancang dunia baru selama berabad-abad berpikir. Mahasiswa selalu mengharapkan ribuan orang. Generasi baru mungkin menemukan cara untuk menyederhanakan kegiatan pendidikan, terlepas dari apakah media dapat mengatasi tantangan ini dan mengakui bahwa mereka telah mengatasinya.¹

Media sosial merupakan media yang memfasilitasi interaksi antara pengusaha dengan semua orang (termasuk konsumen) dan pemangku kepentingan kapanpun dan dimanapun. Media sosial adalah cara yang bagus untuk mendapatkan informasi dan komunikasi dari produsen kepada pengguna, di mana pun mereka berada. Media sosial adalah cara terbaik untuk menemukan pengguna dan membuat portofolio produk². Sebagian besar remaja yang aktif menggunakan media sosial

¹ Nur Ainayah, "Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial," *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, no. 2 (April 2, 2018): 221–36, <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>.

² Elvina Elvina, "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)," *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)* 2, no. 1 (October 22, 2019): 106–18, <https://doi.org/10.36987/ecobi.v2i1.722>.

ingin tampil menarik dan menampilkan citra konsep diri yang ideal di profil media sosialnya, meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan konsep diri mereka yang sebenarnya. Berdasarkan hasil tersebut maka disusun rancangan olahraga yang menekankan pada kemampuan anak muda untuk bersikap positif dan jujur pada diri sendiri meski tanpa menggunakan media sosial. Dengan demikian, penggunaan media sosial dapat dikurangi dan remaja dapat melakukan hal-hal yang lebih produktif untuk meningkatkan konsep diri yang positif³.

Media Sosial adalah platform jejaring sosial online yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengakses, berbagi, dan membuat konten seperti situs web, media sosial, wiki, forum diskusi, dan periferal. Blog, media sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling umum di dunia. Ide lainnya adalah media sosial adalah platform online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi web untuk mengubah komunikasi menjadi percakapan⁴. Media sosial adalah cara efektif untuk menyampaikan pesan ke pihak lain. Media sosial adalah media yang memungkinkan dialog terbuka dengan berbagai pihak dan kepentingan dan merupakan cara yang bagus untuk mendorong warga berpartisipasi dalam pembangunan perkotaan. Sebagaimana dijelaskan oleh Howard dan Parks (2012), media sosial merupakan media yang terdiri dari tiga bagian, yaitu sarana dan prasarana informasi untuk menghasilkan dan mendistribusikan konten media. Konten media dapat berupa pesan pribadi, berita, dan ide. Serta bentuk produk. Budaya digital, maka yang memproduksi dan mengonsumsi konten media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri⁵.

Media sosial adalah media online yang membantu orang menemukan dan berkomunikasi. Melalui media sosial, Anda bisa memanfaatkannya sebagai cara berbisnis dan membangun komunitas. Di era digital sekarang ini, banyak komunitas yang mulai berkomunikasi melalui Internet dan memiliki media sosial, banyak di

³ Pamela Felita et al., "PEMAKAIAN MEDIA SOSIAL DAN SELF CONCEPT PADA REMAJA," n.d., 12.

⁴ Anang Sugeng Cahyono, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA," n.d., 18.

⁵ Dedi Rianto Rahadi, "PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL," *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN* 5, no. 1 (June 30, 2017), <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>.

antaranya kini berasal dari Internet dan media sosial⁶. Media Sosial ini sangat berguna dan dapat digunakan untuk berbicara dengan teman tentang topik yang diberikan oleh guru atau tugas yang diberikan oleh guru, tetapi berbicara dengan teman itu menginspirasi dan pada akhirnya percakapan mereka dengan orang lain. Hal ini tidak disengaja karena mengabaikan orang, Karena ini bukan subjek dari kursus sebelumnya, saya mengabaikan waktu dan lupa untuk segera menghilangkan tugas yang harus diselesaikan sebelumnya.⁷.

