

**PENGARUH PENGGUNAAN GRUP WHATSAPP DAN WEBSITE
DALAM DAKWAH USTADZ ABDULLAH ROY BAGI KOMUNITAS
HALAQAH SILSILAH ILMIAH DI YOGYAKARTA**



Oleh:

Abdul Aziz

NIM: 21202012004

TESIS

Diajukan kepada Progam Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Magister Sosial

YOGYAKARTA

2024



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-150/Un.02/DD/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website dalam Dakwah Ustadz Abdullah Roy bagi Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABDUL AZIZ, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012004
Telah diujikan pada : Kamis, 18 Januari 2024
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. M. Kholili, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 65b088230072f



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.

SIGNED

Valid ID: 65ad9dd6b87b2



Penguji III

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

SIGNED

Valid ID: 65b02de315160



Yogyakarta, 18 Januari 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 65b1c00bb43a3

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 21202012004
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 pada 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, 11 Januari 2024

Saya yang menyatakan,



Abdul Aziz

NIM: 21202012004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
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: Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website sebagai Media Dakwah terhadap Efektivitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy di Yogyakarta

Oleh

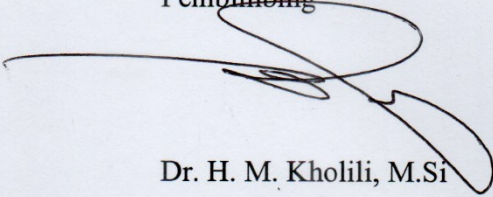
Nama : Abdul Aziz
NIM : 21202012014
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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, 11 Januari 2024

Pembimbing


Dr. H. M. Kholili, M.Si

ABSTRAK

Selama lima tahun terakhir, perkembangan pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Salah satu platform yang sangat populer adalah WhatsApp dan Website. Halaqah Silsilah Ilmiah merupakan salah satu komunitas dakwah online yang ikut mengambil peluang atas kemunculan media sosial tersebut. Ustadz Abdullah Roy sebagai pembina komunitas ini memanfaatkan ruang dunia maya (cyberspace) sebagai media penyampai pesan ajaran-ajaran keislaman.

Berdasarkan konteks diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website sebagai Media Dakwah Terhadap Efektivitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy bagi Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah (HSI) di Yogyakarta”. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Media Baru, S-O-R dan efek dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis, efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta tidak menunjukkan perbedaan signifikan yang dapat diatribusikan penggunaan Grup WhatsApp, Website, maupun kombinasi keduanya. Meskipun ada keterkaitan positif antara variabel-variabel tersebut, nilai signifikansi yang tinggi menunjukkan bahwa perbedaan tersebut tidak statistik signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Grup WhatsApp dan Website tidak secara signifikan mempengaruhi efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas tersebut. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah menunjukkan bahwa beberapa hal dapat berkontribusi terhadap keberhasilan dakwah Ustadz Abdullah Roy. Faktor-faktor tersebut mencakup pengetahuan dan keterampilan Ustadz, relevansi materi dakwah, kepribadian dan karisma, interaksi dengan audiens, pemanfaatan media sosial dan teknologi, konteks sosial dan kultural lokal, keterlibatan komunitas, konsistensi dan kredibilitas, evaluasi dan penyesuaian, serta pemahaman terhadap tantangan dan kebutuhan audiens. Keseluruhan, pendekatan holistik dan adaptasi terhadap dinamika komunitas menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas dakwah.

Kata Kunci: *Efektivitas Dakwah, Halaqah Silsilah Ilmiyyah, Penggunaan Grup Whatsapp Dan Website, Ustadz Abdullah Roy, Yogyakarta.*

ABSTRACT

Over the last five years, the development of internet users in Indonesia has experienced very significant growth. One very popular platform is WhatsApp and Website. Halaqah Silsilah Ilmiah is one of the online da'wah communities that has taken advantage of the emergence of social media. Ustadz Abdullah Roy, as the builder of tHSI community, utilizes cyberspace as a medium for conveying messages of Islamic teachings.

Based on the context above, tHSI study aims to find out “The Influence of WhatsApp Group and Website as Dakwah Media on the Effectiveness of Ustadz Abdullah Roy for the Halaqah Silsilah Ilmiyyah (HSI) Community in Yogyakarta”. The theory used in the study is the New Media, SOR and Dakwah Effect. THSI research aims to determine the effectiveness of Ustadz Abdullah Roy's preaching in the Halaqah Silsilah Ilmiyyah community in Yogyakarta and to find out the factors that influence the effectiveness of Ustadz Abdullah Roy's preaching in the Halaqah Silsilah Ilmiyyah Community in Yogyakarta.

Based on the results of the analysis, the effectiveness of Ustadz Abdullah Roy's preaching in the Halaqah Silsilah Ilmiyyah community in Yogyakarta does not show significant differences that can be attributed to the use of WhatsApp Groups, Websites, or a combination of both. Even though there is a positive association between these variables, a high significance value indicates that the difference is not statistically significant. Therefore, it can be concluded that the use of WhatsApp Groups and Websites does not significantly influence the effectiveness of Ustadz Abdullah Roy's preaching in the community. Analysis of the factors that influence the effectiveness of da'wah shows that several things can contribute to the success of Ustadz Abdullah Roy's da'wah. These factors include the ustadz's knowledge and skills, relevance of preaching material, personality and charisma, interaction with the audience, use of social media and technology, local social and cultural context, community involvement, consistency and credibility, evaluation and adjustment, and understanding of challenges and audience needs. Overall, a holistic approach and adaptation to community dynamics are the keys to increasing the effectiveness of da'wah.

Keywords: *Effectiveness of Da'wah, Halaqah Silsilah Ilmiyyah, Use of Whatsapp Groups and Websites, Ustadz Abdullah Roy, Yogyakarta.*

MOTTO

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR. Muslim, no. 2699)

مَنْ يُرِدِ اللَّهُ بِهِ خَيْرًا يُفَقِّهْهُ فِي الدِّينِ

“Barangsiapa yang Allah kehendaki kebaikan baginya, maka Allah akan memberikan kefaqihan (pemahaman) agama baginya.”

