

DAKWAH DALAM MEDIA BARU:
Studi Kasus Terhadap Jamaah
Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta



Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelara Magister Sosial

YOGYAKARTA
2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iis Eka Wulandari, S.Sos.
NIM : 17202010020
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 31 Januari 2020
Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Iis Eka Wulandari, S.Sos.
NIM: 17202010020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iis Eka Wulandari, S.Sos.
NIM : 17202010020
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah **tesis** ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 31 Januari 2020
Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIDAGHA
YOGYAKARTA



Iis Eka Wulandari, S.Sos.
NIM: 17202010020



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Penyelenggaraan Ujian Tugas Akhir Mahasiswa

A. Waktu, Tempat dan Status Ujian Tugas Akhir:

1. Hari dan Tanggal : Kamis, 28 Mei 2020
2. Pukul : 09:00 s/d 10:30 WIB
3. Tempat : FD-1-112
4. Status : Utama/Penundaan/Susulan/Mengulang

B. Susunan Tim Ujian Tugas Akhir:

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua Sidang	Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.	1.
2.	Penguji I	Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.	2.
3.	Penguji II	Dr. H. M. Kholili, M.Si.	3.
4.	Penguji III	Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.	4.

C. Identitas Mahasiswa yang diuji:

1. Nama : IIS EKA WULANDARI, S.Sos
2. Nomor Induk Mahasiswa : 17202010020
3. Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Semester : V
5. Program : S2
6. Tanda Tangan (Bukti hadir di Sidang Ujian Tugas Akhir) :

D. Judul Tugas Akhir : Dakwah dalam Media Baru:
Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta

E. Pembimbing/Promotor:

1. Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

F. Keputusan Sidang

1. Lulus/Tidak lulus dengan perbaikan
2. Predikat Kelulusan
3. Konsultasi Perbaikan a. _____

Yogyakarta, 28 Mei 2020
Ketua Sidang/Pembimbing/Promotor,

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 000



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-446/Un.02/DD/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : Dakwah dalam Media Baru:
Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IIS EKA WULANDARI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 17202010020
Telah diujikan pada : Kamis, 28 Mei 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 006

Penguji II

Penguji III

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. H. M. Khojili, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19580103 199503 1 00

Yogyakarta, 28 Mei 2020

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan



Dr. Hj. Nuzannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Dakwah dalam Media Baru:

Studi Kasus terhadap Jamaah Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta

Oleh

Nama	: Iis Eka Wulandari, S.Sos.
NIM	: 17202010020
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.
Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 28 Mei 2020
Pembimbing


Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:
Ayah dan Ibu, Iwan Cahyono dan Siti Nurul Muttikah yang memiliki
kasih sayang tak terhingga,
Adik-adikku, Iis Dwi Setiyaningsih, Iis Tri Rartna Faktkhul Jannah,
yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat,
Sahabat-sahabat di Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Almameterku Tercinta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

“Proses jauh lebih penting dari pada hasil akhir, dengannya akan berbuah keberhasilan untuk hasil akhir-hasil akhir yang lain.”

“Tantangan memahami ilmu dan kebahagiaan memahamkan ilmu kepada orang lain adalah kisah indah tersendiri.”

“Islam seharusnya sejalan dan berbanding lurus dengan perkembangan teknologi demi terciptanya internasionalisasi Islam”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Dakwah media baru hadir sebagai ancaman sekaligus peluang bagi eksistensi aktivitas dakwah. HSI (Halaqah Silsilah Ilmiah) sebagai penggiat dakwah menjawab hal tersebut dengan menciptakan dakwah kontemporer. Aktivitas-aktivitas dakwah HSI dilakukan dengan mentransformasikan dakwah era media lama kepada dakwah era media baru melalui program-program yang diciptakan. *Maddah* dakwah tersampaikan melalui ragam *wasilah* kontemporer, *WhatsApp* sebagai *wasilah* prioritasnya, portal web dan media sosial lain digunakan sebagai *wasilah* pendukung.

Studi kasus ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana proses dakwah media baru HSI, dilihat dari aspek internal yaitu pelaku dakwah dan aspek eksternal yaitu penerima dakwah. Penelitian ini juga sekaligus bertujuan untuk mempertegas kenapa *WhatsApp* dipilih sebagai media prioritas. Hal lain yang dikaji dalam penelitian ini adalah ketertarikan jamaah virtual untuk bergabung, pengalaman dan persepsi yang diperoleh, serta bagaimana aktivitas dakwah HSI dilakukan melalui program dakwah kontemporer yang dilakukan.

Dakwah dalam media baru merupakan bentuk dakwah yang dipilih HSI sebagai respon terhadap masyarakat yang cenderung *native digital*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus *multi-sited* etnografi yang membantu kerja lapangan penulis dalam menganalisis aspek komunikator dakwah *on-line*, yaitu *da'i* dan komunikan dakwah, yaitu *mad'u*. Pengkajian ini dilakukan berdasarkan sisi dakwah *on-line* serta proses dakwah *off-line* yang digunakan sebagai pendukung.

Hasil penelitian ini melihat bahwa, HSI memilih proses dakwah virtual karena 1) Faktor sosiologis, 2) faktor geografis. *WhatsApp* dipilih sebagai media utama karena nilai fleksibel di segala masa bagi pelaku dakwah. Proses perkembangan dakwah terjadi dari dakwah tradisional kepada dakwah kosmopolitan dengan memaksimalkan pada ragam media kontemporer. Selanjutnya dalam aktivitas dakwah kontemporer ditemukan enam konsep dakwah HSI, antara lain: 1) menjaga kontinuitas atau keistiqomahan dakwah HSI. 2) Mengintegrasikan dakwah *online* dan dakwah *offline* sebagai upaya keseimbangan. 3) Mengikuti pola pendidikan tertstruktur dan sistematis. 4) Dakwah kontemporer HSI dikemas dalam aktivitas dakwah melalui program dakwah *milineal* 5) Militansi menjaga kaderisasi. 6) Pemanfaatan aspek kemanusiaan dengan membangun karakter *Khoirunnas Anfa'uhum Linnas*.

Terdapat 3 hal penting terkait pengalaman yang terbentuk: 1) terbuka 2) menerima, 3) *action*. Pengalaman dari aktivitas dakwah HSI memberikan dua persepsi jamaah, yaitu persepsi keagamaan dan persepsi teknologi. Perkembangan

dan pembaharuan faktor-faktor di atas membangun kepercayaan (*trust building*) khalayak terhadap komunitas serta menjadi daya tarik khalayak untuk bergabung dengan Halaqah Silsilah Ilmiah.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Halaqah Silsilah Ilmiah, *Wasilah* Kontemporer,
WhatsApp



ABSTRACT

Da'wah in new media is present as a threat as well as an opportunity for the existence of da'wah activities. HSI (Halaqah Silsilah Ilmiah) as a da'wah activist answers this challenge by creating contemporary da'wah. HSI's da'wah activities are carried out by transforming the preaching of the old media era to the preaching of the new media era through programs created. Da'wah *maddah* is conveyed through a variety of contemporary *wasilah*, WhatsApp as the priority *wasilah*, web portals and other social media are used as supportive *wasilah*.

This case study is important to see how the process of HSI da'wah in new media, seen from the internal aspect, which is the da'wah actors and the external aspect, which is the da'wah recipient. This research also aims to emphasize why WhatsApp was chosen as a priority media. Other things examined in this study were the virtual congregation's interest in joining, the experiences and perceptions gained, and how HSI's da'wah activities are carried out through contemporary da'wah programs.

Da'wah in new media is a form of da'wah chosen by HSI as a response to people who tend to be native digital. This study used a multi-sited ethnographic case study method which assisted the author's field work in analyzing aspects of on-line da'wah communicators (da'i) and da'wah communicants (mad'u). This study was based on the on-line da'wah side, and the off-line da'wah process was used as a support.

The results of this study revealed that, HSI chose the virtual da'wah process because of 1) sociological factors, 2) geographical factors. WhatsApp was chosen as the main media because of its flexible value at all times for preachers. The process of propagation development occurs from traditional to cosmopolitan da'wah by maximizing the variety of contemporary media. Furthermore, in contemporary da'wah activities, six concepts of HSI da'wah were found, including: 1) maintaining continuity or authenticity of HSI's da'wah. 2) Integrating online and offline preaching as an effort to balance. 3) Following a structured and systematic education pattern. 4) HSI contemporary da'wah is packaged in da'wah activities through the milineal da'wah program. 5) Militancy maintains regeneration. 6) Utilization of the human aspect by building the character of the *Khoirunnas Anfa'uhum Linnas*.

There were 3 important things related to the experience that was formed: 1) openness 2) acceptance, 3) action. The experience from HSI's da'wah activities provides two perceptions of the congregation, which are religious perceptions and perceptions of technology. The development and renewal of the factors above build

public trust in the community and become an attraction for the public to join the Halaqah Silsilah Ilmiah

Keywords: Digital Da'wah, Halaqah Silsilah Ilmiah, Contemporary *Wasilah*,
WhatsApp



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	-
ت	Tā'	T	-
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Żal	Ż	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīm	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik dibawah)
ع	‘Ayn	... ‘ ...	koma terbalik
غ	Gayn	G	-
ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-

ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Waw	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah	...'	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Yā'	Y	-

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
----- -----	fathah	a
----- -----	Kasrah	i
----- -----	Dammah	u

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yaḏhabu

سئل - su'ila

ذكر - ḏukira

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَي	fathah ya	dan Ai	A dan i
سَو	fathah wau	dan Au	A dan u

Contoh: كيف - kaifa

هول - haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda	Huruf latin
أَ	ā
إِ	ī
أُ	ū

4. Ta' Marbūṭah

Transliterasinya untuk ta' Marbūṭah ada dua:

a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينة المنورة – Madīnatul Munawwarah

b. Ta' Marbūṭah mati

Ta' Marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة – Ṭalḥah

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة – rauḍah al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: ربنا – rabbanā نعم – nu'imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ ال ”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُل – ar-rajul السَّيِّدَة – as-sayyidah

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَم – al-qalamu الْجَلال – al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-).

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شَيْء – syai’ أَمْرَت – umirtu
النَّوْء – an-nau’u تَأْخُذُون – ta’khudūn

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau

Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn

فأوفوا الكيل والميزان – *Fa’aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa’aufūl-*

kaila wal-mīzāna

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bila nama dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول – *wa mā Muḥammadun illā rasūl*

أفلا يتدبرزن القرآن – *afalā yatadabbarūna al-qur’ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakt yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر الله وفتح قريب – *naṣrum minallāhi wa fathun qarīb*

لله الأمر جميعا – *lillāhi al-amru jamī’an*

الله اكبر – *allāh akbar*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur selalu kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kekuatan, dan kesehatan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan karya sederhana ini. Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan orang-orang yang berjalan di atas jalannya hingga akhir zaman.

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari orang-orang yang sangat berpengaruh. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. KH. Yudian Wahyudi, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Dr. Nurjanah, M.Si., beserta seluruh jajarannya.
3. Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, Drs. H.M. Kholili, S.Ag.
4. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus Dosen Pembimbing Tesis, Ayahanda Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil. atas waktu, bimbingan, kritik dan sarannya selama ini.
5. Sekretaris Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Khoiro Ummatin senantiasa memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis
6. Staf program studi Magister, Bapak Khoirudin yang sering memberikan arahan kepada penulis.

7. Seluruh dosen Magister KPI, atas segala khazanah kelimuwan yang telah diberikan kepada penulis
8. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Iwan Cahyono dan Ibunda Siti Nurul Muttikah sebagai *superhero* dan motivator terhebat dalam hidup penulis, yang senantiasa membasahi bibir dengan butiran doa.
9. Kepada adik-adik penulis, Iis Dwi Setyaningsih & Iis Tri Ratna Fatkhul Jannah, yang senantiasa menjadi pembakar api semangat penulis.
10. Rekan penulis angkatan IV Magister KPI, Almaratus S., Afner Gus C., Yulian DP., Wazib M., Andy T., Wandri SP, M Zakka, yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis selama di kota pelajar, serta Rifatul K., M Irpan N., Riza Anggara P, Alen M. dan Laili yang senantiasa menjadi teman curhat dan penasehat terbaik penulis.
11. Forum Mahasiswa Magister KPI sebagai wadah penulis untuk berorganisasi
12. Prof. Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D., yang telah mempercayai penulis untuk menjadi asisten beliau selama menempuh pendidikan program Magister.
13. Pusat Pengarustamaan Gender dan Hak Anak (P2GHA) UIN Sunan Kalijaga dan *Kalijaga Institute for Justice* yang telah memberikan pengalaman penelitian dan khazanah kelimuwan kepada penulis
14. Kepada sahabat-sahabatku tercinta di gang 463, kakak Almas Hidayat, Maya, yang senantiasa memberikan dorongan dan suntikan semangat tiada henti setiap harinya, serta Hanafi, Nurfi, yang sudah menemani dari awal perjuanganku semenjak di Yogyakarta.