Media sosial merupakan media yang memfasilitasi interaksi antara pemasar dengan semua orang, termasuk pengguna, distributor, pemasok, dan pihak terkait lainnya. Sebagai platform media sosial, jejaring sosial sangat berguna karena dapat mengintegrasikan informasi dan komunikasi antara pencipta dan pembeli, di mana pun mereka berada dan di mana pun mereka berada. Media sosial adalah cara yang sangat efektif untuk menemukan pengguna yang membuat produk⁸. Seiring waktu, pengembangan dan tujuan niat web dimaksudkan untuk tujuan komunikasi dan tujuan pendidikan. Informasi ini adalah bentuk Buzzard di Web 2.0. Pengguna dapat mendukung pengguna industri dan pengganti untuk berbagi jaringan dengan berbagai metode komunikasi, kombinasi, wiki, dll. dan paket di berbagai cara.⁹.

Instagram

Aplikasi Instagram adalah untuk pengguna untuk mengambil gambar dan menggunakan filter digital dan membagikannya dengan layanan sosial yang berbeda. Paul Webster, kepala pengembangan merek Instagram di kawasan Asia-Pasifik mengungkapkan, sejak diluncurkan pada 2010, aplikasi Instagram telah menarik 400 juta pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar. Di antara pengguna

⁶ Muhammad Yusi Kamhar and Erma Lestari, "Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi," *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (June 29, 2019): 1–7, <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.

⁷ Sulidar Fitri, "DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL ANAK," *NATURALISTIC : Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran* 1, no. 2 (April 17, 2017): 118–23, <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>.

⁸ JI MT Haryono, "MANFAAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM)," 2015, 6.

⁹ Astrid Kurnia Sherlyanita and Nur Aini Rakhmawati, "Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya," *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* 2, no. 1 (April 29, 2016): 17, <https://doi.org/10.20473/jisebi.2.1.17-22>.

Instagram berusia 18-34 tahun, 89% mengunjungi IG (Instagram) minimal seminggu sekali, dan sebagian besar adalah pengguna Instagram anak muda., Berpendidikan dan berpengalaman. Rata-rata 59% berusia antara 18-24 tahun, 30% berusia antara 25-34 tahun, dan 11% berusia antara 35-44 tahun. 63% pengguna IG perempuan adalah yang paling aktif, dan 37% laki-laki. Menurut temuan dari perusahaan riset dan analisis Inggris TNS. Orang Indonesia suka menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, berbagi pengalaman perjalanan, dan tren terbaru, dan komunitas yang mengutamakan seluler juga mendorong hasil bisnis, yang memengaruhi ukuran Indonesia¹⁰.

Perubahan media yang sedang diperhatikan masyarakat Indonesia, khususnya media online yaitu media sosial memungkinkan mereka memperoleh informasi dengan cepat melalui berbagai akun di media sosial. Menurut wearesocial.com, Instagram termasuk dalam sepuluh aplikasi media sosial terpopuler yang digunakan di Indonesia. Cara mudah menggunakan aplikasi Instagram memungkinkan pengguna menggunakan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Mengutip dari dailysocial.id, situs data yang dihimpun AdParlor, Instagram masih menjadi media sosial pilihan anak muda (40% anak muda). Hal ini sejalan dengan temuan Romyeni, Lubis, dan Yohana (2015) yang menunjukkan bahwa sebagian besar anak muda mengakses media sosial melalui ponsel atau smartphone. Jumlah ini dianggap besar dan merupakan tempat bagi para pemasar. Alasan terbesar mengapa orang banyak memilih Instagram adalah karena tren daya tarik, kegembiraan dan perkembangannya. Instagram memiliki pengalaman yang menyenangkan, dan konten yang disediakan secara estetika menyenangkan bagi penontonnya. Menurut sebuah penelitian, inilah yang membuat anak muda di Instagram loyal dengan merek dan perusahaan yang menerapkan pemasaran konten di sini¹¹.

Instagram adalah salah satu media sosial terpopuler di Indonesia, peringkat kedelapan di antara 10% pengguna. Menurut sumber e-marketer.com (2017), saat

¹⁰ Witanti Prihatiningsih, "MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA," *Communication* 8, no. 1 (April 1, 2017): 51, <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.