(HR. Al-Bukhari no. 71 & Muslim no. 1037)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur atas terselesaikan karya tesis ini, sehingga penulis persembahkan kepada :

1. Allah *'azza wa jalla* yang selalu senantiasa memberi kasih sayang setiap saat dan juga kesehatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tesis ini.
2. Kedua Orang Tua, Abi Ayah Taryadi dan Ummi Halimah yang tanpa lelah mendoakan dan mensupport segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Kedua Orang Tua Istri, Abi Purnama dan Ummi Surati yang juga mendoakan dan mensupport sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Istri, Fifi Nur Azizah, S.Pd yang tak henti-hentinya memberi semangat dan support dalam hal apapun, sehingga hal itu menjadi energi tersendiri bagi peneliti untuk menyelesaikan karya tesis dengan cepat.
5. Anak-anakku, Muhammad Thaha Almubarak dan Sarfaraz Yusuf Almubarak yang dengan melihatnya memberikan peneliti semangat untuk segera menyelesaikan tesis dengan cepat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'amin. Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan ridho sertakemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis berupa Tesis ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam*, keluarganya, sahabatnya serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. *Aamiin yaa rabbal'amin.*

Tesis ini berjudul **“Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website sebagai Media Dakwah terhadap Efektivitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy bagi Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah (HSI) di Yogyakarta”**. Tesis ini merupakan karya ilmiah yang di hasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis, tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komuniaksi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi salah syarat memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

Penulis sadar keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tesis ini karena dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang paling mendalam kepada :

1. Prof. Al Makin, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
3. Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi

Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Dr. Musthafa, M.Si dan Dr. H. M. Kholili, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang dengan sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik dalam proses penulisan Tesis ini.
5. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum. sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menimba ilmu.
7. Orang tua peneliti Abi Taryadi, Abi Purnama, Umami Halimah dan Umami Surati, Isriku Fifi Nur Azizah, S.Pd dan anak-anakku Muhammad Thaha Almubarak dan Sarfaraz Yusuf Almubarak yang memberi doa, wawasan, dan support segala bentuk kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi teman berproses selama menempuh Studi.

Penulis menyadari bahwa tiada yang sempurna di dunia ini, kecuali Sang Pencipta. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karya-karya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat kepada siapapun.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 11 Januari 2024

Abdul Aziz

21202012004

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Landasan Teori.....	8
1. Dakwah.....	8
2. Media Baru.....	8
3. Media Sosial.....	8
4. Stimulus Organisme Response (S-O-R).....	9
5. Efek Dakwah.....	9
F. Kerangka Teori.....	11
1. Efektivitas Dakwah Pada Komunitas.....	11
2. Pengaruh Website Terhadap Efektivitas Dakwah.....	12
3. Pengaruh Whatsapp Terhadap Efektivitas Dakwah.....	12

4.	Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website dalam Dakwah.....	24
G.	Kerangka Berfikir.....	25
H.	Hipotesis.....	26
BAB II METODE PENELITIAN.....		27
A.	Jenis Penelitian	27
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	27
C.	Populasi dan Sampel	27
D.	Variabel Penelitian	28
E.	Teknik Pengumpulan Data	29
F.	Instrumen Pengumpulan Data	30
G.	Validitas dan Realibilitas Instrumen	33
H.	Teknik Analisis Data	35
I.	Sistematika Pembahasan	41
BAB III GAMBARAN UMUM		43
A.	Profil Yayasan HSI AbdullahRoy	43
B.	Sejarah Yayasan HSI AbdullahRoy	47
C.	Profil Pembina Yayasan HSI AbdullahRoy	49
D.	Divisi-Divisi Yayasan HSI AbdullahRoy	51
BAB IV PENGARUH DAKWAH USTADZ ABDULLAH ROY BAGI KOMUNITAS HALAQAH SILSILAH ILMIAH DI YOGYAKARTA ..		61
A.	Hasil Penelitian	61
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
2.	Uji Deskriptif.....	67
3.	Uji Normalitas	68
4.	Uji Linieritas	69
5.	Uji Korelai Linier	73
6.	Uji Regresi	74
B.	Pembahasan.....	78

1. Efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta	78
2. Faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel penggunaan Whatsapp (X1)	31
Tabel 2.2 Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Website (X2).....	31
Tabel 2.3 Kisi-Kisi Instrumen Efektifitas Dakwah (Y)	32
Tabel 2.4 Rencana Tesis	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Penggunaan Grup WhatsApp (X1)	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Penggunaan Web (X2).....	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Efektifita Dakah Y	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Grup WhatsApp (X1)	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Web (X2)	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Y	66
Tabel 4.7 Uji Deskriptif	67
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.9 Uji Linieritas	69
Tabel 4.10 Grafik Scatterplot.....	72
Tabel 4.11 Uji Korelasi Linier	73
Tabel 4.12 Uji Regresi	74
Tabel 4.13 Uji t	75
Tabel 4.14 Uji F	76

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Presentasi Pengguna Internet di Yogyakarta	2
Gambar I.2 Kerangka Penelitian	4
Gambar I.4. Hubungan Antar Variabel	25
Gambar 3. 1 Logo Yayasan HSI AbdullahRoy	44
Gambar 3. 2 Bagan Struktur Kepengurusan Utama Yayasan HSI AbdullahRoy.	46
Gambar 3.3 Struktur sistem kepengurusan KBM HSI	56
Gambar 3. 4 Flowchart Proses Pembelajaran di HSI AbdullahRoy	57



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Angket	96
Lampiran Uji Pilot	107
Lampiran Hasil Penelitian.....	111
Lampiran Olah Data SPSS.....	169



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era saat ini berdakwah tidak hanya didepan mimbar dan Masjid. Sehingga masyarakat tidak hanya mendengarkan ceramah di Masjid saja. Karena terkadang tidak banyak masyarakat yang rutin setiap hari mendengarkan ceramah di Masjid. Dalam usaha untuk menyebarkan ajaran agama, berbagai metode dan platform telah menjadi kendaraan yang memudahkan dakwah di era ini. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan berbagai platform lainnya, telah menjadi alat yang sangat efektif. Di sini, para penceramah dan tokoh agama memanfaatkan media sosial untuk berbagi ceramah, nasihat, dan pesan-pesan agama, mencapai audiens yang tersebar di seluruh dunia.