15. Paman-paman tercinta Amanda, Binta, Nurhayati, Zulfah, yang pernah mengajarkan penulis untuk terus bermimpi tuk menggapai asa, menerobos garda terdepan dalam hidup
16. Keluarga ibu Alimatul, keluarga ibu Anik, serta saudara-saudaraku di Yogyakarta Almas, Amil, Arin, Athaya, Ahabullah, Acedewa, Ahdan, Aza, yang sudah mewarnai hari-hari penulis selama menuntut ilmu di kota pelajar ini.
17. Santriwan – santriwati TPA Rusun Kota Gede yang mewarnai senja penulis dalam belajar ngaji.
18. Ustadz Abdullah Roy, Ustadz Ihsan, Ustadz Kurnia, Ustadz Khoiri, saudara Aziz, serta segenap tim dan jamaah yayasan HSI di Yogyakarta dan di Jember yang telah membantu penulis dalam proses pencarian data selama penelitian berlangsung.

Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Semoga apa yang sudah didistribusikan menjadi ladang amal yang senantiasa mengalir sampai ke liang kubur kelak. Atas terselesainya penyusunan tesis ini, semoga dapat memberikan kemanfaatan bagi penulis khususnya serta para pembaca pada umumnya. Amiin

Yogyakarta, 31 Januari 2020

Penyusun

DAFTAR ISI

DAKWAH DALAM MEDIA BARU:	I
PERNYATAAN KEASLIAN	II
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	III
NOTA DINAS PEMBIMBING	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
HALAMAN MOTTO	VIII
ABSTRAK	IX
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	XIII
KATA PENGANTAR	XVIII
DAFTAR ISI	XXI
DAFTAR TABEL	XXIV
DAFTAR GAMBAR	XXV
DAFTAR LAMPIRAN	XXVII
DAFTAR SINGKATAN	XXVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	11
D. KAJIAN PUSTAKA	12
E. KERANGKA TEORI	19
1. Teori Media Baru	19
2. Komunikasi Dakwah	24
F. METODE PENELITIAN	31
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	39

BAB II HALAQAH SILSILAH ILMIAH DAN DAKWAH DIGITAL..... 41

A.	SEJARAH DAN PROFILE HSI.....	41
B.	DIVISI DAN PROGRAM KERJA HSI.....	45
1.	Divisi Dakwah <i>On-line</i>	45
2.	Divisi Dakwah <i>Off-line</i>	56
3.	Divisi Sosial	59
C.	PERKEMBANGAN DAKWAH HSI.....	62
1.	Media Sosial HSI.....	63
2.	HSI IT	63
3.	HSI Pernik	64
4.	Majalah HSI	64
5.	Radio HSI.....	66
6.	HSI TV.....	66
7.	HSI Mahazi	67

BAB III DAKWAH DALAM MEDIA BARU HSI..... 69

A.	WHATSAPP DAN MEDIA UTAMA DAKWAH HSI.....	69
1.	RUANG VIRTUAL DAN DAKWAH VIRTUAL	69
2.	MEDIA BARU SEBAGAI TANTANGAN DAKWAH.....	78
3.	SUBSTANSI DAKWAH <i>AMAR MA'RUF – NAHI MUNKAR</i>	89
B.	PROSES DAKWAH MEDIA BARU	93
1.	DAKWAH KONVENSIONAL KEPADA DAKWAH KOSMOPOLITAN	94
2.	RAGAM MEDIA DAKWAH KONTEMPORER.....	102
3.	AKTIVITAS DAKWAH HSI.....	117
a.	Program Dakwah <i>Online</i> HSI AbdullahRoy	118
b.	Program Mahazi	122
c.	Program HSI TV	122
d.	Program HSI Radio.....	124
e.	Media Sosial HSI.....	125

BAB IV JAMAAH MEDIA BARU 127

A.	PENGALAMAN JAMAAH MEDIA BARU.....	127
1.	JAMAAH VIRTUAL.....	127
2.	PENGALAMAN DAKWAH ERA MEDIA BARU	139
3.	PERSEPSI TEKNOLOGI DAN KEAGAMAAN	145
4.	IMPLEMENTASI DAKWAH DALAM AKTIVITAS JAMAAH	151
B.	NILAI EFEKTIVITAS DAKWAH	156
1.	PERAN PELAKU DAKWAH HSI.....	156
a.	Komunikator Dakwah.....	156
b.	Komunikasi Dakwah	163
2.	KONSEP DAKWAH KONTEMPORER.....	165
BAB V PENUTUP		173
A.	KESIMPULAN	173
B.	SARAN.....	177
DAFTAR PUSTAKA		180
LAMPIRAN		185
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		193

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan era media lama dan media baru.....	20
Tabel 1. 2 Lima Unsur Komunikasi.....	25
Tabel 2. 1 Silsilah dan halaqah Divisi Dakwah On-line	49
Tabel 2. 2 Materi Divisi Dakwah Off-line	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Laman Public Access HSI	46
Gambar 2. 2 Laman Login HSI AbdullahRoy	47
Gambar 2. 3 Silabus Materi program HSI AbdullahRoy	48
Gambar 2. 4 Struktur Pengurus HSIP	62
Gambar 3. 1 Grup Materi HSI ART 201-72	80
Gambar 3. 2 Tujuh faktor yang menejadi landasan HSI menggunakan Whatsapp sebagai wasilah prioritas	86
Gambar 3. 3 Substansi Dakwah Amar Ma'ruf Nahi Munkar	93
Gambar 3. 4 Rangkuman HSI Abdullah Roy di Facebook	108
Gambar 3. 5 Pesan dakwah dan Informasi HSI di akun Instagram	109
Gambar 3. 6 Instagram HSI Peduli	109
Gambar 3. 7 Laman AbdullahRoy.com	111
Gambar 3. 8 Laman hsi.abdullahroy.com	112
Gambar 3. 9 Laman Twitter HSI Abdullahroy	114
Gambar 3. 10 Laman Youtube HSI Abdullahroy	115
Gambar 3. 11 Aplikasi HSI AbdullahRoy	115
Gambar 3. 12 Aplikasi HSI Radio	116
Gambar 3. 13 Bentuk Konvergensi media dakwah	119
Gambar 3. 14 Salah satu Aktivitas Dakwah Program HSI TV	123
Gambar 3. 15 Tanya Jawab salah satu aktivitas dakwah dalam program HSI Radio. Dapat diakses pada radio.abdullahroy.com	124
Gambar 4. 1 Persyaratan Rekrutmen Jamaah Virtual	131
Gambar 4. 2 Segitiga Realitas Sosial-Siber	132
Gambar 4. 3 Persepsi jamaah virtual HSI	150
Gambar 4. 4 Lima Implementasi Dakwah dalam Aspek Keagamaan	155
Gambar 4. 5 Empat Implementasi Dakwah dalam Aspek Teknologi	155

Gambar 4. 6 Grup Materi di WhatsApp HSI AbdullahRoy	157
Gambar 4. 7 Reminder Admin di Group Diskusi WhatsApp	160
Gambar 4. 8 Struktur HSI AbdullahRoy	161
Gambar 4. 9 Peran komunikator dakwah HIS	163
Gambar 4. 10 Peran komunikan dakwah HSI	165
Gambar 4. 11 Apresiasi nilai	167
Gambar 4. 12 aktivitas dakwah program Mulazamah HSI	168
Gambar 4. 13 Grafik Evaluasi Materi Dakwah	169
Gambar 4. 14 Bantuan pendidikan dan perekonomian jamaah HSI	171
Gambar 4. 15 Pemberian donasi penanganan Covid-19 kepada IDI	171



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Silabus Dakwah Silsilah 1	185
Lampiran 1 2 Transkrip nilai jamaah HSI AbdullahRoy	189
Lampiran 1 3 Lembar Syahadah Jamaah HSI AbdullahRoy	190
Lampiran 1 4 Dokumentasi Kegiatan Mulazamah	191



DAFTAR SINGKATAN

HSI	: Halaqah Silsilah Ilmiah
HSIP	: Halaqah Silsilah Ilmiah Peduli
Daksos	: Dakwah Sosial
EH	: Evaluasi Harian
EP	: Evaluasi Pekan
EA	: Evaluasi Akhir
KBM	: Kegiatan Belajar Mengajar
IPTEK	: Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
Daring	: Dalam Jaringan
ART	: Angkatan Reguler Akhwat
ARN	: Angkatan Reguler Ikhwan
ART201-72	: Angkatan Reguler Akhwat, angkatan tahun 2020, gelombang pertama, grup yang ke-72
DO	: <i>Drop Out</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam media informasi, senantiasa menawarkan pembaharuan dan memberikan pengaruh di berbagai lini kehidupan masyarakat. Dampak yang diberikan tidak hanya memengaruhi perubahan di bidang pendidikan dengan munculnya *Massive Open On-line Course*, bidang bisnis dengan belanja daring, atau dalam bidang kesehatan, sistem pemerintahan, politik, sosial ataupun budaya yang senantiasa memanfaatkan teknologi digital. Namun, dampak media baru juga tampak jelas berpengaruh terhadap proses dakwah dalam bidang keagamaan, misalnya dakwah *on-line* yang digunakan oleh beberapa *da'i*, para aktivis dakwah ataupun sejumlah komunitas agama Islam di Indonesia.

Dalam mengkaji signifikansi perkembangan media saat ini, para pelaku dakwah mendapatkan ancaman sekaligus kesempatan emas untuk bisa memanfaatkan media baru dalam arus globalisasi. Dakwah Islam akan terancam punah jika para pelakunya tidak bisa beradaptasi dengan teknologi yang bersifat dinamis. Dalam hal ini, dunia maya memengaruhi masyarakat, terlepas dari situs apa yang mereka kunjungi.¹ Sifat manusia yang bergantung pada informasi, membuat mereka terus mencari media mana yang dapat memberikan kepuasan secara cepat, agar masyarakat mendapatkan sejumlah informasi yang

¹ McLuhan tahun 2009 dalam Stephen W. e, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 410.

dibutuhkan, termasuk pengetahuan keagamaan. Namun sebaliknya, ancaman akan menjadi kesempatan emas, jika pelaku dakwah mampu berpikir terbuka, kreatif, mau beradaptasi dengan media baru dan “memperbaharui” paradigma dakwah tradisional kepada paradigma dakwah kontemporer. Pembaharuan yang dimaksud bukan berarti menghilangkan strategi dakwah terdahulu, akan tetapi lebih kepada proses remediasi dakwah yang sejalan dengan dakwah milenial saat ini.² Pemaparan ini sejalan dengan penelitian Efa Rubawati, dosen STAIN Sorong yang berpendapat bahwa media baru menjadi peluang strategis dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* yang sekarang menjadi generasi *digital native*, yang fasih menggunakan benda-benda tekno-sosial.³

Internet sebagai bagaian dari perkembangan arus globalisasi memiliki dua sisi yang bertolak belakang, negatif juga positif. Menurut Jeff Zaleski dalam penelitiannya yang bertajuk *Spiritualitas Cyber Space*, mengutip dari laporan *Human Right Watch*, pejabat pemerintah di negara Arab Saudi yang mengatasnamakan Islam membatasi akses internet, dengan alasan melindungi rakyat dari pengaruh pornografi dan hal berbahaya lainnya.⁴ Laporan tersebut menunjukkan betapa kedatangan internet dianggap memberikan efek negatif

² Remediasi merupakan teori yang diperkenalkan oleh Bolter dan Grusin (1999) dalam buku “Remediation Understanding New Media,” sebagai sebuah *genealogical media theory* dari kemunculan media baru atau media digital. Artinya media baru digambarkan sebagai turunan dari adanya media lama dan dianggap sebagai bentuk reformasi teknologi. Media baru tidak akan lahir tanpa adanya media lama. Bolter dan Grusin berpendapat bahwa media baru membawa reformasi kepada media lama dengan cara meminjam kandungan dan / atau bentuk media lama ke dalam kemunculan media baru.

³ Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah,” *Jurnal Studi Komunikasi* Volume 2 (March 1, 2018): 132, <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>.