¹¹ Difa Nurhasna Ayutiani and Berlian Primadani Satria Putri, "Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner," *PRofesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat* 3, no. 1 (August 10, 2018): 39, <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>.

menggunakan Instagram di kalangan pengguna berusia 16-35 tahun di Indonesia, proporsi foto yang diunggah saat bepergian mencapai 48,4% (peringkat ketiga). Di Indonesia, jumlah pengguna aktif Instagram mencapai 22 juta. Dilihat dari sebaran populasi, pengguna Instagram berusia 18-29 tahun memiliki tingkat penggunaan tertinggi, yaitu 83%. Namun, 18% orang berusia 30-49 tahun, dan 6% orang berusia 50-64 juga menggunakan Instagram. Menurut data tersebut, Instagram merupakan salah satu media potensial yang dapat digunakan sebagai media promosi.¹² Instagram adalah media berbagi foto dan video. Di situs webnya, Instagram didefinisikan sebagai "cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi kehidupan dengan teman melalui serangkaian gambar. Ambil gambar dengan ponsel, lalu pilih filter untuk mengubah gambar menjadi memori permanen. Kami sedang membangun Instagram, sehingga Anda dapat mempelajari kehidupan teman Anda secara real time melalui foto. Kami membayangkan sebuah dunia di mana lebih banyak koneksi dapat dibangun melalui foto." Meme adalah visualisasi gambar dan teks, sehingga setelah digabungkan menjadi foto, peneliti akan menemukan bahwa Instagram merupakan media sosial yang cocok untuk mengunggah meme¹³.

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh para pengikut pengunggah foto dan dapat saling berkomentar antar pengguna. Nama Instagram berasal dari kata *insta* dan *gram*, "*insta*" berasal dari kata "*instan*", dan "*gram*" berasal dari kata *telegram*. Namanya bisa diartikan sebagai cara cepat dan praktis untuk berbagi atau berbagi foto dengan orang lain. Keunikan Instagram adalah berupa foto persegi yang terlihat seperti kamera Polaroid, sedangkan Kodak Instamatic tidak seperti foto biasa yang menggunakan proporsi¹⁴. Instagram adalah media sosial penting dalam bisnis. Hingga saat ini, Instagram memiliki 700 juta pengguna, membagikan sekitar 60 juta foto setiap hari, dan dapat menghasilkan 1,6 miliar suka. Instagram adalah aplikasi terpopuler yang bisa digunakan untuk

¹² Deru R Indika and Cindy Jovita, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN," *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (August 21, 2017): 25–32, <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.

¹³ Aditya Nugraha, Ratih Hasanah Sudrajat, and Berlian Primadani Satria Putri, "FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM," n.d., 10.

¹⁴ Aditya Arie Hanggono, Siti Ragil Handayani, and Heru Susilo, "ANALISIS ATAS PRAKTEK TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL) DALAM MENDUKUNG BISNIS ONLINE DENGAN MEMANFAATKAN JEJARING SOSIAL INSTAGRAM," n.d., 9.

berbagi foto dan video. Media sosial Instagram sudah ada di sekitar kita, dan semua orang di komunitas dapat dengan mudah menggunakan aplikasi ini. Instagram membawa berbagai keuntungan bagi para pebisnis untuk membangun dan mengembangkan brand bisnis¹⁵.

Instagram merupakan jejaring sosial terpopuler di dunia dan banyak digunakan oleh anak muda. Instagram merupakan platform media sosial yang menggunakan foto dan video sebagai medianya. Tautan Instagram menjadi pengikut akun pengguna Instagram lainnya. Anda juga dapat mengelola akun yang tidak dapat diidentifikasi secara pribadi tanpa menjadi pengikut. Komunikasi di Instagram diwakili dengan menyukai dan mengomentari foto dan video yang diunggah oleh pengguna lain (Ridgway dan Clayton, 2016). Foto yang diunggah ke Instagram biasanya diedit untuk menarik orang dari pengguna Instagram lain. Angka “Suka” menunjukkan bahwa gambar, video, atau pesan yang diupload telah menarik perhatian sebagian orang (Tyler, 2016). Faktanya, penelitian terhadap perempuan menunjukkan bahwa jumlah kekasih dan pengikut berkaitan dengan bagaimana orang lain menilai penampilan dan harga dirinya.¹⁶