Beragam cara berdakwah di era saat ini meliputi majelis ilmu yang memungkinkan diskusi mendalam dan pertanyaan, penulisan buku, artikel, dan blog untuk memperluas pemahaman tentang agama, serta program radio dan podcast yang dapat diakses kapan saja dan dibagikan melalui media sosial. Menurut survey Dewan Masjid Indonesia¹ pada tahun 2018 dengan jumlah responden 888 pemuda yang berdomisili di 12 kota besar menunjukkan hanya 33,6 persen anak muda yang datang ke Masjid setiap hari.

Pemanfaatan media yang tepat dapat membantu dai dalam menyampaikan seruan dakwahnya. Di era teknologi informasi dan perkembangan internet saat ini, media baru, khususnya platform daring dan media sosial, menjadi alat yang sangat efektif untuk seorang dai dalam berdakwah. Pemanfaatan media ini memungkinkan dai untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk pemuda yang mungkin tidak rutin datang ke masjid.

¹ Reza Jurnaliston, "Survei DMI: 33,6 Persen Generasi Muda Beribadah di Masjid Setiap Hari" *kompas.com*, 27 Juli 2018, diakses 1 Juni 2023, <https://nasional.kompas.com/read/2018/07/27/19451331/survei-dmi-336-persen-generasi-muda-beribadah-di-masjid-setiap-hari>

Dai dapat menyampaikan pesan dakwahnya secara online, membuat konten berupa ceramah, artikel, atau video yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja oleh masyarakat. Dengan cara ini, dakwah dapat lebih mudah tersebar dan mencapai generasi muda yang sangat terhubung dengan dunia maya. Berikut Presentase Penduduk Prov. D.I. Yogyakarta Usia 5 Tahun Keatas yang Menggunakan Internet.

Tabel I.1 Presentase Penduduk Prov. D.I. Yogyakarta
Usia 5 Tahun Keatas yang Menggunakan Internet (Persen)

Kabupaten/kota	Tahun		
	2020	2021	2022
Kulon Progo	42.33	53.79	60.09
Bantul	55.95	59.93	68.16
Gunungkidul	34.98	43.23	51.01
Sleman	65.87	71.32	77.72
Kota Yogyakarta	73.39	78.79	83.42
Prov. D.I. Yogyakarta	55.45	61.73	68.68

Sumber: Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Prov. D.I. Yogyakarta, 2023

Penggunaan internet di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I. Yogyakarta) menunjukkan tren peningkatan yang positif dalam tiga tahun terakhir, seperti tergambar dari presentase penduduk berusia 5 tahun ke atas yang menggunakan internet. Kabupaten Kulon Progo mengalami peningkatan yang signifikan dari 42.33% pada tahun 2020 menjadi 60.09% pada tahun 2022. Bantul juga mencatat peningkatan yang konsisten dari 55.95% pada tahun 2020 menjadi 68.16% pada tahun 2022. Gunungkidul menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari 34.98% pada tahun 2020 menjadi 51.01% pada tahun 2022. Sleman mencatat peningkatan yang stabil dari 65.87% pada tahun 2020 menjadi 77.72% pada tahun 2022. Kota Yogyakarta menunjukkan tingkat penggunaan internet yang tinggi, dengan presentase mencapai 83.42% pada tahun 2022. Secara keseluruhan, Provinsi D.I. Yogyakarta mencatat peningkatan dari 55.45% pada tahun 2020 menjadi 68.68% pada tahun 2022. Meskipun terdapat variasi dalam pertumbuhan antar wilayah, data ini mencerminkan peningkatan kesadaran dan akses masyarakat terhadap internet di Provinsi D.I. Yogyakarta.

Salah satu platform yang sangat populer adalah WhatsApp. Data terkini menunjukkan bahwa WhatsApp adalah salah satu aplikasi pesan instan yang paling banyak digunakan di Indonesia. Dengan jutaan pengguna aktif, WhatsApp telah menjadi sarana komunikasi yang vital bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menggarisbawahi bagaimana media sosial, termasuk aplikasi seperti WhatsApp, berfungsi sebagai alat penting untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dalam era digital yang semakin terhubung.

Masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu untuk menggunakan WhatsApp 18,6 jam setiap bulannya. Clair Deevy yang menjabat sebagai direktur kebijakan WhatsApp wilayah Asia Pasifik mengatakan bahwa Indonesia adalah pengguna WhatsApp terbesar di dunia.² Maka sudah seharusnya jika para dai memanfaatkan media WhatsApp sebagai salah satu metode untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran keagamaan.

Diantara penelitian-penelitian yang ada, yang ditemukan melalui jurnal-jurnal dakwah bahwa berdakwah melalui media sosial dinilai efektif dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran agama. Sehingga para aktivis dakwah dituntut untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam penyelenggaraan dakwah. Hal inipun disampaikan oleh Kepala Kanwil Kemenag Provinsi DKI Jakarta Saiful Mujab yang mengatakan bahwa sebagai da'i perlu memiliki langkah dalam membina umat melalui media sosial terutama WhatsApp.³

Ustadz Abdullah Roy adalah seorang doktor aqidah lulusan Universitas Islam Madinah. Ia adalah lulusan dari Universitas Islam Madinah yang kemudian kembali ke Indonesia untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Pada tahun 2013 saat masih menjadi mahasiswa Universitas Islam Madinah dipercaya oleh ulama Arab Saudi untuk menjadi pengisi kajian berbahasa Indonesia di Masjid Nabawi Madinah. Berawal dari mendengarkan ceramah salah satu gurunya di

²Kominfo, "Kominfo, WhatsApp Kenalkan Literasi Privasi Dan Keamanan Digital", [kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id), 11 November 2019, diakses 1 Juni 2023, https://www.kominfo.go.id/content/detail/22824/kominfo-whatsapp-kenalkan-literasi-privasi-dan-keamanan-digital/0/sorotan_media