⁴ Jeff Zaleski, *Spiritualitas Cyber Space, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia* (Bandung: Mizan Pustaka, Kronik Indonesia Baru, 1999), 80.

terhadap pola kelakuan masyarakat Arab. Namun terlepas dari efek buruk yang ditimbulkan, sisi lain dari kedatangan internet justru membawa kemajuan dan peradaban baru bagi dakwah Islam. Sisi positif dapat diperoleh bukan dengan cara menghindari media baru yang muncul, melainkan memanfaatkannya sebagai sarana sosialisasi keagamaan terhadap masyarakat. Misalnya yang dilakukan ustadz Felix Siauw, aktivis Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), sebagaimana yang dipaparkan dalam artikel Hew Wai Weng, dosen dari *Institute of Malaysian and International Studies* (IKMAS). Aktivitas syiar Islam Felix Siauw dalam mempromosikan ideologi HTI menggabungkan dakwah *on-line* - sebagai syiar- serta *off-line* -sebagai pembinaan- dengan menempatkan beberapa sosial media -Felix Siauw memiliki jutaan followers di Facebook, Twitter, Instagram, Youtube- sebagai sarana dakwah dan melakukan dakwah rutin secara tatap muka di masyarakat perkotaan dan pedesaan.⁵ Dalam penelitian lain, Julis Suriani -Dosen UIN Sultan Syarif Kasim Riau- berpendapat bahwa, ruang, jarak, dan waktu menjadi hambatan seseorang untuk mengikuti kajian dakwah yang bersifat *face to face*, bertatap muka langsung dengan penceramah. Sehingga dakwah dengan mensinergikan teknologi melalui ruang siber akan lebih menarik dan menjadi strategi dakwah tersendiri.⁶

Meningkatnya penetrasi internet masyarakat Indonesia, membuat sebagian pelaku dakwah mengubah paradigma dakwah tradisonal kepada

⁵ Hew Wai Weng, "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw," *Indonesia and the Malay World*, Routledge Taylor & Francis Group 46, no. 134 (February 22, 2018): 66, <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>.

⁶ Julis Suriani, "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber," *Jurnal An-Nida', Jurnal Pemikiran Islam*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau 41, no. 2 (Desember 2017): 261.

dakwah kontemporer. Contoh perubahan yang terjadi adalah pergeseran dakwah tradisional yang bersifat mimbar ke mimbar di dalam ruang masjid, kepada dakwah kontemporer di era sekarang yang mulai menggunakan ruang-ruang virtual, sehingga tidak menjadikan masjid sebagai tempat mutlak dalam berdakwah. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi Internet Indonesia di tahun 2017 mengalami peningkatan mencapai 143,26 jiwa atau 54,7% dari total populasi di Indonesia.⁷ Data di tahun 2018 meningkat di angka 171,17 juta jiwa.⁸ Meningkatnya penetrasi ini merupakan salah satu bukti bahwa masyarakat semakin bergantung kepada penawaran arus globalisasi yang memberikan tawaran akses informasi secara mudah.

Jejaring sosial atau media sosial yang lahir dari rahim internet merupakan salah satu media baru yang digemari masyarakat dan turut mewarnai kemunculan dakwah *on-line*. Salah satu diantaranya adalah *WhatsApp*. Dalam penelitian Eva F. Nisa seorang dosen studi keagamaan Universitas Victoria Wellington, menjelaskan bahwa *WhatsApp* yang digunakan komunitas ODOJ (*One Day One Juz*) merupakan teknologi media mutakhir yang melahirkan pesan instan melalui aplikasi selular. Pengguna *WhatsApp* diberi kemudahan

⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Buletin APJII," *APJII*, March 22, 2018, 3.

⁸ Buletin APJII, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Ikhtiar Edukasi Internet Sehat bagi Masyarakat," Oktober 2019.

untuk mengirimkan pesan teks terhadap seseorang ataupun kelompok dalam sebuah group *WhatsApp*.⁹

Media sosial yang digunakan dalam penyebaran dakwah memiliki banyak jenis. Artinya selain aplikasi *WhatsApp*, ada beberapa media aplikasi yang bisa digunakan sebagai media dakwah virtual. Faradillah Iqmar dkk, mengungkapkan bahwa Facebook, Twitter dan Youtube merupakan aplikasi terbaik media sosial bagi para ulama atau *da'i* untuk menebarkan kebaikan konten Islam atau dalam bahasa lain adalah sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah kepada orang lain. Menurut Iqmar dkk, perkembangan teknologi ini mengubah tempat dakwah tidak lagi berada di tempat ibadah, melainkan ada di ruang-ruang virtual. Begitu juga membawa perubahan akses Al-Qur'an tidak lagi dalam bentuk buku, melainkan melalui aplikasi media selular.¹⁰

Banyak para fasilitator dakwah Indonesia yang memanfaatkan jejaring sosial untuk sekedar menyampaikan pengetahuan keagamaan, memberikan pencerahan, bahkan untuk mengkonstruksi sosial-keagamaan dan membentuk komunitas atau jamaah kajian. Misalnya Ustadz Hanan Attaki yang mayoritas jamaahnya adalah remaja dan pemuda muslim ini, menyampaikan dakwahnya melalui Youtube dengan chanel 'Hanan Attaki'. Ustadz muda dengan gaya

⁹ Eva F. Nisa, "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia," *Indonesia and the Malay World, Routledge Taylor & Francis Group* 46, no. 134 (February 22, 2018): 25, <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.

¹⁰ Faradillah Iqmar, Nor Azili Hassan, and Iza Sharina Sallehuddin, "Role of Social Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah)," in *Islamic Perspective Relating to Business, Arts, Culture and Communication* (Singapore: Springer, 2015), 50, https://doi.org/10.1007/978-981-287-429-0_5.

fashion casual ini membentuk gerakan Pemuda Hijrah, yang lama kelamaan menjadi sebuah komunitas ‘Pemuda Hijrah’. Mustofa Bisri atau akrab disapa dengan Gus Mus aktif berdakwah melalui cuitan di twitternya @gusmusgusmu. Tweet dengan *hashtag* TweetJum’at (#TweetJum’at) selalu dinanti netizen dan ribuan *follower* twitternya setiap hari Jum’at. Salah satu tokoh agama sekaligus akademisi yang aktif di facebook adalah Prof Nadirsyah Hosen, dosen senior di Monash Lowa School Autralian. Beliau aktif memposting artikel, vlog, seminar dan informasi keagamaan di akun facebook miliknya yang bernama @NadirsyahHosen. Syeikh Yusuf al-Qardawi, seorang ulama yang memiliki paradigma dakwah yang mengandung ide sivilisasi. Al-Qardawi mengelola dakwah media baru melalui web-dakwah Mauqi’ Samahat al-Syekh al-Qardhawi dan media Islam Web menggunakan lima bahasa. Beberapa contoh di atas menandakan bahwa, sudah ada beberapa fasilitator dakwah -baik secara langsung maupun tidak- telah mengubah paradigma dakwah kepada dakwah kontemporer. Bahkan adanya pembaharuan teknologi sosial media terintegrasi ini, mempermudah para pelaku dakwah untuk menyebarkan *syiar*-nya tidak hanya dalam satu *platform* media sosial. Artinya satu da’i sangat mungkin aktif dalam berbagai sosial media.

Halaqah Silsilah Ilmiah atau akrab dengan sebutan HSI merupakan salah satu komunitas dakwah *on-line* yang ikut mengambil peluang atas kemunculan media baru. Ustadz Abdullah Roy sebagai pembina komunitas ini memanfaatkan ruang dunia maya (*cyberspace*) sebagai media penyampai pesan ajaran-ajaran keislaman. Ustadz Abdullah Roy merupakan seorang doktor

bidang aqidah di Universitas Islam Madinah, pernah menjadi pengajar Bahasa Indonesia di Masjid Nabawi Madinah (2013-2017) dan sekarang menjadi dosen STDI (Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah) Imam Asy-Syafi' Islam Jember serta menjadi pembina komunitas HSI. Meskipun terbilang muda, Halaqah yang baru berdiri sejak 3 dzulkodah 1434 H atau bertepatan dengan 10 September 2013 ini telah memiliki ribuan jamaah dari kelompok akhwat dan Ikhwan yang tersebar di seluruh Indonesia. Bahkan jamaah HSI juga tersebar hingga manca Negara seperti, Malaysia, Amerika, Belanda, Korea dan beberapa Negara lain. Fokus materi dakwah komunitas ini adalah tentang pokok ajaran keislaman aqidah mulai dari dasar keislaman.¹¹ Melalui komunitas ini, terbentuklah ikatan-ikatan sosial antar anggota dalam ruang siber yang memiliki tujuan sama, yakni mempelajari pokok-pokok ajaran Islam, khususnya mengenai aqidah Islam.

HSI menggunakan sosial media berupa WhatsApp sebagai perantara dakwah *on-line*, namun *halaqah* ini memiliki perbedaan dalam sistematika proses dakwah yang dilakukan jika dibandingkan dengan komunitas dakwah lainnya. Komunitas ini membuktikan proses dakwah bisa dilakukan secara intens dan runtut kepada para jamaahnya, meskipun dilakukan dalam ruang virtual. HSI bukanlah komunitas tunggal yang memanfaatkan *WhatsApp* sebagai media penyampai pesan dakwah. Artinya ada banyak komunitas yang menggunakan media ini sebagai media kajian Islam. Beberapa komunitas yang

¹¹ HSI Abdullah Roy, "Tentang HSI," Portal, March 12, 2019, <https://abdullahroy.com/tentang-hsi/>.

memanfaatkan fasilitas *WhatsApp group* antara lain; Muslimah Motivation Jakarta (Mumo), BIAS (Bimbingan Islam), BLC (BISA Learning Center), Dakwah dan Fiqh Islam, Mutiara Hikmah khusus Putra, Mujahidin dakwah.com, Tarbiyah Sunnah Jawa Barat dan beberapa group *WhatsApp* lainnya.

Perbedaan yang mencolok dari HSI dibandingkan dengan komunitas lainnya adalah segi metode dan konsep dakwah yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tentang komunitas HSI, terdapat 5 hal yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah menjadi subjek penelitian yang perlu dikaji.¹² Pertama segi eksistensi. Selain memanfaatkan *WhatsApp* sebagai media utama dan *website* sebagai media pendukungnya, akhir-akhir ini HSI juga menyebarkan dakwah digital melalui banyak media sosial, seperti Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube. Bahkan bulan Maret 2019, HSI meluncurkan majalah *-e-magazine-* serta meluncurkan dakwah baru terkonvergensi berbasis aplikasi yang dapat di *download* melalui *playstore* pada akhir tahun 2019. Eksistensi dakwah yang senantiasa terjaga ini membuat HSI semakin dikenal, dan menarik perhatian dari kalangan mahasiswa/mahasiswi, pasangan suami-istri maupun para akademisi untuk ikut serta menjadi bagian dari keanggotaan jamaah Halaqah.¹³

¹² “Observasi di Yayasan HSI / Wisma HSI” (Yogyakarta: Yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah, Agustus 2019).

¹³ Wawancara, Admin HSI, July 2, 2019.

Kedua adalah segi kuantitas. Meski terbilang muda, kuantitas keanggotaan HSI semakin bertambah di setiap angkatan, baik ikhwan ataupun akhwat. Setiap tahun HSI melakukan dua kali rekrutmen keanggotaan. Kuota Ikhwan sebanyak sepuluh ribu sedangkan kuota akhwat dari sepuluh ribu ditambah menjadi lima belas ribu, untuk kuota admin sebanyak enam ratus. Bahkan kuota angkatan 2020 gelombang 1 kurang lebih ada peningkatan menjadi 25.000 jamaah.¹⁴

Ketiga adalah intensitas dakwah *on-line*. Penyebaran dakwah Islam melalui ruang virtual HSI dilakukan secara masif setiap hari. Hal ini semakin menggambarkan keseriusan komunitas ini untuk secara berkesinambungan menebarkan pengetahuan, pemahaman, kontruksi sosial-keagamaan terhadap para objek dakwah. Komunitas yang fokus pada dakwah menggunakan media modern ini, secara rutin memberikan kajian berupa ceramah *voice note* singkat dari ustadz Abdullah setiap hari. Proses dakwah *on-line* ini dilakukan melalui puluhan grup *WhatsApp* di setiap angkatan, di setiap kelompok (kelompok Ikhwan dan akhwat). Artinya dakwah ini disiarkan setiap hari kepada puluhan grup di setiap angkatannya.

Keempat adalah segi evaluasi atau ujian. HSI tidak hanya menyebarkan syiar Islam kepada anggotanya melalui *WhatsApp* saja. Namun HSI juga menilai tingkat pemahaman para anggotanya dalam menerima pesan dakwah yang telah disampaikan. Bentuk ujian ini terdiri dari EH (Evaluasi Harian), EP

¹⁴ Samroatul Yaniah, Wawancara Admin HSI Akhwat, January 2019.

