

BAB II

Gaya Komunikasi, Dakwah dan Media Sosial

A. Gaya Komunikasi

Setiap orang memiliki gaya keunikan tersendiri saat berkomunikasi. Jadi, dengan mengetahui seperti apa gaya komunikasi tentunya akan memudahkan kita untuk berinteraksi.

1. Pengertian Gaya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, gaya memiliki banyak konotasi kekuatan, sikap, irama/lagu, elok dan ragam (cara, rupa, dan bentuk) yang khusus mengenai tulisan, karangan, pemakaian bahasa, dan bangunan rumah.³⁸ Jadi mengenai gaya bisa diartikan bahwa ciri khas seseorang dalam menyatakan pikiran dan perasaanya dalam bentuk tingkah laku atau lisan bahkan tulisan dalam konteks komunikasi gaya bisa diartikan ragam (cara) seseorang dalam mengemukakan sesuatu dengan bahasa untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

2. Pegertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang dilakukan orang untuk menyampaikan informasi atau gagasan dengan tujuan untuk memberikan suatu berita atau pengumuman menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain baik individu maupun kelompok.³⁹

³⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, “*Kamus Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Pusat bahasa, 2008), h. 449.

³⁹ Erick Kurniawan, Antonius Rachmat, “ *Teknologi Informasi dan Komunikasi*”, (Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Nasional), h. 5.

Sebagaimana dikutip oleh Ponco komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dengan menggunakan ekspresi muka, lukisan dan teknologi.⁴⁰

Sebagaimana dikutip oleh rayudaswati, **Laswell** mendefinisikan komunikasi secara eksplisit dan kronologi menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi yaitu:

- a. Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber).
- b. Mengatakan siapa (isi informasi yang disampaikan)
- c. Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima)
- d. Melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi)
- e. Dengan akibat/ hasil apa (hasil yang terjadi-pada diri penerima).⁴¹

Pengertian komunikasi secara umum itupun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis, dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksud adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi

⁴⁰ Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yokyakarta: Samudra Biru, 2018), h. 3.

⁴¹ Rayudaswati Budi, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Makassar: KRETAKUPA, 2010), h. 9.

berlangsung manakala orang-orang yang terlibat didalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikan itu.⁴²

3. Macam-macam Komunikasi

Dalam menjalankan kehidupan sehari-hari pastinya setiap individu membutuhkan sebuah komunikasi demi mendapatkan sebuah informasi. Komunikasi di bagi menjadi dua bentuk yaitu:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik itu secara lisan maupun tertulis.⁴³ Setidaknya ada tiga ciri utama dalam komunikasi verbal yang menandai wujud atau bentuk komunikasinya:

- a. Bahasa verbal adalah komunikasi yang kita pelajari setelah kita menggunakan komunikasi nonverbal. Jadi, komunikasi verbal ini digunakan setelah pengetahuan dan kedewasaan kita sebagai manusia tumbuh.
- b. Komunikasi verbal dinilai kurang universal dibandingkan dengan komunikasi nonverbal, sebab bila kita keluar negeri misalnya dan kita tidak mengerti bahasa yang digunakan masyarakat setempat maka kita bisa menggunakan bahasa isyarat nonverbal.

⁴² Zikri Fachul Nurhadi, Achmad Wildan Kurniawan, “*Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*”. Dalam *Jurnal Komunikasi* Vol. III no 1, (April 2017), h. 91.