³Admin DKI Kemenag, "Kakanwil : Dai Harus Mampu Manfaatkan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah", 26 April 2018, diakses 1 Juni 2023, <https://dki.kemenag.go.id/berita/kakanwil-dai-harus-mampu-manfaatkan-media-sosial-sebagai-sarana-dakwah-QU7la>

Arab Saudi pada salah satu siaran radio dakwah yang setiap harinya memberikan faedah-faedah singkat tentang ayat-ayat al Qur'an sekitar 3-5 menit. Kemudian salah satu temannya yang biasa bersama dengannya mengatakan bahwa ia sering memberikan nasihat-nasihat kepada keluarganya di grup WhatsApp dan keluarganya menyukai cara tersebut. Sehingga, dengan hal tersebut ia mulai mengikuti cara temannya dan salah satu gurunya tersebut untuk memulai berdakwah melalui WhatsApp. Kemudian terbentuklah Halaqah Silsilah Ilmiyyah yang digunakan Ustadz Abdullah Roy dalam berdakwah.

Halaqah Silsilah Ilmiyyah atau yang biasa disebut HSI adalah sebuah komunitas pembelajaran Islam secara online menggunakan aplikasi grup WhatsApp. Didalamnya terdapat materi-materi yang disampaikan melalui grup WhatsApp. Sejak pertama kali dilangsungkannya program hingga saat ini peserta yang sudah memanfaatkan HSI sebagai pilihan belajar bagi masyarakat mencapai 500.000 peserta. Total peserta yang masih aktif hingga bulan oktober 2022 adalah 112.000 yang terdiri dari berbagai penjurur dunia dan berbagai macam latarbelakang. Peserta yang paling muda berusia 10 tahun sedangkan yang paling tua berusia 82 tahun.

Meskipun menggunakan sosial media berupa WhatsApp sebagai perantara dakwah online, 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.

Berdasarkan paparan diatas maka dirasa perlu peneliti melakukan penelitian untuk lebih dalam "Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website dalam Dakwah Ustadz Abdullah Roy bagi komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta?
 - a. Adakah Pengaruh penggunaan Grup WhatsApp terhadap Efektifitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta?
 - b. Adakah Pengaruh penggunaan Website terhadap Efektifitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta?
 - c. Adakah Pengaruh penggunaan Grup WhatsApp dan Website terhadap Efektifitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan penelitiannya adalah:

- a. Mengetahui pengaruh dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta.
- b. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dakwah Ustadz Abdullah Roy pada Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Secara Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah keilmuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam khususnya dalam kajian penggunaan grup WhatsApp dan website.

- 2) Memberikan kontribusi intelektual terhadap kemajuan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, serta memberikan solusi dalam memecahkan masalah.
 - 3) Menjadikan referensi dan pijakan terhadap penelitian-penelitian selanjutnya ketika menggali lebih dalam kajian tentang pengaruh penggunaan grup WhatsApp dan Website.
- b. Kegunaan Secara Praktis
- 1) Bagi Pembaca secara umum kegunaan penelitian ini dapat mengetahui pengaruh penggunaan grup WhatsApp dan Website dalam membantu da'i dalam berdakwah.
 - 2) Bagi pengelola Grup WhatsApp dan Website Dakwah Ustadz Abdullah Roy dan pengurus Halaqah Silsilah Ilmiah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi guna meningkatkan kualitas dahwahnya.

D. Kajian Pustaka

Kajian kepustakaan terkait dengan dakwah melalui media sosial dan internet telah banyak dilakukan. Pertama, Abdul Karim⁴ dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dakwah melalui media sangat efektif karena masyarakat yang telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi medsos tersebut, akan tetapi dunia dakwah mempunyai berbagai tantangan yang sangat beresiko terhadap kelangsung nilai-nilai akhlak al-karimah yang menjadi fokus dan inti dari dakwah tersebut.

Kedua, Burhanudin dkk⁵ memaparkan adanya banyak konten dakwah yang bisa disampaikan melalui instagram. Contoh kontens dakwah terdapat dalam

⁴Abdul Karim, "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang", *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1 Juni 2016, 157-172.

⁵Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, & Ulfa Chaerunisa, "Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)", *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 10, no. 2 Desember, 236-246.

instagram @cherbonfeminist diantaranya yaitu: (1) perspektif keadilan (2) hadist-hadist hak perempuan dalam islam (3) pesan motivasi untuk menegakkan keadilan dan kesetaraan (4) belajar menambahkan nilai-nilai keadilan dan kesetaraan.

Ketiga, Dudung Abdul Rohman⁶ mengemukakan bahwa aktivitas komunikasi dakwah melalui media sosial itu menyangkut pola interaksi sosial, pola persuasif, dan faktor ethos atau daya tarik dari aktivitas dakwah melalui media sosial tersebut. Jika aktivitas dakwah melalui media sosial itu ingin efektif dan menarik, maka harus memperhatikan pola-pola tersebut secara baik.

Keempat, Reza Mardiana dalam penelitiannya mengkaji daya tarik dakwah melalui media digital. Dakwah digital seperti dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi yang tren dapat menjadi suatu ketertarikan bagi kaum milenial untuk selalu berdakwah. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya orang yang memanfaatkan media sosial sebagai media dalam upaya penyampaian pesan dakwah.

Kelima, Syintia Nurfitriana dan Arzam⁷ mengkaji urgensi dakwah melalui media sosial. Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Akan tetapi, berdakwah dengan media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. Sehingga benar-benar mendapatkan kemanfaatan dalam ajang beribadah melalui dakwah dalam media sosial.

Sejumlah kajian tentang dakwah di media sosial di atas menunjukkan adanya pilihan media sosial yang agak digunakan, daya tarik, kontens, urgensi, strategi, dan keefektifan dakwahnya. Namun demikian, kajian tentang pengaruh dakwah di media sosial terhadap komunitas yang mengikuti dakwah di media sosial tersebut belum banyak dikaji. Berbeda dengan kajian yang dilakukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, kajian pada penelitian ini difokuskan pada pengaruh dakwah melalui whatsapp terhadap komunitas yang mengikuti dakwah bersangkutan.