(Evaluasi Pekan) dan EA (Evaluasi Akhir). Penghargaan berupa pemberian simbol bintang, diberikan kepada para jamaahnya yang mendapat nilai di atas rata-rata, melalui *website*. Setiap jamaah dapat melihat perjalanan hasil ujian atau transkrip nilai dengan memasukkan nama akun dan *password* di *website* tersebut. Selain itu pada ujian akhir, jamaah yang lulus akan diberikan sertifikat ijazah berupa '*syahadah*' dan dinyatakan berhak melanjutkan kepada silsilah yang lebih tinggi. Namun bagi jamaah yang sering absen, tidak intens mengikuti ujian, dan mendapatkan nilai *rasib*¹⁵, maka ia akan diberi surat peringatan dan alternatif terakhir adalah dikeluarkan dari group kajian *WhatsApp* atau disebut dengan *Drop Out*.

Kelima adalah kegiatan silaturahmi para anggota dengan pembina HSI. Bentuk aktivitas dakwah tidak hanya dilakukan dalam ruang *cyberspace* saja, melainkan juga secara tatap muka langsung. Artinya tidak hanya dakwah secara *on-line*, melainkan juga dakwah secara *off-line* berupa kegiatan *dhaurah*. Berdasarkan beberapa faktor di atas, dengan menggunakan pendekatan studi kasus, metode *multi-sited* etnografi, maka penulis melakukan penelitian dan menganalisis tentang bagaimana dakwah *on-line* melalui *WhatsApp*, pergeseran kepada dakwah digital serta bagaimana pengalaman dan persepsi jamaah dalam komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

¹⁵ Program dakwah *on-line* AbdullahRoy memiliki 7 *range nilai* yang menjadi patokan pemberian peringkat terhadap para jamaah belajar dalam dakwah *on-line*. Peringkat nilai tersebut antara lain; *Mumtaz Murtafi* dengan bintang 5 skor 100, *Mumtaz* dengan bintang 4 skor 90-99, *Jayyid Jiddan* dengan bintang 3 skor 80-89, *Jayyid* dengan bintang 2 skor 70-79, *Maqbul* dengan bintang 1 skor 50-69, *Rasib* tanpa bintang dengan skor 1-49, *Ghayyib* tanpa bintang dengan skor 0.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengapa Halaqah Silsilah Ilmiah memilih media sosial *WhatsApp* sebagai media utama dakwah kepada para jamaahnya? Bagaimana proses perkembangan dakwah yang dilakukan oleh Halaqah Silsilah Ilmiah?
2. Mengapa Jamaah tertarik untuk bergabung dalam Halaqah Silsilah Ilmiah? Bagaimana pengalaman dan persepsi mereka? Bagaimana efektivitas pokok ajaran Islam yang diperoleh jamaah berdasarkan nilai efektivitas materi dakwah di HSI?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan dan kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui sejauh mana media sosial terutama *WhatsApp* berperan penting dalam penyiaran dakwah Islam
 - b. Mengetahui bagaimana proses dakwah milenial yang dilakukan oleh Halaqah Silsilah Ilmiah
 - c. Mengetahui faktor ketertarikan objek kajian dakwah terhadap gagasan dakwah era media baru
 - d. Mengetahui bagaimana objek kajian dakwah menerima dan memproses dakwah yang kemudian menjadi pengetahuan ajaran Islam

- e. Mengetahuai bagaimana dakwah media baru yang dilakukan

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam tema digitalisasi dakwah atau dakwah siber. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah khazanah bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama dalam kajian dakwah *on-line* di era media baru. Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis ingin memberikan pengetahuan tentang peran penting pelaku dakwah dalam mengambil peluang dan tantangan serta memanfaatkan hadirnya media baru untuk menyebarkan pesan agama Islam melalui dakwah *on-line*. Terutama dalam kondisi wabah Covid-19 seperti ini, diharapkan dakwah Islam tetap bisa menjaga eksistensi dengan memanfaatkan *wasilah* media baru. Selain itu diharapkan model dakwah ini bisa menjadi referensi serta refleksi bagi para pelaku dakwah untuk menyebarkan *amar ma'ruf nahi munkar* baik dalam kalangan akademisi maupun non-akademisi.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang relevan dengan penelitian penulis adalah hasil riset Efa

F. Nisa¹⁶, seorang dosen Victoria University Wellington yang ditulis dalam

¹⁶ Nisa, "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia," 26.

jurnal *Indonesia and the Malay World*. Riset Efa berjudul “*Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia*” ini membahas tentang fenomena lengsernya orde baru yang memberikan peluang bagi beberapa kelompok Islam untuk menggunakan media sebagai kepentingan dakwah, salah satunya adalah kelompok aktivis Muslim *One Day One Juz* yang menggunakan media sebagai kepentingan dakwah.

Peneliti menganalisis peran media sosial yang digunakan oleh kelompok aktivis Muslim ODOJ untuk mengajak anggotanya menghidupkan kembali membaca Al-quran satu hari satu juz atau satu bulan khatam, melalui aplikasi *WhatsApp*. Riset ini dilakukan dalam tiga kota –Jakarta, Bekasi, Makasar– menggunakan wawancara format semi struktur terhadap tokoh ODOJ, yakni ODOJers dan non ODOJers. Setelah itu Efa kemudian melihat sejauh mana ODOJ memberikan mobilitas terhadap keberagaman ideologi anggotanya. Dari penelitiannya, Efa menganggap fenomena ODOJ melahirkan pergerakan Al-Quran yang masuk dalam sosial keagamaan semi-virtual serta memberikan warna baru terhadap perubahan *media-scape* keagamaan di Indonesia yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Penelitian yang juga relevan selanjutnya adalah karya Iswandi Syahputra, Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang berjudul “Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi dan Peran Masyarakat

Siber Pada Aksi Bela Islam”.¹⁷ Iswandi mengkaji tentang aktivitas dan konstruksi masyarakat siber di media sosial, yang memiliki kekuatan subtil dalam memengaruhi gerakan sosial, seperti aksi bela Islam. Formasi dan aktivitas *netizen* di sosial media merupakan prospek konstruksi sosial masyarakat Muslim kosmopolitan. Hal ini menggambarkan adanya realitas pertemuan personal di ruang personal dalam berbagai bentuk. Berdasarkan penelitiannya, Iswandi menemukan bahwa sosial media merupakan sebuah tanda lahirnya era media baru, adanya aktivitas dari masyarakat jejaring yang mampu mendorong gerakan sosial dalam berbagai bentuk, misalkan gerakan 212. Potret Muslim kosmopolitan Indonesia merupakan berkumpulnya warga Negara karena didorong oleh kesadaran religius tanpa sekat sosial, politik, ekonomi bahkan lintas religiusitas. Potret ini menjadi dasar terbukanya prospek kehidupan Muslim kosmopolitan yang menjunjung tinggi prinsip kemanusiaan universal.

Penelitian lain yang mengkaji bagaimana peran sosial media adalah Faradillah Iqmar Omar, Nor Azili Hassan, Iza Sharina Sallehuddin, dengan judul “*Role of Social Media in Disseminating Dakwah*” (Peranan Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah).¹⁸ Artikel ini mengkaji lahirnya jaringan sosial yang digunakan oleh individu maupun kelompok sebagai media interaksi dan penyebaran informasi yang menawarkan keefektifan penggunaan dalam

¹⁷ Iswandi Syahputra, “Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi & Peran Masyarakat Siber pada Aksi Bela Islam,” *Jurnal Komunikasi Islam*, UIN Sunan Kalijaga 08, no. 01 (2018): 34, <http://dx.doi.org/10.15642/jki.2018.1.1.19-40>.

¹⁸ Faradillah Iqmar, Nor Azili Hassan, and Iza Sharina Sallehuddin, “Role of Social Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah),” 46.

penyampaian pesan dakwah. Komunikasi tatap muka tergantikan dengan komunikasi ruang virtual dalam *social website* yang menawarkan kecepatan dan kemudahan akses asalkan terhubung dengan koneksi internet. Media sosial sebagai bentuk teknologi baru dianggap sebagai sarana utama dalam menyebarkan dakwah. *Da'i* dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengetahuan yang *up to date*, serta dituntut lebih fleksibel dan kreatif, agar pesan dakwah mudah diterima secara terbuka. *Da'i* dalam hal ini menunjukkan urgensinya dalam memberikan pemahaman dan pengaruh terhadap para *mad'u* ketika mereka mengimplementasikan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian penggunaan media direkomendasikan untuk memberi warna baru dalam mengisi konsep Islam termasuk dalam aturan syariah.

Penelitian Hew Wai Weng¹⁹, lebih fokus kepada tokoh komunikator dakwah yang mahir memanfaatkan media sosial untuk mengajak khalayak, yakni Felix Siauw. Untuk menarik khalayak yang lebih luas, Felix Siauw memanfaatkan dakwah lewat teks dan visual melalui hadirnya sosial media sebagai sarana penyebaran dakwahnya. Dakwahnya lebih kepada membujuk orang-orang muslim untuk menjadi lebih soleh dan mempromosikan ideologi HTI kepada kalangan pemuda Muslim. Kesuksesan itu terbukti dengan jutaan pengikut di beberapa sosial media miliknya. Dalam dakwahnya, Felix Siauw menggabungkan dakwah *on-line* sebagai syiar dan *off-line* sebagai pembinaan, dengan menempatkan beberapa sosial media -Felix Siauw memiliki jutaan

¹⁹ Weng, "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw," hlm. 61.

followers di Facebook, Twitter, Instagram, Youtube- sebagai sarana dakwah dan melakukan dakwah rutin secara tatap muka di masyarakat perkotaan dan pedesaan.

Martin Slama²⁰ mengkaji realitas meningkatnya praktek keagamaan melalui sosial media. Slama memaparkan media, keagamaan dan keseharian masyarakat yang senantiasa memanfaatkan kehadiran media baru. Beberapa contoh penelitian yang Slama paparkan antara lain, Dayana Lengauer tentang kelompok 'Muslimah Great' yang menggunakan sosial media untuk mengajak hijrah bagi kalangan wanita muda. Kemudian dalam riset studi kasus etnografinya, dia mengkaji komunitas 'Pejuang Subuh' yang menebarkan semangat dakwah Islam untuk senantiasa sholat Subuh berjamaah di masjid melalui *WhatsApp* sebagai platform utamanya. Penelitian Efa Nisa tentang komunitas ODOJ (*One Day One Juz*) yang memanfaatkan media *WhatsApp* sebagai penggerak anggotanya untuk membaca Al Quran satu hari satu juz.

Dakwah *on-line* tidak hanya tersebar di Jawa, Wahyudin Halim melakukan penelitian terkait dakwah lewat sosial media di Sulawesi Selatan. Kelompok *mubaligh* di pondok pesantren As'adiyah ternyata menggunakan sosial media sebagai sarana syiarnya. Halim menunjukkan bagaimana wakil dari yang lebih muda generasi pengkhotbah menggunakan media sosial untuk mendapatkan popularitas dalam jaringan As'adiyah.

²⁰ Martin Slama, "Practising Islam through Social Media in Indonesia," *Indonesian and the Malay World*, Routledge 46, no. 134 (February 22, 2018): 1, <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>.

Pada penelitian lainnya Slama dengan Fatimah Husein ²¹ meneliti tentang “*On-line piety and its discontent: revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media*”. Dalam penelitiannya ia mengkaji adanya pertentangan sikap masyarakat agama dalam dunia digital dengan bahanya sikap *riya*’. Dalam tulisannya itu diungkapkan beberapa pandangan tokoh agama terkait penyebutan *riya*’ bagi umat Muslim yang memperlihatkan bentuk ibadahnya di tempat umum atau di hadapan publik. Penggunaan media sosial telah menggeser pola ibadah seseorang yang semulanya jarang atau bahkan tidak ada penyebaran secara umum menjadi hal biasa jika ibadah secara massif di *publish* dalam media. Meskipun sebagian menamakan sebagai gerakan yang memotivasi, namun sebagian yang lain menyebutnya sebagai bentuk kecemasan sendiri dalam beribadah, karena itu bagian dari sifat *riya*’.

Contoh dalam subjek penelitian Slama dan Fatimah adalah kelompok ‘Gerakan bersedekah’. Kelompok ini mamaparkan bahwa kegiatan mereka sangat bergantung kepada media sosial. Keaktifan kelompok ini dengan mempertahankan konten yang diposting merupakan bentuk untuk memotivasi saudara lain yang membaca postingannya untuk ikut serta dalam memberikan sumbangan. Menghadapi munculnya beberapa tekanan interpretasi dominan *riya*’, kelompok ini menganggap bahwa tidaklah ada manusia lain yang bisa menilai atau mengukur, karena hanya Tuhan-lah yang mengetahui.