⁴³ Desak Putu Yuli Kurniati, “*Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal (Komunikasi Kesehatan)*”, (Denpasar: Universitas Udayana, 2016), h. 7.

c. Komunikasi verbal merupakan aktivitas yang lebih intelektual dibandingkan dengan bahasa nonverbal. Melalui komunikasi verbal kita mengomunikasikan gagasan dan konsep-konsep yang abstrak.⁴⁴

2. Komunikasi Nonverbal

Sebagaimana dikutip oleh Ponco Dewi Karyaningsih, Atep Adya Barata menyampaikan bahwa: “ Komunikasi Nonverbal adalah komunikasi yang diungkapkan lewat obyek di setiap kategori lainnya (the object language), komunikasi menggunakan gerak (gesture) sebagai sinyal (sign language), serta komunikasi melalui tindakan atau gerak tubuh (action language).⁴⁵

B. DAKWAH

Dakwah adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang orang kepada kejahatan baik secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia baik di dunia hingga di akhirat.⁴⁶ Adapun pengertian dakwah juga dijelaskan dalam pembahasan selanjutnya.

1. Pengertian Dakwah

Istilah dakwah sering kali kita dengar dalam kehidupan sehari-hari, terminologi yang paling sederhana dakwah dapat ditemui dalam banyak

⁴⁴ Dian Sri Mulyani, “*Pengantar Ilmu Komunikasi- Pesan Verbal dan Nonverbal*”.

⁴⁵ Ponco Dewi Karyaningsih, “*Ilmu Komunikasi*”, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), h. 164.

⁴⁶ Zulkarnaini, “*Dakwah Islam Di Era Modern*”, dalam jurnal *Risalah*, Vol 26. No 3 (September 2015), h. 156.

bentuk. Ceramah, pengajian, diskusi, tabligh akbar, bahkan obrolan-obrolan santai dalam konteks membangun pemahaman yang mendalam tentang ajaran islam kerap kali dipahami sebagai aktivitas dakwah.

Secara bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Kata ini berasal dari *isim maf'ul* “*du'aan*” dan *isim masdar* “*da'watan*”, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.⁴⁷ Sebagaimana yang telah tertulis, bahwa Al Qur'an mengulang kata dakwah dan derivasinya sebanyak 321 kali. Selain kata dakwah beserta derivasinya, beberapa kata lain yang memiliki makna sepadan dengan dakwah juga berulang kali disebutkan. Misalnya, kata *tabligh* dan derivasinya disebutkan sebanyak 76 kali, termasuk *amar ma'ruf* disebut 9 kali, kata *tabshir* sebanyak 86 kali, kata *tanzir* sebanyak 130 kali, kata *tadzkirah* sebanyak 293 kali, kata *tausiah* sebanyak 32 kali dan kata *nasihat* sebanyak 13 kali.⁴⁸

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa dakwah adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap umat untuk menyampaikan ajaran-ajaran islam. Dakwah adalah kewajiban yang harus ditegakkan oleh umat islam, kapan dan dimana pun mereka berada. Dakwah dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, misalnya melalui perbuatan (akhlak), tutur kata (lisan), dan melalui tulisan (surat kabar).

⁴⁷ Ahmad Warson Munawwir, “*Al Munawwir Kamus Arab-Indonesia*”, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), h. 406.

⁴⁸ Moch Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019) ,h.2.

2. Unsur Dakwah

Untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan dakwah membutuhkan suatu unsur-unsur yang mendorong kegiatan dakwah itu berjalan dengan lancar. Tiga unsur dalam dakwah antara lain: (1) Adanya seorang da'i, (2) Mad'u, (3) Materi Dakwah/ Maddah, (4) Metode dakwah /Thariqah, (5) Media Dakwah/Wasilah, (6) Efek Dakwah/Atsar.

a. *Da'i*

Da'i dalam bahasa arab yaitu orang yang mengajak, nama lain dari da'i yaitu mubaligh, ustadz, kyai, dll.

Da'i merupakan unsur yang paling penting, sebab tanpa da'i islam hanya sekedar ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. “ Biar bagaimanapun baiknya ideologi islam yang harus disebarkan di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkan”. ”.

Dalam Metodologi Pengembangan ilmu Islam, dikutip bahwa sifat-sifat yang harus dimiliki da'i secara perorangan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sanggup memerangi musuh dalam dirinya sendiri yaitu hawa nafsu untuk taat sepenuhnya kepada Allah dan Rosul Nya sebelum memerangi hawa nafsu orang lain.