⁶ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", *Tatar Pasundan: Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, vol. 8, no 2 2019: 121-133.

⁷ Syintia Nurfitriana & Arzam, "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Beribadah Melalui Dakwah Media Di Era Modern", *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 46 no. 1 Januari – Juni 2022, 85-105.

E. Landasan Teori

1. Media

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar⁸.

2. Media Sosial

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁹ Kelebihan dari media sosial adalah ia merepresentasikan budaya partisipatif dari para penggunanya. Para pengguna media sosial berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan mensirkulasikan kontennya.¹⁰ Sejumlah media sosial yang banyak digunakan yaitu instagram, facebook, youtube, dan whatsapp.

3. WhatsApp

Whatsapp merupakan bagian dari penggunaan teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan adanya digitalisasi yang dapat digunakan sebagai komunikasi antar pribadi.¹¹ Layanan *whatsapp* secara sederhana dipahami sebagai layanan yang sudah ada di *whatsapp*, baik sudah digunakan atau belum digunakan oleh pengguna. Tidak semua layanan yang ada dapat digunakan oleh pengguna sehingga fungsi-fungsi layanan yang ada di dalam fitur pada *whatsapp* tidak dirasakan manfaatnya.

⁸ Asyar, R. Kreatif Mengembangkan Media Pembelajaran. (Jakarta: Referensi GP Press Group, 2012) 17

⁹ Nasrullah, R., *Media Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 13.

¹⁰ Jenkins, H., *Convergence culture: Where old and new media collide*. (New York & London: New York University Press, 2006), 3.

¹¹ Jumiati, "Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat dan Adab", *Jurnal Wahana Akademika*, vol. 3, no. 1 April 2016, 51-65.

4. Website

Website adalah pusat informasi berbasis HTML di Internet. Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).¹²

5. Dakwah

Dakwah menurut istilah adalah segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam wujud sikap, ucapan, dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung maupun tidak langsung ditujukan kepada orang per-orang, masyarakat atau golongan supaya tergugah jiwanya, terpancung hatinya kepada ajaran islam untuk selanjutnya mempelajari untuk menghayati serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.¹³

Dakwah memiliki unsur-unsur sebagai berikut¹⁴ Pesan Agama, Niat dan Kehendak Baik, Pengetahuan dan Kepahaman, Kesesuaian Konteks, Komunikasi yang Baik, Teladan, Keberlanjutan, Keadilan dan Kebijaksanaan, Kepedulian Sosial, Penerimaan dan Keterbukaan.

Pada penelitian ini, unsur dakwah yang dipakai adalah pesan agama, yang menjadi inti dari dakwah, di mana dia berupaya dengan tekun untuk menyampaikan ajaran agama dan nilai-nilai yang berharga kepada anggota komunitas.

¹² Rudika Harminingtyas, "Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi dan Media Informasi dan Pengaruhnya terhadap Brand Image Perusahaan pada Hotel Ciputra di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, vol. 6, no. 3 Oktober 2014, 37-57.

¹³ Zulkifli Musthan, *Ilmu Dakwah*, (Makassar : Yayasan Fatiya, 2002), 1.

¹⁴ Ifitah Jafar dan Mudzhira Nur Amrullah. "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an". *Jurnal Komunikasi Islam Vol 08, Nomor 01, Juni 2018*

6. Teori Media Baru

Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Keberadaan media baru ditandai oleh adanya teknologi internet yang terus berkembang.¹⁵

Ciri- ciri dari media baru adalah : 1. Interkonektivitas, yakni adanya akses terhadap khalayak individu. 2. Interaktivitas, yakni adanya kegunaan berbagai macam jenis manusia. Interkonektivitas maksudnya disini ialah adanya hubungan perangkat, yakni antara perangkat satu dengan yang lainnya saling terhubung.

7. Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R)

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Teori ini berasal dari psikologi, kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia terdiri dari komponen sikap, pendapat dan persepsi (sikap yang berkenaan dengan wawasan atau pemahaman), afeksi (sikap yang berkenaan dengan perasaan), dan konasi (kecenderungan untuk berbuat).¹⁶

Teori S-O-R atau Stimulus Organism Response menjelaskan bahwa ada tiga unsur penting dalam komunikasi model ini yaitu: Pesan (Stimulus), Komunikan (Organism) dan Efek (Response). Artinya pesan yang disampaikan komunikator pada hakikatnya adalah untuk menghidupkan dan mengubah sikap/perilaku khalayak sasaran agar bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.¹⁷

¹⁵ McQuail, Denis. *Teori komunikasi massa*, (Jakarta: Salemba Humanika. 2011). 43.

¹⁶ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, 2009), 35.

¹⁷ Effendy, Uchjana Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

8. Efek Dakwah

Dalam hal ini mencapai tujuan kegiatan dakwah, Jalaluddin Rahmat mengatakan selalu diarahkan dengan mempengaruhi tiga aspek perubahan diri objeknya, yaitu:

a. Efek Kognitif

Efek Kognitif terjadi dengan adanya perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak, efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan ataupun informasi.

b. Efek Afektif

Ini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai.

c. Efek Behavioral

Ini merujuk pada perilaku yang nyata yang dapat dipahami, yang meliputi polapola tindakan, kegiatan atau kebiasaan perilaku.

Pada penelitian ini, salah satu efek dakwah yang diambil sebagai teori adalah Efek Afektif. Efek Afektif berkaitan dengan perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak, yang melibatkan emosi, sikap, atau nilai. Efek ini penting karena dapat menciptakan hubungan emosional antara pemberi dakwah (Ustadz Abdullah Roy) dan audiensnya dalam komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta.