²¹ Fatimah Husein dan Martin Slama, “*On-line Piety and Its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties on Indonesian Social Media*,” *Indonesia and the Malay World, Routledge Taylor & Francis Group* 46, no. 134 (2018): 80–93, <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>.

Berdasarkan pemaparan dari tujuh penelitian sebagaimana disebutkan di atas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian sebelumnya beberapa peneliti fokus terhadap peran media sosial dalam membentuk gerakan keagamaan. Seperti *One Day One Juz* atau ODOJ yang membentuk gerakan Al Quran virtual atau gerakan membaca Al Quran. Sedangkan Iswandi mengkaji tentang peranan media sosial dalam terealisasi gerakan aksi bela Islam 212. Penelitian lain seperti Faradillah I. Omar dan Slama lebih mengkaji tentang peran sosial media yang memberikan keefektifan dalam penyebaran dakwah Islam. Sedangkan Weng lebih mengkaji sosok da'i Felix Siau sebagai penceramah yang dapat mengambil peluang hadirnya media baru. Kemudian penelitian Slama dan Fatimah fokus terhadap dunia digital yang menghadirkan kecemasan masyarakat karena dianggap sebagai sikap riya'.

Berdasarkan beberapa pemaparan penelitian terdahulu, maka fokus dalam penelitian ini lebih mengkaji terhadap proses transformasi dakwah era media baru. Khususnya dakwah *on-line* (*WhatsApp* sebagai media utama dan beberapa media pendukung lainnya) yang digunakan HSI sebagai media efektif dalam menyebarkan pesan dakwah tentang pokok-pokok ajaran Islam kepada para jamaahnya. Sisi lain yang akan penulis teliti adalah keunikan metode dakwah *on-line* yang menggunakan beberapa 'aktivitas dakwah'. Selain itu penulis juga mengkaji dari sisi *mad'u*, tentang ketertarikan mereka bergabung dalam *halaqah* ini, serta bagaimana pemahaman ajaran Islam yang mereka peroleh sebelum dan setelah bergabung.

E. Kerangka Teori

1. Teori Media Baru

Berbicara terkait kemunculan era media baru yang sekarang ini telah berkembang, maka tidak bisa terlepas dari era media lama yang lebih dulu mewarnai kehidupan masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Dalam tradisi sosiokultural, Littlejohn mengatakan bahwa produksi media, tanpa diragukan, merespon terhadap perkembangan sosial budaya dan memengaruhi perkembangannya.²² Di era sekarang, dimana agama menduduki posisi berpengaruh, dan sering kali agama digunakan sebagai alat dalam mencapai tujuan tertentu, maka tanpa diragukan juga, jika media merespon perkembangan agama-agama dunia, termasuk Islam. Kemudian melalui media pula, perkembangan keagamaan saat ini akan dipengaruhi.

Pada teori media klasik, Marshall McLuhan memperkenalkan era media pertama atau *First Media Age*, kemudian di era berikutnya Mark Poster dalam teori media baru, mengenalkan perkembangan media yang ia sebut dengan istilah *Second Media Age* atau era media kedua. Perkembangan media baru mendapat pengaruh besar dari kemajuan bidang teknologi informasi dan komunikasi yang menghasilkan fakta digitalisasi. Menurut Denis McQuail, fakta ini merupakan proses di mana semua teks dapat tereduksi menjadi kode biner dan dapat mengalami produksi dan distribusi serta penyampaian yang sama. Selain itu potensi dari lembaga media adalah terjadinya konvergensi

²² e, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, 410.

dari semua bentuk media. Hal ini dapat tergambar bahwa digitalisasi dan konvergensi lebih evolusioner.²³ Evolusi media yang terjadi ini, memengaruhi berbagai bidang termasuk keagamaan dalam hal dakwah. Masyarakat yang ingin mengikuti kajian dakwah tidak lagi harus menempuh jarak jauh demi bertemu penceramah dan tidak harus bertempat di masjid-masjid atau surau-surau, akan tetapi dengan teknologi digital, media baru menyajikan akses informasi secara mudah kapanpun dan dimanapun. Jarak bukanlah hambatan, dan proses dakwah terkonstruksi tanpa sekat.

Penggambaran tentang perbandingan karakteristik era media lama dan era media baru telah dipaparkan oleh Poster sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perbedaan era media lama dan media baru

Era Media Pertama	Era Media Kedua
Sentralisasi produksi	Desentralisasi
Komunikasi satu arah	Dua arah
Kendali situasi, untuk sebagian besar	Di luar kendali situasi
Reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media	Demokratisasi
Audiens massa yang terpecah	Mengangkat kesadaran individu
Pembentukan kesadaran sosial	Orientasi individu

Sumber: Stephen W. Little John, *Teori Komunikasi Theory of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika, 405, 2009.

Asumsi pada teori ini adalah bahwa media dianggap tidak hanya menyiarkan informasi atau konten simbolik tertentu. Media juga memberikan lambang adanya hubungan sosial yang berinteraksi dengan adanya karakter

²³ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, McQuail's Mass Communication Theory* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 150.

dari teknologi baru.²⁴ Perkembangan media massa senantiasa memiliki sifat dinamis di setiap waktunya. Dimulai dari *first media age* dimana media memiliki sifat satu-arah, kemudian muncul adanya masyarakat masa yang menggambarkan sifat jaringan komunikasi yang lebih rumit daripada sebelumnya. Kehadiran media baru secara berangsur-angsur menghilangkan sifat media massa tradisional yang satu arah dan arus serupa terhadap masyarakat yang seragam. Pada buku Teori Komunikasi, McQuail memaparkan bahwa transformasi media baru ini memberikan perubahan bahwasanya internet secara khusus menyimpang dari ciri teoritis utama dari lembaga media massa, sebagaimana dijelaskan dalam konsep dan model komunikasi massa.²⁵ Perubahan utama yang dirasakan antara lain adalah:²⁶

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
- b. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
- e. Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media
- f. Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'

Media baru dalam teori ini berhubungan dengan berbagai perangkat teknologi komunikasi. Mark Poster menyatakan bahwa media baru jejaring ini merupakan alternatif dari kendala teknis dari media pertama yang memiliki model siaran. Media baru dalam jaringan ini menghadirkan sistem

²⁴ Denis McQuail, 148.

²⁵ Denis McQuail, 65.

²⁶ Denis McQuail, 153.

produsen, konsumen dan distributor.²⁷ Ledakan informasi yang tersaji dalam wadah media baru mempermudah masyarakat dalam menyeleksi, memilih dan memilah informasi mana yang mereka pilih sesuai kebutuhannya. Pengkajian konvergensi media baru menjadi beragam dan sulit didefinisikan ini menjadi menarik, karena kehadirannya dalam wilayah komunikasi massa memengaruhi media massa tradisional. Fokus media baru di sini adalah dalam penggunaan publik internet. Kemunculannya memengaruhi hadirnya beberapa hal baru seperti portal-portal daring, lahirnya transaksi elektronik, forum diskusi interaktif *on-line*, pencarian informasi serta adanya potensi dalam pembentukan beberapa komunitas-komunitas dakwah tertentu. Sehingga pelaku dalam masyarakat jejaring bisa sekaligus menjadi produsen, konsumen dan juga distributor.

Mark Poster memberikan dua pandangan dominan antara perbedaan era media pertama yang penekanannya lebih kepada penyiaran dan era media kedua yang penekanannya kepada jaringan. Pertama *social interaction*, menjelaskan seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Berikutnya adalah *social integration*, lebih kepada bentuk ritual, yakni bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat.²⁸ Dalam interaksi sosial terjadi pergeseran dari era media awal yang minim interaksi dan bersifat informasional satu arah. Sedangkan pada media baru berupa jaringan internet, sehingga pelaku komunikasi lebih

²⁷Stephen W Littlejohn and Karen A Foss, *Encyclopedia of Communication Theory* (Los Angeles, Calif.: Sage, 2011), 2, <http://www.credoreference.com/book/sagecomm>.

²⁸ Littlejohn, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, 413–414.

interaktif. Artinya tidak hanya komunikator saja yang aktif mentransmisikan pesan-pesan informasi, tetapi komunikan juga memproduksi, menelaah dan mendistribusikan pesan. Internet merupakan sebuah tanda dari lahirnya arus globalisasi era media kedua.

Pandangan Poster ini didukung oleh Levy dalam bukunya *cyberculture*, Levy memberikan pandangan bahwa *World Wide Web* merupakan sebuah trobosan yang memberikan peluang bagi masyarakat dalam dunia demokratis jaringan dan membentuk masyarakat yang lebih interaktif.²⁹ Lahirnya trobosan ini memberikan bentuk interaksi baru yang berbeda dengan media lama. Adanya interaksi hubungan antar-pribadi tidak lagi terkemas dalam sifat *face to face*.

Social integration atau integrasi sosial, media tidak hanya diartikan sebagai sebuah wadah untuk menyebarkan informasi, akan tetapi lebih kepada bagaimana masyarakat dapat menggunakan media yang ada sebagai wadah untuk menciptakan masyarakat. Dalam pandangan ini Poster mengemukakan bahwa media bukan hanya sekedar instrumen informasi untuk mencapai ketertarikan diri saja, melainkan lebih dari itu. Media baru menyatukan manusia dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberikan rasa saling memiliki atau kesamaan rasa.

Dalam hal ini, masyarakat yang memiliki satu visi misi, satu ketertarikan, serta ideologi yang sejalan dapat disatukan untuk selanjutnya

²⁹ *Ibid.e*, 413.

membentuk kelompok atau komunitas virtual. Sebuah aplikasi selular *WhatsApp* memudahkan terciptanya masyarakat dalam sebuah kelompok-kelompok yang disatukan dalam sebuah grup. Meskipun interaksi tatap muka yang dijalankan bersifat semu atau bukan yang sebenarnya, namun masyarakat menikmati interaksi yang dilakukan dalam media virtual ini. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sebagai alat interaksi ini seolah memposisikan media itu sebagai manusia. Hal ini sejalan dengan teori *media-equation-theory*, masyarakat pengguna media virtual ini berinteraksi dengan media selayaknya berkomunikasi dengan manusia dalam dunia nyata.

2. Komunikasi Dakwah

Proses dakwah sama halnya dengan kegiatan komunikasi. Secara umum komunikasi merupakan proses menyampaikan pesan antara komunikator dengan komunikan melalui suatu media dan diharapkan menimbulkan efek tertentu. Begitu halnya dengan kegiatan dakwah. Dakwah merupakan proses penyampaian pesan keagamaan dari seorang *da'i* (penyampai pesan dakwah) kepada *mad'u* (penerima pesan dakwah) melalui media tertentu yang kemudian diharapkan menimbulkan efek berupa pemahaman keagamaan.

Dakwah sebagai komunikasi atau selebihnya akrab disebut sebagai komunikasi dakwah ini, memiliki unsur-unsur dakwah yang tidak bisa lepas dari unsur komunikasi. Dalam teori komunikasi awal, Lasswell mengemukakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses

komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*. Pernyataan diatas kemudian oleh Lasswell dijelaskan adanya lima unsur dalam komunikasi yaitu komunikator (*communicator, sender, source*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*) dan efek (*effect, impact, influence*).³⁰

Kelima unsur tersebut sejalan dengan unsur-unsur dalam komunikasi dakwah yang dipaparkan oleh Munir dan Wahyu dalam Manajemen Dakwah.³¹ Persamaan komponen yang ada dalam unsur dakwah dengan model Lasswell dapat dilihat sebagaimana tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Lima Unsur Komunikasi

Komunikasi Laswell	Konsep Komunikasi Dakwah
Komunikator	<i>Da'i</i> (pelaku dakwah)
Pesan	<i>Maddah</i> (Materi dakwah)
Media	<i>Wasilah</i> (Media Dakwah)
Komunikan	<i>Mad'u</i> (Penerima Dakwah)
Efek	<i>Atsar</i> (Efek dakwah)

Sumber: Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001, hlm. 10

Munir dan Wahyu, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm 21-34

Perkembangan konvergensi media dalam arus globalisasi, senantiasa memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 10.