Instagram adalah aplikasi media sosial (media sosial) yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital (menerapkan efek pada foto) dan membagikannya. Pengguna Instagram lebih cenderung menggunakan perangkat seluler, seperti ponsel pintar. Aplikasi ini dirilis pada 6 Oktober 2010 dan dirancang untuk pengguna iOS. Setelah itu, kami memperluas jangkauan dengan meluncurkan Instagram untuk Android pada April 2012. Saat itu, Instagram hanya memiliki 30 juta pengguna. Namun, karena itu juga dianggap sebagai jejaring sosial yang sangat kompetitif, seminggu kemudian, secara resmi membeli aplikasi tersebut seharga \$ 1 miliar (sekitar \$ 9 triliun). Aplikasi foto akan terus dikembangkan dan akan menambah fungsi video dan Instagram secara langsung (Luthfi, paragraf 1-2). Sejak dirilis pada 2010, dalam berita di id.techinasia.com (Antala; 2016; paragraf 4), aplikasi tersebut telah menarik lebih dari 400 juta pengguna dari seluruh dunia. Terlihat dari angka tersebut bahwa Indonesia

¹⁵ Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)” 2, no. 2 (2018): 8.

¹⁶ Era Kurnia Aristantya and Avin Fadilla Helmi, “Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram,” *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 5, no. 2 (October 30, 2019): 114, <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>.

merupakan salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak. Pada 14 Januari 2016, Paul Webster, kepala pengembangan merek Instagram di wilayah Asia-Pasifik, menyatakan bahwa per Maret 2015, pengguna aktif bulanan meningkat dua kali lipat dari tahun ke tahun. Sebagian besar pengguna media sosial adalah pengguna smartphone muda dengan kemampuan finansial. Dan memiliki gelar sarjana¹⁷.

Dakwah

Baik itu fardhu'ain atau fardhu kifayah dalam Q.S (3: 104), gerakan dakwah setiap muslim adalah sebuah kewajiban. Pesan "Dakwah" dalam ayat ini menunjukkan bahwa suku dan ras tertentu tidak pernah melihat ajakan untuk kebaikan. Ratusan tahun telah berlalu sejak dakwah Islam dalam proses penyebaran ajaran. Islam masuk ke Indonesia melalui Samudra Pasai pada abad ke-13. Setelah sekian lama, cara penyebaran Islam sendiri telah berubah. Hukum Islam berawal dari aspek yang paling sederhana dan terstandarisasi, hingga saat ini hukum Islam telah berkembang menjadi Dakwah melalui penggunaan berbagai metode, metode dan media. Karenanya, kali ini kita bisa melihat bahwa perubahan sosial dapat mengubah penyebaran informasi agama dengan berbagai cara, dan dengan demikian masuk ke semua kelompok penduduk. Di era teknologi informasi saat ini, manusia dihadapkan pada pilihan yang disadari atau tidak disadari. Di satu sisi, pilihan tersebut akan mendatangkan hikmah dan manfaat bagi hidupnya. Dakwah dilakukan melalui metode suara dan tabu atau metode komunikasi satu arah tanpa mengurangi keefektifan metode tersebut. Saatnya menggunakan metode dan strategi dakwah yang lebih substantif untuk mengubahnya (langsung dalam masalah), target (sesuai objek masalah, termasuk bahan dan madu), efektif (sesuai kondisi ruang dan waktu), aktual (sesuai dengan arah kependudukan dan perkembangan orientasi Budaya) dan fakta (harus didasarkan pada fakta empiris)). Dengan perkembangan berbagai media misionaris (seperti TV, Internet, dll). Dalam masyarakat, masyarakat tidak perlu bertatap muka dan bertemu dengan hadirin (dalam hal ini mad'u) untuk memperoleh pencerahan agama. Lebih mudah Harapan untuk menggunakan metode interaktif untuk mencapai tujuan ini daripada