2. Sanggup bertaubat dari hal-hal maksiat yang dapat merndahkan dirinya dihadapan Allah dan dihadapan masyarakat.
3. Mampu menjadi khasanah dengan budi dengan akhlaknya bagi masyarakat yang menjadi mad'unya.

Memiliki persiapan mental :

- a. Sabar, yang meliputi sifat-sifat teliti, tekad yang kuat, tidak bersikap psimis dan putus asa, kuat pendirian serta selalu memelihara keseimbangan akal dan emosi.
- b. Senang memberi pertolongan kepada orang lain dan bersedia berkorban, mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dan harta serta kepentingan yang lain.
- c. Cinta dan memilii semangat yang tinggi dalam mencapai tujuan.
- d. Menyediakan diri untuk berkerja yang terus menerus secara teratur dan berkesinambungan. (Abdul 'Ala Al Maududi, 1984 : 36-54).⁴⁹

b. Mad'u

Mad'u adalah penerima dakwah/ sasaran dakwah baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama islam atau non islam dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

⁴⁹ Mohammad Hasan, ' *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* ". (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 59.

c. *Materi Dakwah/ Maddah*

Dalam berdakwah seorang da'i atau aktivis dakwah berusaha menambah ilmu agar ia memiliki cadangan bekal yang cukup untuk dipersembahkan kepada orang lain dan agar mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan kepadanya. Dengan bekal keimanan dan ketaqwaan upaya untuk menambah ilmu merupakan bekal yang amat penting bagi kelangsungan dakwah.

Materi dakwah merupakan bagian penting dalam proses berdakwah sebagai acuan pokok da'i dalam membarikan perubahan baik sasaran dakwah. Materi dakwah diklarifikasikan menjadi tiga bagian antara lain:

1. *Adab/akhlak*

Secara bahasa akhlak adalah bentuk jamak dari *khilqun* atau *khuluqun* yang artinya budi pekerti, tingkah laku, perangai, atau tabiat. Istilah akhlak mempunyai sinonim dengan *etika* dan *moral*, etika dan moral berasal dari bahasa latin yang berasal dari kata *etos* maknanya kebiasaan, dan *mores* artinya kebiasaannya. Kata *akhlak* berasal dari kata kerja *khalaqa* yang artinya menciptakan. *Khaliq* maknanya pencipta atau Tuhan dan *makhluk* artinya yang diciptakan, sedangkan *khalafa* maknanya penciptaan. Kata *khalaqa* yang mempunyai kata yang seakar di atas mengandung maksud bahwa akhlak mempunyai jalinan yang mengikat atas Tuhan dan

manusia. Pada makna lain kata akhlak dapat diartikan tata perilaku seseorang terhadap orang lain. Jika perilaku ataupun tindakan tersebut didasarkan atas kehendak Tuhan maka hal itu disebut sebagai *akhlak haqiqi*.

Oleh karena itu, akhlak dapat dimaknai tata aturan atau norma kepribadian dan perilaku yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia (*habluminannas*) dan manusia dengan Tuhan (*habluminallah*).⁵⁰

Dengan berbagai karakteristik dalam kehidupan bermasyarakat dapat dikatakan bahwa aktivitas dakwah selalu bertujuan untuk membangun nilai-nilai kemanusiaan dari zaman ke zaman. Bukankah Nabi Muhammad SAW mengungkap alasan beliau diutus menjadi rosul, yakni untuk menciptakan manusia-manusia dengan akhlak yang utama (*li utamimma makarimal akhlak*)? Beliau diutus bukan untuk membuat manusia menjadi lebih pandai, kaya, sukses dan lainnya, tetapi dengan tujuan yang amat sederhana yaitu membuat manusia agar mempunyai akhlak yang terpuji.