³¹ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 21–34.

transformasi dakwah di era kontemporer. Lima komponen dalam masing-masing unsur saling berkaitan dan memiliki pengaruh antara satu komponen dengan komponen yang lain untuk menuju kepada dakwah kontemporer. Jika berbicara kepada komponen dakwah media baru, kelima unsur di atas saling berkaitan dan memiliki koherensi antara satu unsur dengan unsur lainnya. Untuk lebih jelasnya penulis akan memaparkan penjelasan dari kelima unsur di atas:

1. Pelaku Dakwah

Seorang komunikator dan komunikan dakwah merupakan bagian dari masyarakat sosial yang senantiasa menunjukkan gejala perilaku dinamis. Perubahan perilaku yang mereka lakukan, terutama dalam penyampaian pesan dakwah tidak bisa terlepas dari proses penangkapan informasi yang senantiasa berkembang di setiap waktunya. Pada dunia Islam abad 21, Zainudin Sardar mengemukakan adanya dua peranan spesifik ilmuwan informasi Muslim yang bersinggungan dengan dunia informasi. Pertama peranan sebagai *keeper* atau penjaga gawang. Kedua peranan sebagai pemasok gagasan.³²

Pelaku dakwah sebagaimana dalam teori kognitif kontemporer memproses informasi tersebut dengan cara tertentu melalui struktur kognisi yang disebut dengan *schema*.³³ Intinya adanya kognitif itu

³² Ziauddin Sardar, ed., *Tantangan dunia Islam abad 21: menjangkau informasi* (Kuala Lumpur: Victory Agency, 1989), 20.

³³ Nina N. Syam, *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 70.

digunakan oleh seseorang untuk bagaimana pelaku komunikasi memproses informasi yang datang dari lingkungan, sehingga tercapai keterpaduan lingkungan yang dapat menyusun realitas sosial. Hal ini berlaku pula kepada pelaku dakwah, baik dari segi *da'i* dan *mad'u*.

Demi tercapainya dakwah yang jaya maka kedua unsur ini - *da'i* dan *mad'u*- harus saling mendukung dan memiliki sifat terbuka terhadap hadirnya globalisasi. Menurut Muhammad Imarah -pemikir Mesir- mengungkapkan bahwa permasalahan yang harus dijawab umat Islam adalah menentukan pilihan untuk membiarkan globalisasi Barat atau mengupayakan Internasionalisasi Islam.³⁴ Globalisasi barat merupakan tantangan sekaligus ancaman tersendiri bagi kiprah dakwah jika dominasi barat atas negara-negara Islam semakin menjamur. Oleh sebab itu internasionalisasi Islam lewat terbukanya pelaku dakwah terhadap hadirnya globalisasi diperlukan. Pesan – pesan dakwah sudah semestinya diupayakan dengan mengintegrasikannya ke dalam pergerakan teknologi informasi.

2. Pesan atau *Maddah*

Pesan komunikasi secara umum menyangkut banyak hal dan tidak terbatas. Akan tetapi jika berbicara tentang pesan dakwah Islam, maka *maddah* yang dimaksud adalah ajaran Islam itu sendiri. Beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai *maddah* dakwah antara lain: aqidah,

³⁴ Ilyas Ismail, *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial* (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 3.

tauhid, akhlaq, muamalah, syariah dan lain sebagainya. Dalam menyusun konten dakwah, penting halnya seorang *da'i* mengetahui bagaimana kondisi sasaran dakwahnya. Hal ini bertujuan agar *goal* dari proses syiar dapat tersampaikan dan pengetahuan yang diperoleh dapat diolah *mad'u* sebagai pemahaman keagamaan kemudian teraplikasikan dalam kehidupan jamaah.

3. Media atau *Wasilah*

Kebutuhan akses terhadap media menjadi kebutuhan primer bagi khalayak pencari informasi. Bentuk informasi setiap individu pengguna media beragam, dari informasi pendidikan, hiburan, bisnis sampai informasi pengetahuan keagamaan. Posisi informasi sebagai kebutuhan pokok menjadikan masyarakat pengguna senantiasa memilih media mana yang menghadirkan kebutuhan informasi secara cepat dan tepat. Ini senada pula bagi masyarakat sasaran dakwah yang senantiasa mencari pengetahuan keagamaan lewat media, termasuk media sosial di era digital sekarang.

Ragam media secara umum terbagi ke dalam dua macam, 1) Media konvensional atau *old media*, 2) media digital dan *on-line* atau *new media*.³⁵ Menurut Samrotul, meskipun era sekarang cenderung

³⁵ Ismail, 203.

bersentuhan dengan media *on-line*, namun masih ada pandangan yang menyatakan bahwa media sosial haram hukumnya untuk digunakan.³⁶

Dahulu ketika saya ngaji, ada ustad menolak penggunaan Facebook, itu haram. Mungkin karena banyak gambar (yang negatif). Realitanya, jamaah ustadz juga menggunakan media sosial. Tapi pada akhirnya mereka kucing-kucingan. Penggunaan Facebook-nya secara sembunyi-sembunyi. Akhirnya nama disamarkan, agar tidak ketahuan sama ustadznya.

Pandangan ini sebagaimana yang pernah diungkapkan Amin Abdullah, yang dikutip dalam Buku *The True Da'wa*, bahwa orientasi berpikir dan bertindak umat, belum banyak beranjak dari pola pemikiran yang normatif, tekstual dan doktrinal. Padahal dakwah menurut pandangannya tidak cukup dipahami secara deduktif-normatif, dan hanya dilakukan dengan ceramah atau malah hanya dikendalikan lewat *remote control* dari mimbar ke mimbar.³⁷

Pemikiran kegamaan harus bergeser tidak hanya mengulas tentang pokok – pokok ketuhanan dan agama saja, tetapi juga mengkaji perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian proses dakwah juga harus mengikuti perkembangan media baru yang merupakan bagian dari pembaharuan teknologi itu. Hal ini dimaksudkan karena mengingat bagaimana umat sekarang sudah

³⁶ Samrotul Yaniah, Wawancara jamaah HSI Program Belajar On-line, angkatan 2017 gelombang 2, January 2019.

³⁷ Ismail, *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, 167–68.

berevolusi menjadi umat jejaring yang senantiasa bergantung pada informasi ruang – ruang virtual.

4. Efek atau *Atsar*

Efek merupakan bagian dari tujuan dalam proses komunikasi. Komunikasi pada era informasi sekarang ini dikenal dengan adanya revolusi industri 4.0 yang memberikan layanan serba digital. Penemuan inovasi teknologi media digital membuat perubahan interaksi manusia menjadi lebih instan. Masyarakat digital sangat bergantung terhadap segala jenis informasi, berbanding lurus dengan semakin bergantungnya masyarakat terhadap hadirnya media *on-line*.

Hal ini berarti pelaku dakwah memiliki peluang besar untuk semakin masif dan mudah menyebarkan dakwah Islam melalui media baru yang muncul. Pemakaian media sosial dari perkembangan internet seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang berorientasi pada jaringan. Semakin banyak pelaku dakwah memproduksi pesan dakwah dan mentransmisikannya ke dalam platform-platform media sosial, maka akan semakin banyak pula masyarakat yang mengonsumsi pesan tersebut. Syarat utama bagi para pelaku dakwah adalah bersifat terbuka dan mengarahkan hadirnya globalisasi sebagai paradigma baru dakwah Islam. Dengan terbukanya pelaku dakwah terhadap pembaharuan teknologi maka akan semakin mudah juga visi dan misi dakwah tersebarluaskan kepada objek kajian dakwah.

F. Metode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian tentang “Dakwah dalam Media Baru: Studi Kasus Jamaah *Halaqah Silsilah Ilmiah* di Yogyakarta” ini, peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian dakwah media baru ini menggunakan jenis penelitian kualitatif studi kasus yang bersifat deskriptif dan eksplanatif. Pendekatan ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menjawab rumusan masalah tentang pertanyaan mengapa dan bagaimana. Jenis penelitian di atas dipilih karena peneliti akan mendiskripsikan tentang bagaimana perkembangan dakwah yang terjadi dalam media baru, bagaimana persepsi dan pengalaman jamaah virtual serta nilai efektivitas materi dakwah yang terdapat di HSI.

Sedangkan eksplanasi data dilakukan penulis untuk menjelaskan mengapa media yang utama digunakan adalah *WhatsApp* dan mengapa jamaah tertarik untuk bergabung dengan komunitas atau jamaah HSI ini. Dengan menggunakan jenis studi kasus ini peneliti melihat kasus yang ada berdasarkan komponen dalam unsur komunikasi dakwah. Hal ini tentunya sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah peneliti susun. Beberapa komponen yang dimaksud adalah *da'i*, *maddah*, *wasilah*, *mad'u* dan *atsar*.

Melalui pendekatan ini peneliti menganalisis mengapa *WhatsApp* dipilih *da'i* sebagai *wasilah* dalam dakwah dan bagaimana metode dalam

perkembangan dakwah HSI menuju media baru. Selain itu peneliti juga melihat mengapa *mad'u* tertarik untuk bergabung dan bagaimana persepsi dan pengalaman keagamaan mereka setelah dan sebelum bergabung. Dari sini dijelaskan pula tentang *atsar* dakwah yang mereka dapat. Kemudian yang tidak kalah menarik dari dakwah HSI untuk dikaji adalah tentang bagaimana nilai efektivitas materi dakwah sebagai *thariqah* atau metode dakwahnya.

Analisis penelitian yang digunakan peneliti adalah analisis Miles dan Huberman, dengan metode *Multi-sited* etnografi. Metode ini digunakan untuk membantu kerja lapangan peneliti dalam menganalisis hasil penelitian yang berkaitan dengan *author* dakwah *on-line*, yaitu *da'i*. Selain *da'i* sebagai fasilitator dakwah, peneliti juga menganalisis sisi lain dari objek dakwah atau *mad'u* dalam komunitas HSI. Pengkajian ini tidak hanya dilakukan berdasarkan sisi dakwah *on-line* saja, melainkan juga bagaimana proses dakwah *off-line* yang juga digunakan sebagai pendukung penyebaran ajaran dasar agama Islam HSI.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang digali guna memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan peneliti dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Cara yang dipilih peneliti dalam menentukan sumber data menggunakan *Purposive sampling* (*Purposeful selection*), dengan teknik *maximum variation sampling*. *Purposive sampling* dipilih karena pertimbangan pemilihan informan penelitian yang sesuai

dengan data yang dibutuhkan. Peneliti menentukan sendiri *informan* berdasarkan observasi pra-penelitian yang dilakukan. Misalkan informan dari aspek internal dipilih berdasarkan struktur HSI; Pembina HSI, ketua yayasan HSI, ketua program dakwah *on-line* atau dakwah regular dan ketua program dakwah *off-line* atau Mulazamah.

Sedangkan aspek eksternal adalah dari jamaah virtual sendiri. Jamaah dipilih dari tiap angkatan. Teknik *maximum variation sampling* dipilih untuk mendapatkan *informan* dari dua aspek, internal dan eksternal dalam jumlah yang banyak. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan validasi data dari *informan* yang berbeda pada setiap aspeknya. Adapun sumber data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang memuat data utama, yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan, yaitu *informan*.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada orang-orang yang terlibat dalam dakwah HSI yaitu penyampai pesan dan penerima pesan.

Kegiatan observasi peneliti lakukan untuk mendapatkan data selama pra-penelitian. Sedangkan data dokumentasi untuk mendokumentasikan dan memberikan bukti adanya dakwah *on-line* maupun *off-line* yang ada dalam dakwah HSI.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan diperoleh dari sumber yang sudah dibuat oleh orang lain atau peneliti lain, misalnya dokumen dan buku. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku penunjang, jurnal, majalah dan internet. Data sekunder digunakan peneliti sebagai data pendukung dalam analisis data, serta sebagai bukti adanya perkembangan kegiatan dakwah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dimana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya.³⁸ Metode pokok yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dalam penelitian dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. Wawancara

Dalam wawancara, berbagai jawaban diutarakan oleh berbagai sumber, maka teknik ini merupakan perangkat untuk memproduksi pemahaman situasional atau *situated understanding*.³⁹ Artinya

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), 134.

³⁹ Norman K Denzin and Yvonna S Lincoln, *Handbook of Qualitative Research* (Thousand Oaks: Sage, 2002), 495.

wawancara dilakukan untuk mendapatkan data penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan menganalisisnya berdasarkan teori sebagai pisau analisis penelitian. *Indept interview* dengan teknik *structured interview* dilakukan kepada pihak internal dan eksternal. Pihak internal sebagai informan adalah penyampai pesan dakwah yaitu tim penggiat dakwah HSI, sedangkan pihak eksternal para penerima pesan dakwah yaitu jamaah virtual, terutama jamaah program dakwah *on-line* AbdullahRoy.