¹⁷ Michelle Wifalin, "Efektivitas Instagram Common Grounds" 4 (2016): 9.

harus berkomunikasi tatap muka, yang akan lebih efektif. Media yang digunakan para nabi dan para sahabatnya untuk berdakwah sangat terbatas, media yang tersebar di qauliyah bi al-lisan dan fi'liyyah bi al-uswah dakwah, ditambah lagi penggunaan huruf (rasail) yang sangat terbatas. Seabad kemudian, masyarakat Dawa mulai menggunakan qashash (mendongeng) dan muallafat (menulis karangan) sebagai media. Media yang terakhir telah berkembang sangat pesat dan berlanjut hingga hari ini. Di abad ke-14 Hijriah, kita menyaksikan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain dampak negatif terhadap tugas, tidak dapat dipungkiri terdapat efek positif yang dapat meningkatkan kecepatan tugas. Dalam hal ini, surat kabar, majalah, cerpen, komik, rekaman, kaset, film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pertunjukan panggung, puisi, lagu, musik dan media baru lainnya dapat digunakan sebagai media artistik. membantu penjajah Dawa menjalankan tugasnya.¹⁸

Rasulullah SAW telah menjadi misionaris profesional yang luar biasa dan teladan dakwah yang sangat baik. Rasulullah mengikuti desain sederhana yang ditentukan oleh Allah (Allah SWT), yaitu Wain Wassah, dan menjadi pengelola. Ini adalah makalah pra-migrasi dan pasca-migrasi yang diterbitkan oleh Wan Hussin Azmi dalam Sidi Ghazalba dan Zainab Ismail pada tahun 1995. Sulit untuk melapor ke keluarga dan teman dekat untuk kemudian melapor ke publik. Setelah menerima tantangan tersebut, Nabi mengambil tindakan untuk menyelamatkan Dawa melalui imigrasi. Setelah Sheila, pembangunan Masjid Nawi dirancang untuk mempertemukan kelompok Ansar dan Muhajilin, mempersatukan umat Islam di Madinah, melawan musuh-musuh Islam, dan meningkatkan organisasi ekonomi dan sosial mereka¹⁹.

Misi Nabi yang merupakan misi Ramadhan Lila Ramin mengajak manusia untuk memasuki jalan Allah melalui dasar kelembutan dan kasih sayang, mengikuti Alquran, dan mengikuti gaya hidup Nabi untuk menerima berkah. Ada cukup mata pencaharian di dunia ini, banyak hujan dan tanah yang subur, dan berkah bagi generasi mendatang. Ungkapan di atas berasal dari tujuh makna welas asih dalam Alquran: pertama, kelembutan (riqqah), simpati (ta'aththuf), pengampunan

¹⁸ "Farihah - 2013 - (Dosen Jurusan Dakwah Dan Komunikasi STAIN Kudus).Pdf," n.d.

¹⁹ Siti Rugayah Hj Tibek, "Profesionlisme Dakwah: Harapan dan Cabaran," n.d., 7.

(maghfirah), simpati (hanan) terkait dengan hukuman, kejahatan, celaka, dan kekasaran. , Jika tidak. Kedua, rezeki. Ketiga, ramalan. Keempat, tanahnya subur. Kelima, "Quran". Keenam, hujan. Surga ketujuh. Dakwah Rahmatan lil'alamin mengajak manusia untuk menjadi manusia seutuhnya dengan menitikberatkan pada aspek fisik, mental, intelektual dan alam, serta kehidupan orang-orang yang percaya pada dirinya sendiri²⁰.