F. Kerangka Teori

1. Efektivitas Dakwah Pada Komunitas

Tujuan dakwah adalah agar manusia ke luar dari lembah kegelapan menuju cahaya yang terang dan membawa mereka kepada kebenaran sehingga mereka selamat dari api neraka dan siksaan Allah, dakwah juga bertujuan agar seorang kafir ke luar dari kekufurannya menuju jalan petunjuk, dakwah juga bertujuan agar orang yang bodoh ke luar dari kebodohnya menuju kepada ilmu pengetahuan, dan agar orang yang

bermaksiat ke luar dari kemaksiatannya menuju ketaatan kepada Allah.¹⁸ Tujuan dakwah adalah mengubah suatu keadaan masyarakat dari yang kurang baik menjadi lebih baik dalam berbagai hal dengan ukuran agama Islam.¹⁹

2. Pengaruh Website Terhadap Efektivitas Dakwah

Website merupakan pusat informasi berbasis HTML di Internet. Website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya. Website mempunyai fungsi yang bermacam-macam, tergantung dari tujuan dan jenis website yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat berfungsi sebagai media promosi, pemasaran, informasi dan media pendidikan.²⁰ Website dapat digunakan sebagai media dakwah yakni menyampaikan pesan-pesan Islam (dakwah) kepada para netizen yang mengaksesnya. Dengan berbagai dinamikanya, dakwah melalui website dapat menjadi media dakwah yang sesuai dengan tantangan kemajuan zaman.

3. Pengaruh Whatsapp Terhadap Efektivitas Dakwah

Whatsapp merupakan media sosial interaktif yang mepresentasikan budaya partisipatif dari para penggunanya. Sifat partisipatif melekat pada whatsapp karena konten whatsapp bisa datang dari pengguna. Pada grup-grup whatsapp, setiap anggota dapat berkomunikasi secara interaktif saling bertukar pendapat atau informasi baik dalam bentuk teks, gambar, suara, ataupun video.

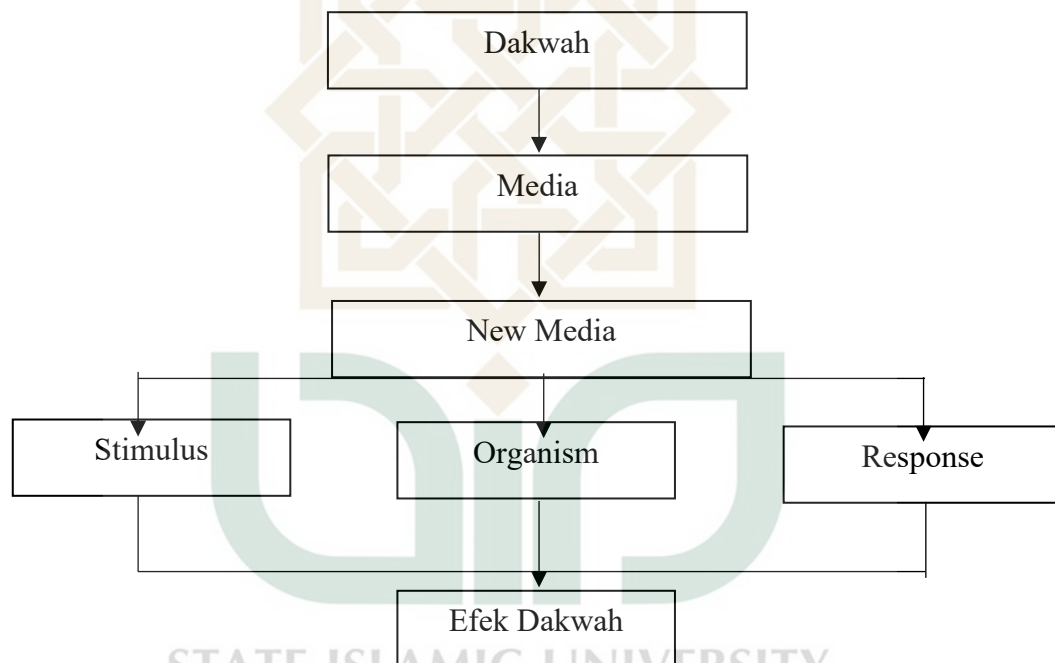
¹⁸ Zainudin, "Dakwah Transformative (Studi tentang Amar Makmur Nahi Munkar dalam Surat Ali Imran Ayat 11)", *Jurnal PMI*, vol. 4, no. 2 Maret 2007, 167.

¹⁹ Rosyidi, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Dakwah Aktif Partisipatif", (dalam *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam "Komunitas"*, Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPM) IAIN Raden Intan Bandar Lampung, vol. 27, no. 1 Juni 2009, 3

²⁰ Rudika Harminingtyas, "Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, vol. 6, no 3 Oktober 2014, 37-57.

4. Pengaruh Penggunaan Grup WhatsApp dan Website dalam Dakwah.

Whatsapp dan website dakwah selalu digunakan untuk melakukan kajian-kajian online secara interaktif. Sifat interaktif melekat dalam komunikasi melalui media sosial termasuk whatsapp.²¹ Setiap anggota komunitas ini secara rutin mendapatkan kiriman audio singkat berisi ceramah melalui whatsapp grup, selanjutnya mereka diberi soal evaluasi sebanyak dua butir soal. Materi yang disampaikan secara sedikit-sedikit dan singkat menjadikan materi terasa ringan dan mudah dipahami.