Pertama internal, *da'i* sebagai komunikator dakwah, yakni pembina, pembimbing dan admin HSI. *Indept interview* dilakukan untuk memperoleh data penelitian berupa media baru yang digunakan penyampai *maddah* dakwah dan untuk mengetahui bagaimana perkembangan dakwah *on-line* HSI. Selain aspek internal, wawancara juga dilakukan kepada beberapa Jamaah HSI dari kelompok ihwan dan beberapa grup akhwat, sebagai aspek eksternal. Wawancara kepada para penerima dakwah ini dilakukan guna memperoleh data berupa bagaimana pengalaman dan persepsi keagamaan serta bagaimana nilai efektivitas materi dakwah yang dilakukan.

c. Observasi

Observasi merupakan bagian pengumpulan data dimana data diperoleh langsung dari lapangan dengan mengidentifikasi tempat, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran

umum tentang sasaran penelitian.⁴⁰ Tempat dalam hal ini dilakukan secara *off-line* dengan mengunjungi yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta dan di Jember, tempat safari dakwah, serta secara *on-line* dengan mengunjungi beberapa portal media baru yang digunakan dalam *syiar* dakwah media baru.

Observasi dengan teknik partisipatif dan non-partisipatif dilakukan dalam penelitian ini. Teknik partisipatif dilakukan dengan peneliti menjadi *insider*. Artinya peneliti bergabung langsung ke dalam dakwah virtual HSI, menjadi jamaah virtual. Selain itu teknik partisipatif juga dilakukan peneliti secara *off-line* dengan ikut serta dalam safari dakwah yang berbentuk *dhaurah*. Teknik non-partisipatif dilakukan dengan mengobservasi kegiatan dakwah yang berlangsung di media sosial seperti; aplikasi Youtube, Instagram dan portal *website*. Observasi ini dilakukan pra-penelitian dan ketika penelitian berlangsung.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis, film, rekaman yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan penyidik, berupa dokumen pribadi atau dokumen resmi. Dokumen pribadi merupakan catatan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaan. Sedangkan dokumen resmi merupakan dokumen milik

⁴⁰ Dr. J.R. Raco, M.E., M.Sc., *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 112.

Lembaga maupun instansi baik dokumen internal maupun eksternal.⁴¹

Dokumentasi yang peneliti gunakan adalah bahan yang berkaitan dengan kegiatan dakwah HSI: majalah, poster dan brosur.

4. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga sub proses yang saling terkait yaitu reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.⁴² Proses pertama adalah tahap *data reduction*. Data yang sudah terkumpul dari hasil catatan di lapangan atau observasi, wawancara, rekaman dan dokumentasi dilanjutkan kepada tahap selanjutnya.

Tahap ini terdiri dari *data summary*, berupa meringkas data yang relevan terhadap analisis lanjutan dengan merumuskan berdasarkan tema-tema yang telah dibuat, *clustering* dan penyajian cerita secara tertulis. Proses kedua dari tahap analisis adalah *data display* yang digunakan untuk mengkonstruksi informasi yang sudah didapatkan, yang nantinya memungkinkan untuk pengambilan kesimpulan. Hasil reduksi data dikaji sebagai dasar pemaknaan penelitian. *Data display* lebih terfokus meliputi ringkasan terstruktur dan sinopsis, deskripsi singkat, diagram, bagan atau tabel.

⁴¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 216–19.

⁴² Denzin and Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, 592.

Tahap terakhir adalah pengambilan kesimpulan dan verifikasi yang melibatkan peneliti dalam proses interpretasi, penetapan makna dari data yang tersaji. Metode yang digunakan adalah dengan merumuskan pola dan tema, *clustering*, menindaklanjuti temuan-temuan dan cek silang hasil dengan responden sebagai *informan*.



G. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan dalam tesis yang berjudul “**Media Baru dalam Dakwah: Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta**” adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, merupakan bab yang dijadikan acuan penelitian. Bab ini membahas tentang gambaran penelitian yang dilakukan serta pokok permasalahannya, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini menjelaskan tentang Yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah yang telah mengembangkan dakwahnya dengan memanfaatkan dakwah media baru. Beberapa hal yang menjadi pembahasan dalam hal ini adalah bagaimana sejarah dan profil dari yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah tersebut.

BAB III : Bab-III berisi tentang bagaimana Halaqah Silsilah Ilmiah menggunakan ragam media sosial sebagai *wasilah* dalam media baru. Aspek yang diambil dalam Bab ini adalah pihak internal sebagai penyampai dakwah kepada jamaah virtualnya. Subtansi dakwah Islam serta bagaimana metode dakwah *on-line* dipaparkan dalam pembahasan.

BAB IV : Bab IV memiliki koherensi dengan Bab sebelumnya. Jika pada Bab III pembahasan bertitik tolak pada aspek penyampai *maddah*, maka pada Bab ini aspek yang dikaji adalah pandangan dan persepsi keagamaan dari

jamaah virtual. Penelitian ini juga berupaya melihat sejauh mana *maddah* dakwah *on-line* dapat terimplikasikan dalam aktivitas jamaah. Kemudian dilakukan pengkajian mengenai segi efektivitas materi dakwah virtual terintegrasi yang merupakan salah satu ciri khas dari dakwah HSI.

BAB V : Bab V merupakan penutup. Bab ini mencakup kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian. Adanya benang merah peneliti paparkan dalam Bab ini sebagai pertegasan dari pokok bahasan penelitian. Selain itu saran-saran dipaparkan juga dalam pembahasan. Saran ini bertujuan memberikan masukan bagi seluruh pihak terkait dan yang memiliki relevansi terhadap dilakukannya penelitian tesis ini.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Analisis yang dilakukan penulis lebih kepada pembahasan dakwah media baru atau dakwah kontemporer yang digunakan dalam aktivitas dakwah HSI. Adanya pembahasan terkait media baru secara teknik, merupakan pembahasan tambahan. Berdasarkan uraian analisis di atas maka dapat disimpulkan bahwa dakwah HSI terbentuk dari dua faktor, yaitu: kecenderungan masyarakat *native digital*, dan problem terkait masalah sosiologis dan geografis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sasaran akan informasi keagamaan. Oleh sebab itu adanya dakwah kontemporer merupakan jawaban HSI atas tantangan sekaligus peluang dakwah era media kedua. Media *WhatsApp* digunakan sebagai *wasilah* prioritas, sedangkan portal web dan media sosial digunakan sebagai *wasilah* pendukungnya.

Ada beberapa hal yang menjadi landasan ‘kenapa’ *WhatsApp* dipilih HSI sebagai media prioritas penyampai pesan dakwah. Beberapa landasan tersebut antara lain: 1) *WhatsApp* merupakan aplikasi pertama yang digunakan HSI dan dinilai cocok hingga sekarang, 2) hemat dalam hal biaya, 3) fitur grup selalu berkembang, 4) fitur lengkap sebagai media interaktif, 5) fitur *voice note* sangat mendukung syiar dakwah HSI, 6) mayoritas masyarakat dalam berbagai kalangan menggunakan *WhatsApp*, 7) mekanisme penggunaan sangat mudah.

Ruang – ruang virtual yang diciptakan HSI menawarkan fasilitas bagi masyarakat jaringan, sebagai sarana mencari informasi agama secara fleksibel. Adanya penawaran tersebut menciptakan faktor daya tarik tersendiri bagi anggota komunitas HSI. Faktor-faktor tersebut antara lain: 1) Melek Media, 2) Efisiensi, 3) Efektif, 4) Gratis, 5) Pendalaman Agama, 6) Pendalaman IT, 7) Menumbuhkan Solidaritas, 8) Menumbuhkan *Akhlaqul Karimah*. HSI melakukan seleksi terhadap para calon jamaah virtual serta memberikan beberapa persyaratan untuk bergabung. Beberapa diantaranya harus memenuhi terkait poin berikut: niat, gadget, konektivitas, *WhatsApp*, web dasar, evaluasi atau ujian, tata tertib. Tumbuhnya kepekaan pelaku dakwah terhadap manajemen tantangan teknologi, membuat masyarakat sasaran memiliki multi peran dalam proses dakwah digital. Artinya kriteria hadirnya ruang tanpa batas membuka peluang bahwa penyampai pesan dakwah tidak hanya seorang *da'i* saja, melainkan *mad'u* juga dapat mengambil posisi sebagai penerima pesan, penyampai pesan, sekaligus distributor bahkan produsen pesan.

Terdapat empat pengalaman jamaah, terkait dakwah media baru. Pertama kolaborasi, yaitu lahirnya perpaduan pengetahuan agama dan pengetahuan umum berupa pengalaman teknologi. Kedua internasionalisasi dakwah, jamaah HSI menyebar tidak hanya pada wilayah lokal Indonesia saja, melainkan meluas hingga ke manca Negara. Ketiga konvergensi media dakwah, yaitu HSI memberikan pengalaman baru jamaah tentang konvergensi media dakwah. Artinya hanya dengan aplikasi *WhatsApp* dan aplikasi *abdullahroy* –aplikasi ciptaan HSI yang dapat diunduh lewat *playstore*-, jamaah bisa terhubung dengan berbagai *wasilah*

HSI lainnya. Terakhir pengembangan potensi. Pengembangan potensi para jamaah virtual (jamaah dan admin) dilakukan dengan cara: pelatihan-pelatihan khusus, pendalaman materi aqidah, bagaimana cara mem-*posting* konten di aplikasi dakwah, teknik manajemen video, mengedit video, mengelola gambar dan cara men-*design* konten dakwah, teknik manajemen audio, mengedit audio dan merencanakan penambahan interpreter.

Perkembangan pengalaman penggunaan teknologi dan informasi membawa perubahan terhadap agama itu sendiri, serta bagaimana pola keberagamaan umat dalam tataran sosial masyarakat. Hal ini memunculkan persepsi tersendiri bagi jamaah terhadap tiga hal. Pertama dakwah HSI melahirkan persepsi baru terhadap pengetahuan keagamaan dan pengetahuan teknologi, bahwa keduanya saling mendukung dan bisa berjalan beriringan demi terciptanya internasionalisasi Islam. Kedua dari hal pertama, secara umum muncul pandangan tentang dakwah digital, yakni pandangan optimistik dan pesimistik. Ketiga, terkait pandangan optimistik, terdapat tiga nilai dalam menyikapi dakwah media baru, yakni: terbuka, menerima dan *action*.

Dakwah digital merupakan bentuk transformasi dakwah era media lama kepada dakwah media baru. Era globalisasi membawa pengaruh teknologi kepada setiap lini kehidupan, termasuk keagamaan. Melalui dakwah kontemporer, ditemukan enam konsep dakwah HSI, beberapa diantaranya adalah: a) menjaga kontinuitas atau keistiqomahan dakwah HSI. b) Penggabungan dakwah *online* dan dakwah *offline* sebagai upaya menyeimbangkan konsep dakwah. c) Mengikuti pola pendidikan terstruktur. d) Dakwah kontemporer HSI dikemas dalam aktivitas

dakwah dengan program dakwah yang bersifat milineal e) Militansi menjaga kaderisasi. f) Pemanfaatan aspek kemanusiaan dengan membangun karakter *Khoirunnas Anfa'uhum Linnas*.

Setiap konsep sebagaimana disebutkan di atas, memiliki aktivitas dakwah berdasarkan program yang telah dikemas oleh HSI. Setiap program yang diciptakan HSI memunculkan aktivitas yang beragam. Ada beberapa hal yang diperhatikan HSI dalam aktivitas dakwah media barunya antara lain adalah: 1) kondisi masyarakat yang cenderung *native digital*. 2) pengetahuan aqidah sebagai *maddah* dakwahnya karena merupakan dasar dalam ajaran Islam 3) karena basis dakwah adalah virtual, HSI tidak hanya mengembangkan pengetahuan keagamaan saja, namun juga pengetahuan teknologi baru 4) mempertimbangkan kebutuhan masyarakat sasaran akan informasi keagamaan.

Aktivitas tersebut dikemas dalam lima program dakwah HSI yaitu: 1) Program dakwah *online* HSI AbdullahRoy 2) Program mahazi 3) Program HSI TV 4) program HSI Radio 5) Media sosial -Twitter, Facebook dan Instagram-. Dari beragam aktivitas dakwah sebagaimana disebutkan dalam bab III, secara garis besar bentuk aktivitas dakwah HSI adalah *tabligh* yaitu penyampaian *maddah* kepada khlayak secara luas ataupun kepada jamaah HSI. Meskipun mayoritas aktivitas dakwah HSI adalah upaya *tabligh*, namun ditemukan juga aktivitas lain seperti pengembangan potensi *mad'u* dan pengembangan potensi tim HSI. Aktivitas pengembangan potensi ini hanya dilaksanakan pada program dakwah *online* HSI AbdullahRoy.