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh informan (dakwah) yang bertujuan untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi tentang kebaikan dan pencegahan kejahatan kepada masyarakat (mad'u). Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui telepon, ajakan atau kegiatan persuasif lainnya. Dakwah membuat umat Islam percaya pada Islam, yang merupakan agama Ramadhan di bulan Ramadhan dan harus diwartakan kepada semua orang. Karena dakwah adalah suatu kegiatan mengajak amar ma'ruf nahi mungkar, maka tidak selalu berputar pada tuntutan agama, seperti mengaji atau kegiatan yang dianggap kegiatan keagamaan lainnya. Mengenai dakwah, setidaknya bisa dipahami tiga cara. Dakwah adalah suatu bentuk komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan yang bermanfaat, artinya orang lain dapat memahami, memahami dan membujuk kegiatan, yaitu orang lain mau menerima pemahaman atau keyakinan tertentu, mereka dapat melakukannya, Itu adalah, pengertian. Atau kepercayaan, untuk melakukan aktivitas atau perilaku tertentu, dll. Dakwah dan komunikasi adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan²¹.

Dakwah juga mengerahkan pikiran dan tindakan manusia untuk memainkan peran masalah, termasuk misi menyebarkan dan menyebarkan kebenaran Islam kepada umat manusia, yang menjadikan Islam berkah di alam semesta. Sesuai dengan kemampuan masing-masing muslim, dakwah juga menjadi kewajiban setiap muslim. "Kata-kata Allah" (104) dalam Sali (Sali) Imran berarti: Biarlah sekelompok orang menangis untuk kebaikan, katakan kepada mereka yang baik dan mencegah kejahatan, mereka adalah orang-orang yang beruntung. Oleh karena itu, "Dakwah" juga berarti berjuang untuk realitas dan berjuang untuk kejahatan. Selain itu juga dapat menginspirasi manusia untuk melakukan perbuatan baik, mengikuti

²⁰ "Hefni - 2017 - Makna Dan Aktualisasi Dakwah Islam Rahmatan Lil' A.Pdf," n.d.

²¹ "Hayati - 2017 - NILAI-NILAI DAKWAH; AKTIVITAS IBADAH DAN PERILAKU .Pdf," n.d.

petunjuk, melakukan perbuatan dan mencegah perbuatan jahat, sehingga umat manusia dapat berbahagia di dunia ini dan di masa yang akan datang..²².

Dakwah tidak hanya berbicara tentang tempat-tempat sakral yang legal, tetapi juga harus lebih memperhatikan aspek keagamaan masyarakat, sebagai gejala psikologis, harus digunakan sebagai acuan untuk menyesuaikan dengan "kriteria" agama Hanif. /Kebenaran. . Dawa perlu lebih memperhatikan psikologi populer tentang lahan pertanian, sedangkan dalam Islam Labrafé lebih mendapat perhatian, mengadopsi perawatan patologis, dan mengatasi penyimpangan sosial yang disebabkan oleh modernitas dan individualisme laissez-faire..²³.

Intinya, Dakwah adalah satu atau lebih kegiatan (Islam) yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk melakukan perubahan yang lebih baik berdasarkan nilai-nilai agama. Perubahan tersebut melahirkan sikap dan perilaku seseorang, serta gaya hidup masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Media, model dan metode yang digunakan mungkin sangat religius dan akan terus berkembang sesuai dengan tingkat kemajuan manusia²⁴.

Majelis Sholawat al-Banjari Koordinator Kecamatan Waru

Sholawat merupakan suatu anjuran bagi umat muslim diseluruh dunia. Sholawat secara bahasa adalah suatu cara kita untuk memberikan doa keselamatan, yang dalam konteks ini ditujukan kepada nabi Muhammad SAW. Dan juga sholawat merupakan suatu bentuk rasa cinta kita kepada nabi Muhammad SAW yang diwujudkan dengan sanjungan-sanjungan kepada beliau. Suatu perkumpulan jamaah yang membaca sholawat dinamakan majelis sholawat. Dimana didalamnya jamaah-jamaah bersama-sama menyanjung nabi Muhammad SAW.

Di suatu kecamatan Waru di kota Sidoarjo, Jawa Timur ada perkumpulan pecinta sholawat atau majelis sholawat yang sudah berumur puluhan tahun. Majelis

²² Hasan Bastomi, "Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 1 (February 22, 2018): 1–19, <https://doi.org/10.24090/kom.v11i1.1275>.