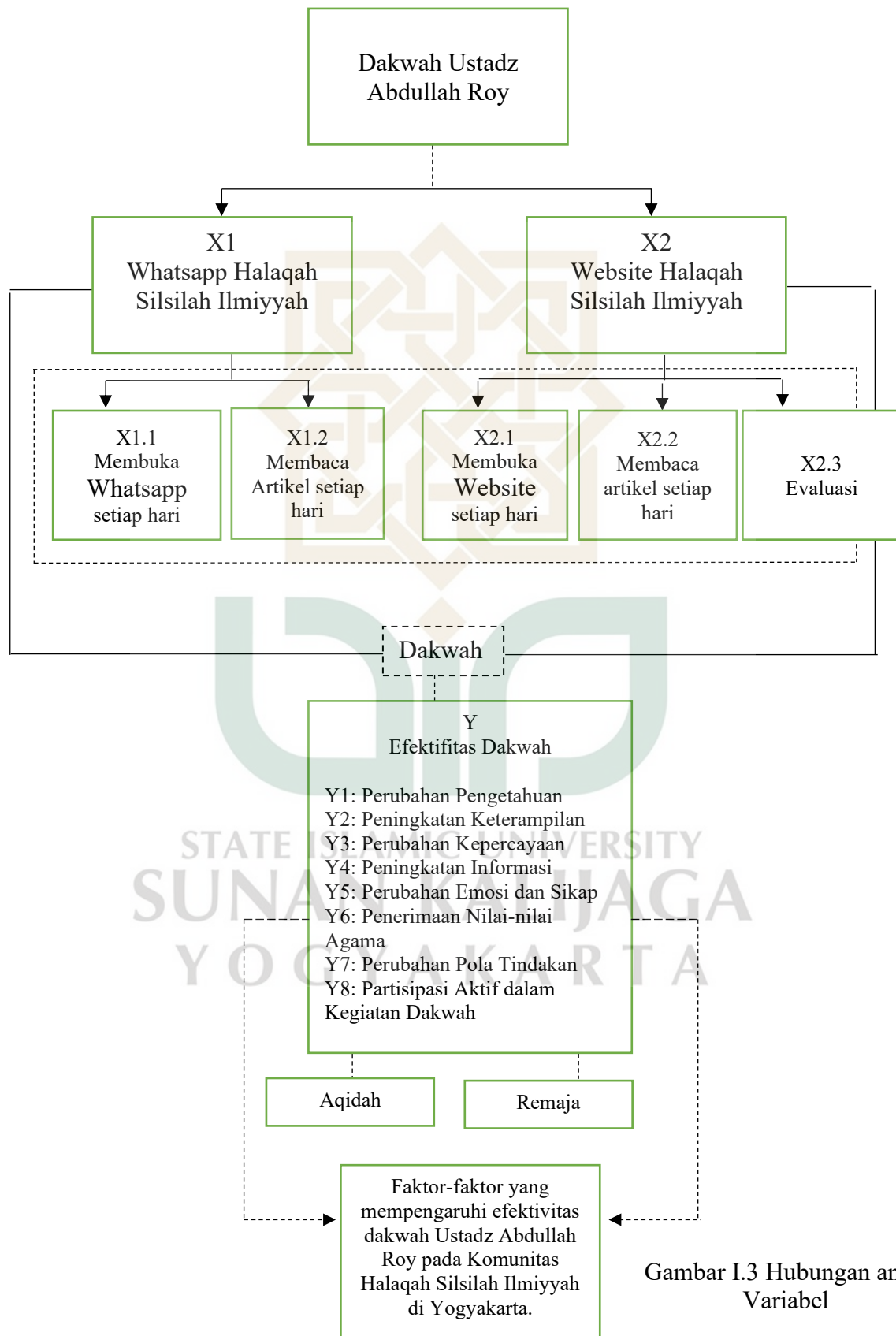


Gambar I.2. Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini, media yang digunakan untuk menyampaikan dakwah oleh Ustadz Abdullah Roy adalah Media Sosial, dengan fokus pada WhatsApp dan sebuah Website. WhatsApp, sebagai platform media sosial utama, memungkinkan pengiriman pesan, video ceramah, dan interaksi komunikasi langsung dengan anggota komunitas.

²¹ Andi Saputra, "Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratifications", *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, vol. 40, no 2 Desember 2019, 207-216.

G. Kerangka Berikir



Gambar I.3 Hubungan antar Variabel

Keterangan

- Hubungan Kualitatif
-▶ Hubungan Kuantitatif
- Wilayah Penelitian
-▶ Keluaran Penelitian

Dakwah Ustadz Abdullah Roy kepada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah disampaikan melalui whatsapp dan website. Materi disampaikan oleh ustadz Abdullah Roy dalam bentuk video ceramah singkat dengan durasi 3-5 menit. Durasi ceramah yang sangat singkat menjadikan kegiatan ceramah bisa disaksikan dalam waktu singkat atau sambil lalu saat mengerjakan tugas-tugas rutin anggota komunitas. Video ceramah ini direspon oleh komunitas dengan cara mengikuti isi ceramah untuk selanjutnya di waktu yang lainnya mengisi soal-soal evaluasi untuk mengetahui pemahaman komunitas terhadap isi dari video ceramah yang disampaikan Ustadz Abdullah Roy. Efek dakwah yang dihasilkan melalui video ceramah Ustadz Abdullah Roy sangat positif, dengan anggota komunitas meresponsnya dengan antusiasme.

H. Hipotesis

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, teori dan kerangka pikir di atas diajukan hipotesis sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif penggunaan Website terhadap efektifitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy di Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh positif penggunaan WhatsApp terhadap efektifitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy di Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta.
3. Terdapat pengaruh positif penggunaan Website dan WhatsApp secara bersamaan terhadap efektifitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy di Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Efektivitas Dakwah Ustadz Abdullah Roy di Komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis, efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiyyah di Yogyakarta tidak menunjukkan perbedaan signifikan yang dapat diatribusikan penggunaan Grup WhatsApp, Website, maupun kombinasi keduanya. Meskipun ada keterkaitan positif antara variabel-variabel tersebut, nilai signifikansi yang tinggi menunjukkan bahwa perbedaan tersebut tidak statistik signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Grup WhatsApp dan Website tidak secara signifikan mempengaruhi efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas tersebut.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Dakwah

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah menunjukkan bahwa beberapa hal dapat berkontribusi terhadap keberhasilan dakwah Ustadz Abdullah Roy. Faktor-faktor tersebut mencakup pengetahuan dan keterampilan Ustadz, relevansi materi dakwah, kepribadian dan karisma, interaksi dengan audiens, pemanfaatan media sosial dan teknologi, konteks sosial dan kultural lokal, keterlibatan komunitas, konsistensi dan kredibilitas, evaluasi dan penyesuaian, serta pemahaman terhadap tantangan dan kebutuhan audiens. Keseluruhan, pendekatan holistik dan adaptasi terhadap dinamika komunitas menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas dakwah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan beberapa temuan terkait efektivitas dakwah Ustadz Abdullah Roy pada komunitas Halaqah Silsilah Ilmiah di Yogyakarta, beberapa saran dapat diajukan:

1. **Pengembangan Strategi Dakwah**
Merancang strategi dakwah yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi anggota komunitas. Menyesuaikan materi dakwah dengan perubahan kebutuhan dan dinamika masyarakat setempat.
2. **Optimalisasi Penggunaan Media Sosial**
Meningkatkan pemanfaatan media sosial, terutama Grup WhatsApp, dengan mengoptimalkan interaksi dan penyampaian pesan. Memastikan bahwa penggunaan media sosial mencerminkan pola komunikasi yang efektif dan membangun keterlibatan yang positif.
3. **Peningkatan Kualitas Website**
Memperbarui dan meningkatkan kualitas konten di website agar lebih menarik dan informatif. Menyesuaikan platform online dengan kebutuhan dan preferensi pengguna agar dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.
4. **Evaluasi Konten dan Keterlibatan**
Melakukan evaluasi konten dakwah dan keterlibatan audiens secara berkala. Menggali umpan balik dari anggota komunitas untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan harapan mereka terhadap dakwah Ustadz Abdullah Roy.
5. **Pelatihan dan Pengembangan**
Melibatkan Ustadz Abdullah Roy dalam pelatihan dan pengembangan konten serta keterampilan komunikasi. Memastikan bahwa Ustadz memiliki pengetahuan yang mendalam tentang isu-isu aktual dan kebutuhan masyarakat.
6. **Penelitian Lebih Lanjut**

Melakukan penelitian lebih lanjut untuk mendalami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas dakwah, seperti persepsi audiens, konteks sosial dan kultural, serta dampak penggunaan media sosial pada penyebaran pesan dakwah.

7. Kolaborasi dan Keterlibatan Komunitas

Meningkatkan keterlibatan komunitas dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dakwah. Memperkuat kerja sama antara Ustadz dan anggota komunitas untuk menciptakan lingkungan dakwah yang inklusif dan berdaya.

8. Penyadaran terhadap Tantangan dan Peluang

Mengidentifikasi dan memahami tantangan yang dihadapi dalam menyampaikan pesan dakwah dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai tujuan dakwah.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arsyad, A. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Effendy, Uchjana Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Farizamakmun. *Dakwah Pembangunan*. Lampung: Pusikamla, 2009.
- Idris, Malik. *Strategi Dakwah Kontemporer*. Makassar: Sarwah Press INDOBIS Group, 2007.
- Jenkins, H., *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York & London: New York University Press, 2006.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Morissan, M.A., Wardhani, Andy Corry, Hamid, Farid. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Musthan, Zulkifli. *Ilmu Dakwah*. Makassar : Yayasan Fatiya, 2002.
- Nasrullah, R., *Media Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. Bandung : Nuansa Cendikia. 2012.
- Yasir. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan. Pendidikan Universitas Riau, 2009.

JURNAL

- Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, & Ulfa Chaerunisa, *Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)*, *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Volume 10, No. 2, Desember, 236-246.
- Abdul Karim, *Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang*, *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1 Juni 2016, 157-172.

- Andi Saputra, Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratifications, *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40 (2) Desember 2019, 207-216 DOI: 10.14203/j.baca.v40i2.476
- Boulos, M.N.K., Giustini, D.M., & Wheeler, S., Instagram and WhatsApp in Health and Healthcare: An Overview, *Future Internet* 2016, 8, 37; doi:10.3390/fi8030037 www.mdpi.com/journal/futureinternet
- Cahyono, A. S., Pengaruh Media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik* Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 2016, 140–157, 140.
- Dudung Abdul Rohman, Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial, Tatar Pasundan *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung*, Volume XIII Nomor 2 Tahun 2019: 121-133.
- Jumiatmoko, Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat dan adab. *Jurnal Wahana Akademika*. Volume 3 Nomor 1, April, 2016, 51-65.
- Muhammad Habibi, Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2018, 101-116
- Nursifa Faujiah, Sekar Nanda Septiani, Tiara Putri, & Usep Setiawan, Kelebihan dan Kekurangan Jenis-Jenis Media, *Jutkel: Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik* Vol. 3 – No.2, Year (2022), 81-87
- Rudika Harminingtyas, Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi dan Media Informasi dan Pengaruhnya terhadap Brand Image Perusahaan pada Hotel Ciputra di Kota Semarang, *Jurnal STIE Semarang*, Vol 6, NO 3, Edisi Oktober 2014,
- Sony Eko Adisaputo & Sutamaji, Strategi Dakwah Dalam Media Sosial, *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi)*, Vol. 6. No. 1. April 2021, 1-11
- Syintia Nurfitri & Arzam, Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Beribadah Melalui Dakwah Media Di Era Modern, *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, Edisi Januari – Juni 2022 Vol. 46 No. 1, 85-105.

Yunidar Cut Mutia Yanti, Psikologi Komunikasi Dalam Meningkatkan Dakwah Da'i Di Masjid Fajar Ikhlas Kelurahan Sumberejo Kecamatan Kemiling, Al-Adyan, Volume 14, Nomor 1, Januari-Juni, 2019 DOI: <https://doi.org/10.24042/ajsla.v12i2.2112>.

TUGAS AKHIR

Ahmad Ja'far Shodiq, *Identifikasi Alasan Calon Responden Menolak Kuesioner Pt Aksis Ordinat*. Tugas Akhir D3 thesis, Universitas Airlangga, 2014.

INTERNET:

<https://dki.kemenag.go.id/berita/kakanwil-dai-harus-mampu-manfaatkan-media-sosial-sebagai-sarana-dakwah>

<https://nasional.kompas.com/read/2018/07/27/19451331/survei-dmi-336-persen-generasi-muda-beribadah-di-masjid-setiap-hari>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/22824/kominfo-whatsapp-kenalkan-literasi-privasi-dan-keamanan-digital/0/sorotan_media