B. Saran

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah telah mengambil peluang dan sekaligus tantangan dari masyarakat internet yang cenderung *native digital*. Hal tersebut HSI lakukan dengan menciptakan ruang dakwah kontemporer sebagai konsep dakwah HSI. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Model dakwah media baru seperti ini menawarkan nilai fleksibilitas bagi pelaku komunikasi yang terlibat didalamnya. Biasanya metode komunikasi media baru identik dengan komunikasi dua arah. Interaksi antara komunikator dengan komunikan dengan mudah terjadi. Pada proses dakwah HSI dalam aplikasi *WhatsApp* pada grup diskusi, terkadang dilakukan pembatasan interaksi antara penyampai pesan dan penerima pesan. Pengaturan dilakukan dengan membatasi interaksi, yakni hanya admin grup yang dapat melakukan tindakan *chatting*, *posting* dan *sharing*. Hal ini cenderung kepada penggunaan komunikasi satu arah. Pembatasan perlu dipertimbangkan agar grup diskusi bisa digunakan sebagai ruang Tanya jawab yang bermanfaat.
2. Dari semua informan yang penulis wawancarai, menganggap evaluasi dakwah adalah aspek penting dalam dakwah *online* HSI. Ada banyak efek positif yang diperoleh jamaah dakwah *online* ketika sistem ini diterapkan. Namun adanya sistem *drop out* dalam metode evaluasi dakwah, tidak

jarang membuat beberapa jamaah mundur dari kelas virtual. Meskipun banyak jamaah yang termotivasi dengan sistem tersebut, alangkah baiknya jika hal itu dipertimbangkan.

3. Metode dakwah dengan basis *on-line* keagamaan seperti ini digemari oleh masyarakat jejaring yang mendambakan kemudahan. Penyampaian pesan dakwah yang mudah dipahami menjadikan daya tarik sendiri bagi sebagian besar masyarakat. *Maddah* dakwah yang tersampaikan, tak jarang menimbulkan pertanyaan dari masing-masing jamaah yang menerima *maddah* dakwah tersebut. Namun pertanyaan yang muncul tidak bisa langsung mendapatkan jawaban. Hal ini terkait sifat komunikasi satu arah yang lebih dominan. Meskipun ada *tool* ‘tanya ustadz’ dalam laman *web*, namun hal ini dinilai kurang efektif. Penyampaian respon pada kolom komentar atau di kolom interaktif lain secara cepat mungkin perlu dipertimbangkan. Hal ini terkait pentingnya unsur efek yang diperoleh oleh masyarakat sasaran sebagai jamaah virtual.
4. Bagi jamaah yang sudah mencapai silsilah dua, tiga, empat dan seterusnya, akan terkena *Drop Out* jika ada yang mendapatkan nilai Rasib. Dan untuk bergabung kembali dengan dakwah HSI harus mengulang dari langkah awal dan *silsilah* awal. Artinya mengulang kembali *halaqah-halaqah* yang pernah didapat. Alangkah baiknya jika tidak semua jamaah yang di DO mengulang dari awal. Pemberian kriteria atau batasan level *silsilah*, mungkin bisa dipertimbangkan. Jadi mungkin

bagi jamaah yang terkena DO di *silsilah* pertama, maka jika ingin bergabung lagi, mengulang dari tahap awal. Sedangkan bagi jamaah yang terkena DO di *silsilah* ke-enam, maka jika ingin bergabung lagi, mengulang bukan dari tahap awal, melainkan bisa masuk pada kelas *silsilah* ke-tiga atau ke-lima.

5. Dakwah berbasis digital sarat dengan konektivitas internet dan ketersediaan sistem layanan portal web yang mendukung. Terkadang beberapa jamaah mengalami kendala ketika masuk mengerjakan ujian. Pengembangan dan perbaikan sistem secara rutin mungkin bisa dipertimbangkan.
6. Penikmat dakwah HSI sangat luas, tidak menutup kemungkinan para penyandang disabilitas juga mengikuti dakwah HSI. Terutama dalam aktivitas dakwah pada program HSI TV. Penambahan interpreter sebagai penyampai dakwah tambahan mungkin diperlukan agar dakwah HSI bersifat dakwah ramah difabel. Artinya dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat yang normal ataupun yang berkebutuhan khusus.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel

- Abdullah Roy. Wawancara Pembina Halaqah Silsilah Ilmiah, Desember 2019.
- Annisa Rupaiah, dkk. *Konsep Pemikiran Dakwah Hasyim Asy'ari Dalam Pengembangan Pesantren Di Indonesia*. Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam, n.d.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek*. Jakarta : Rineka Cipta, 2002.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Buletin APJII." *APJII*, March 22, 2018.
- Bosch, Tanja E. "Using Online Social Networking for Teaching and Learning: Facebook Use at the University of Cape Town." *Communicatio, University of South Africa Press, Routledge Taylor and Francis Group* 35, no. 2 (2009): 185–200. <https://doi.org/10.1080/02500160903250648>.
- Buletin APJII, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Ikhtiar Edukasi Internet Sehat bagi Masyarakat," Oktober 2019.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa McQuail, McQuails's Mass Communication Theory*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Denzin, Norman K, and Yvonna S Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- Dicky Sofjan. *Agama & Televisi Di Indoneis: Etika Seputar Dakwahtainment*. Focus 15. Geneva: Globethics.net, 2013.
- dkk., Mohamad Fauzan Noordin. "Islamic Perspective Exploratory Review: Creative Multimedia Technology as an Innovative Tool for Da'Wah Dissemination." *International Journal of Creative Future and Heritage (TENIAT), Malaysia* 3, no. 2 (2015): 14.
- Dr. J.R. Raco, M.E., M.Sc. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.

- e, Stephen W. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Fadli, Failasafus. "Model Pendidikan Islam Kreatif Walisongo, Melalui Penyelenggaraan Pendidikan Yang Menyenangkan." *JuPe JURNAL PENELITIAN* 11, no. 1 (2017): 25.
- Faradillah Iqmar, Nor Azili Hassan, and Iza Sharina Sallehuddin. "Role of Social Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial Dalam Penyebaran Dakwah)." In *Islamic Perspective Relating to Business, Arts, Culture and Communication*. Singapore: Springer, 2015. https://doi.org/10.1007/978-981-287-429-0_5.
- Hew, Khe Foon. "Students' and Teachers' Use of Facebook." *CHB Computers in Human Behavior, Elsevier* 27, no. 2 (2011): 662–76. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.020>.
- Ilyas Supena. *Filsafat Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. I. Yogyakarta: Ombak, 2013.
- Islam A. Nassar, Dr. Jamal A. Hayajneh, Dr. Mahmoud, KH., and Almsafir. "Relation between Social Network and Da'wah to Islam A Case Study on Jordanian Students." *International Journal on Islamic Applications in Computer Science And Technology* 1, no. 1 (June 2013): 9–18.
- Ismail, A. Ilyas, and Prio Hotman. *Filsafat dakwah rekayasa membangun agama dan peradaban Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Ismail, Ilyas. *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Prenamedia Group, 2018.
- Kusnawan, Aep. *Komunikasi & penyiaran Islam: mengembangkan tabligh melalui mimbar, media cetak, radio, televisi, film, dan media digital*. Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss. *Encyclopedia of Communication Theory*. Los Angeles, Calif.: Sage, 2011. <http://www.credoreference.com/book/sagecommmt>.
- M. Munir, Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Nasrullah, Rulli. *Komunikasi Antarbudaya : di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Nina N. Syam. *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.

- Nisa, Eva F. "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia." *Indonesia and the Malay World, Routledge Taylor & Francis Group* 46, no. 134 (February 22, 2018). <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.
- Nuris, Anwar. "Ahmad Dahlan Dan Pesantren: Gerakan Pembaharuan Pendidikan, Dakwah, Dan Pemberdayaan Masyarakat Di Indonesia." *dirosat Dirosat : Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2017): 243. <https://doi.org/10.28944/dirosat.v1i2.15>.
- Onong Uchjana Effendy. *Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Poster, Mark. "Visual Studies as Media Studies." *Journal of Visual Culture, SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi)* 1, no. 1 (2002): 67–70. <https://doi.org/10.1177/147041290200100106>.
- Risdiana, Aris, and Reza Bakhtiar Ramadhan. "Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi." *fikrah FIKRAH* 7, no. 1 (2019): 133.
- Rubawati, Efa. "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* Volume 2 (March 1, 2018). <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. 5. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Sardar, Ziauddin, ed. *Tantangan dunia Islam abad 21: menjangkau informasi*. Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1989.
- Shields, Rob, and Hera Oktaviani. *Virtual: sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Slama, Fatimah Husein dan Martin. "Online Piety and Its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties on Indonesian Social Media." *Indonesia and the Malay World, Routledge Taylor & Francis Group* 46, no. 134 (2018): 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>.
- Slama, Martin. "Practising Islam through Social Media in Indonesia." *Indonesian and the Malay World, Routledge* 46, no. 134 (February 22, 2018). <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>.
- Suriani, Julis. "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber." *Jurnal An-Nida', Jurnal Pemikiran Islam, UIN Sultan Syarif Kasim Riau* 41, no. 2 (Desember 2017).
- Syahputra, Iswandi. "Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi & Peran Masyarakat Siber pada Aksi Bela Islam." *Jurnal Komunikasi*

Islam, UIN Sunan Kalijaga 08, no. 01 (2018).
<http://dx.doi.org/10.15642/jki.2018.1.1.19-40>.

Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.

Weng, Hew Wai. "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw." *Indonesia and the Malay World, Routledge Taylor & Francis Group* 46, no. 134 (February 22, 2018).
<https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>.

Zaleski, Jeff. *Spiritualitas Cyber Space, Bagaimana Teknologi Komputer Mempengaruhi Kehidupan Keberagamaan Manusia*. Bandung: Mizan Pustaka, Kronik Indonesia Baru, 1999.

Sumber Elektronik / Internet

HSI Abdullah Roy. "Tentang HSI." Portal, March 12, 2019.
<https://abdullahroy.com/tentang-hsi/>.

HSI TV. "Profil Singkat HSI Abdullah Roy." Video Youtube. *Profil HSI*. Jember, September 16, 2016.

HSIP. "Halaqah Silsilah Ilmiah Peduli." *Profil* (blog), April 2019.
<https://www.hsipeduli.org/>.

Wawancara

Asri Hernastiti. Wawancara jamaah HSI Program dakwah On-line, angkatan 2017 gelombang 2, January 2019.

Bigi Pangestuti. Wawancara jamaah HSI Program Dakwah On-line, angkatan 2015 gelombang 2, January 2020.

Heru Nur Ihsan. Wawancara Ketua yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah, January 2020.

Lutfi. Wawancara redaktur Suara Muhammadiyah, di Pusat Data-Penelitian dan Pengembangan Muhammadiyah, Yogyakarta., Mei 2018.

Meratu Siak. Wawancara jamaah HSI Program dakwah On-line, angkatan 2018 gelombang 2, January 2019.

Nur Hidayah. Wawancara jamaah HSI Program dakwah On-line, angkatan 2019 gelombang 2, January 2020.

Nur Shadrina Khairadania. Sharing Pengalaman, dalam Workshop “Nilai-Nilai Keren Berkarakter” Bagi Komite Sekolah, § Kalijaga Institute for Justice (2018).

“Observasi di Yayasan HSI / Wisma HSI.” Yogyakarta: Yayasan Halaqah Silsilah Ilmiah, Agustus 2019.

Rina Mardiana. Wawancara jamaah HSI Program Dakwah On-line, angkatan 2016 gelombang 1, January 2020.

Samrotul Yaniah. Wawancara jamaah HSI Program dakwah On-line, angkatan 2017 gelombang 2, January 2019.

Sita Ariana. Wawancara jamaah HSI Program Dakwah On-line, angkatan 2015 gelombang 2, Desember.

Wawancara, Admin HSI, July 2, 2019.

Wibowo, Kurnia Adi. Wawancara Ketua Halaqah Silsilah Ilmiah Peduli, November 27, 2019.

Witriani. Literasi Media dalam Workshop “Nilai-Nilai Keren Berkarakter” Bagi Komite Sekolah, § Kalijaga Institute for Justice (KIJ), UIN Sunan Kalijaga (2018).

Yaniah, Samroatul. Wawancara Admin HSI Akhwat, January 2019.

Yulia Yasmin. Wawancara jamaah HSI Program Dakwah On-line, angkatan 2018 gelombang 1, January 2020.