²³ Muhammad Sholikhin, "BERBAGAI MASALAH KEBERAGAMAAN MASYARAKAT MODERN DALAM PERSPEKTIF DEKONSTRUKSI DAKWAH BERBASIS PSIKOLOGI SOSIAL," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 1 (January 23, 2017): 1–19, <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i1.827>.

²⁴ Aris Saefulloh, "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (January 23, 2014): 138, <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.

Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru adalah merupakan perkumpulan pecinta sholawat dan hadrah al-banjary se kecamatan Waru, Sidoarjo. Berusia kurang lebih 19 tahun sejak awal berdirinya ditahun 2002 lalu Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru memiliki ribuan jamaah dan puluhan ranting yang tersebar luas didesa yang dibawah naungan kecamatan Waru.

Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru merupakan perkumpulan pencinta sholawat pria/laki-laki dengan rentan usia 10-50 tahun. Yang mayoritas jamaahnya adalah pecinta sholawat hadroh al-Banjary. Hadroh al-banjary adalah suatu genre musik islami menggunakan rebana / hadroh yang berasal dari tanah Banjar Kalimantan. Hadroh al-banjary merupakan suatu musik islami yang sangat populer di nusantara bahkan internasional.

Dari adanya suatu kecintaan yang sama maka dibentuklah suatu perkumpulan pada tahun 2002 menurut data dari para narasumber yang dinamakan Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Dari mulai 1 grup hadroh al-banjary sampai sekarang terkumpulan kurang lebih 50 grup hadroh al-banjary. Kemudian dari grup tersebut dikerucutkan menjadi suatu ranting dari desa-desa yang ada dikecamatan Waru, sampai saat ini ada 38 total ranting yang ada dibawah naungan Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru.

Dari banyaknya anggota yang tersebar dari ranting sampai desa mulai dari ujung timur Waru sampai ujung barat Waru, maka dibutuhkan penyampaian informasi yang cepat dan akurat agar sampai kepada seluruh lini jamaah dibawah ranting atau diluar ranting Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Sosial media adalah fasilitas ujung tombak informasi dan dakwah dari Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru, sosial media Instagram lah yang dipilih untuk menyampaikan informasi dan dakwah-dakwah yang berhubungan dengan Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru.

Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru memiliki akun instagram @majelis_korcamwaru. Akun instagram yang aktif menyebarkan pengumuman-pengumuman, kata-kata dakwah berupa quotes, cuplikan-cuplikan tausyiah, rekaman-rekaman qosidah dan juga live streaming saat majelis dimulai.

Pengumuman yang disampaikan dalam akun Instagram @majelis_korcamwaru merupakan pengumuman-pengumuman yang berhubungan dengan majelis seperti pengumuman tanggal berlangsungnya majelis, info-info terkini terkait dengan Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru, info perubahan jadwal, pengumuman terkait kepengurusan Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru.

Dalam Instagram @majelis_korcam waru pun menyampaikan dakwa-dakwah kekinian melalui desain grafis atau potongan-potongan video dari para ulama atau dari dewan hadi (dewan penasihat) dari Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Dikemas mengikuti perkembangan zaman yang ada agar penikmat dari Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru juga mendapatkan siraman-siraman rohani untuk jamaahnya.

Tidak hanya untuk penyebaran pengumuman dan dakwah-dakwah virtual, Instagram @majelis_korcamwaru pun juga menyampaikan hasil dokumentasi berupa gambar atau video clip dari acara yang telah berlangsung.

Hasil dari adanya akun Instagram @majelis_korcamwaru milik Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru dalam efektivitas penyampaian informasi dan dakwah terhadap keberlangsungan majelis Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru adalah semakin banyak jamaah yang hadir saat majelis berlangsung dibuktikan dalam buku tamu / buku absensi yang diisi oleh para jamaah sebelum acara majelis berlangsung serta semakin bertambahnya pengikut Instagram @majelis_korcam Waru.

Penutup

Dari penelitian ini didapatkan bahwasanya efisiensi dakwah untuk masyarakat dapat melalui media sosial. Media sosial Instagram terbukti dapat menjadi fasilitator penyampaian informasi untuk Majelis Sholawat Hadrah al-Banjary dan Maulid Shimtudduror Koordinator Kecamatan Waru. Akun Instagram yang aktif menyebarkan pengumuman-pengumuman, kata-kata dakwah berupa quotes, cuplikan-cuplikan tausiyah, rekaman-rekaman qosidah dan juga live streaming saat majelis dimulai. Hasil dari adanya penyebaran informasi melalui akun Instagram @majelis_korcamwaru adalah banyak jamaah yang hadir karena mengetahui informasinya melalui Instagram tersebut.

Referensi

- Ainiyah, Nur. "Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial." *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, no. 2 (April 2, 2018): 221–36. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>.
- Aristantya, Era Kurnia, and Avin Fadilla Helmi. "Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram." *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 5, no. 2 (October 30, 2019): 114. <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>.
- Ayutiani, Difa Nurhasna, and Berlian Primadani Satria Putri. "Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner." *PROfesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat* 3, no. 1 (August 10, 2018): 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>.
- Bastomi, Hasan. "Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 1 (February 22, 2018): 1–19. <https://doi.org/10.24090/kom.v11i1.1275>.
- Cahyono, Anang Sugeng. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA," n.d., 18.
- Elvina, Elvina. "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM)." *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)* 2, no. 1 (October 22, 2019): 106–18. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v2i1.722>.
- "Farihah - 2013 - (Dosen Jurusan Dakwah Dan Komunikasi STAIN Kudus).Pdf," n.d.
- Felita, Pamela, Christine Siahaja, Vania Wijaya, Gracia Melisa, and Marcella Chandra. "PEMAKAIAN MEDIA SOSIAL DAN SELF CONCEPT PADA REMAJA," n.d., 12.
- Fitri, Sulidar. "DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL ANAK." *NATURALISTIC : Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran* 1, no. 2 (April 17, 2017): 118–23. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>.
- Hanggono, Aditya Arie, Siti Ragil Handayani, and Heru Susilo. "ANALISIS ATAS PRAKTEK TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL)

- DALAM MENDUKUNG BISNIS ONLINE DENGAN MEMANFAATKAN JEJARING SOSIAL INSTAGRAM,” n.d., 9.
- Haryono, Ji MT. “MANFAAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM),” 2015, 6.
- “Hayati - 2017 - NILAI-NILAI DAKWAH; AKTIVITAS IBADAH DAN PERILAKU .Pdf,” n.d.
- “Hefni - 2017 - Makna Dan Aktualisasi Dakwah Islam Rahmatan Lil‘ A.Pdf,” n.d.
- Indika, Deru R, and Cindy Jovita. “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN.” *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (August 21, 2017): 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.
- Nugraha, Aditya, Ratih Hasanah Sudrajat, and Berlian Primadani Satria Putri. “FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,” n.d., 10.
- Prihatiningsih, Witanti. “MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA.” *Communication* 8, no. 1 (April 1, 2017): 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.
- Rahadi, Dedi Rianto. “PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL.” *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN* 5, no. 1 (June 30, 2017). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>.
- Saefulloh, Aris. “Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah.” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (January 23, 2014): 138. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.
- Sherlyanita, Astrid Kurnia, and Nur Aini Rakhmawati. “Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya.” *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* 2, no. 1 (April 29, 2016): 17. <https://doi.org/10.20473/jisebi.2.1.17-22>.
- Sholikhin, Muhammad. “BERBAGAI MASALAH KEBERAGAMAAN MASYARAKAT MODERN DALAM PERSPEKTIF DEKONSTRUKSI DAKWAH BERBASIS PSIKOLOGI SOSIAL.” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 1 (January 23, 2017): 1–19. <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i1.827>.
- Tibek, Siti Rugayah Hj. “Profesionlisme Dakwah: Harapan dan Cabaran,” n.d., 7.
- Untari, Dewi, and Dewi Endah Fajariana. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)” 2, no. 2 (2018): 8.
- Wifalin, Michelle. “Efektivitas Instagram Common Grounds” 4 (2016): 9.
- Yusi Kamhar, Muhammad, and Erma Lestari. “Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi.” *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (June 29, 2019): 1–7. <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.