Dalam islam akhlak setidaknya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. *Rabbani*. Ajaran akhlak dalam islam bersumber dari wahyu ilahi, yaitu Al Qur'an dan As Sunnah. Ciri ini menegaskan

⁵⁰ Badrudin, "*Akhlak Tasawuf*", (Serang: IAIB Press, 2015), h. 10.

bahwa akhlaq dalam dalam islam bukanlah moral yang kondisional dan situasional, tetapi akhlaq yang benar-benar memiliki nilai mutlak. Ciri ini yang mampu menghindari kekacauan nilai moralitas dalam hidup manusia.

- b. *Manusiawi*. Ajaran akhlaq dalam islam sejalan dan memenuhi tuntutan fitrah manusia. Akhlaq islam akan memelihara eksistensi manusia sebagai makhluk terhormat, sesuai dengan fitrahnya. Akhlaq islam juga akan mendorong manusia untuk merindukan dan menemukan kebahagiaan sejati.
- c. *Universal*. Ajaran akhlaq dalam islam sesuai dengan kemanusiaannya yang universal dan mencakup segala aspek kehidupan manusia. Keseluruhan aspek tersebut meliputi dimensi yang vertikal (hubungan dengan Tuhan) dan horizontal (hubungan sesama makhluk).
- d. *Keseimbangan*. Manusia menurut pandangan islam memiliki dua kekuatan dalam dirinya, kekuatan baik pada hati nurani dan akal nya, dan kekuatan buruk pada hawa nafsunya. Ajaran akhlaq dalam islam mendorong manusia agar mampu mengendalikan dua potensi yang telah diberikan Allah kepadanya, sehingga kehidupan pribadi manusia muslim adalah manusia yang seimbang, antara pemenuhan

kewajiban terhadap sang khaliq dan pemenuhan kewajiban antar sesama makhluk.

- e. *Realistik*. Manusia adalah makhluk yang tidak luput dari kesalahan, selain memiliki kelebihan dibanding makhluk Allah lainnya. Ajaran akhlak dalam Islam mendorong manusia untuk memperbaiki diri dari kesalahan yang telah dilakukannya dengan cara bertaubat. Bahkan dalam kondisi yang terpaksa, Islam membolehkan manusia melakukan sesuatu yang dalam keadaan biasa tidak dibenarkan. Akhlak dalam ajaran Islam dengan demikian bersifat realistik, atau memperhatikan kenyataan keadaan manusia.⁵¹

Ciri-ciri akhlak tersebut menunjukkan bahwa akhlak dalam Islam tidak hanya terkait proses interaksi manusia dengan Allah dan atau sesama manusia semata. Ajaran akhlak dalam Islam meliputi seluruh tata aturan hubungan manusia dengan Allah dan semua makhluk, termasuk lingkungan.

2. Akidah

Aqidah artinya simpulan, yakni kepercayaan yang tersimpul dihati. *Aqidah* adalah jama' dari *aqidah*. *I'tiqad* berarti kepercayaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

⁵¹Ilyas Asaad, "*Akhlaq Lingkungan : Panduan Berperilaku Ramah Lingkungan*", (Tangerang: Deputi Komunikasi Lingkungan dan Pemberdayaan Masyarakat, 2011), h.20.

perkataan: *aqaid*, i,tiqad adalah kepercayaan yang tersimpul dalam hati.

Ilmu tauhid terkadang juga disebut dengan “*ilmu aqaid*” dan “*ilmu i'tiqad*”, karena ilmu ini membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan keyakinan yang terpatri dalam hati.

Prof T.M. Hasbi As shiddieq dalam bukunya “*Sejarah an Pengantar Ilmu Tauhid/ Ilmu Kalam*” hal 42 mengutamakan mudhlu aqidah sebagai berikut: “Pokok pembicaraan ilmu tauhid, ialah aqidah yang diterangkan dalil-dalilnya. Dimaksud dengan aqidah ialah “ pendapat dan fikiran atau anutan yang mempengaruhi jiwa manusia, lalu menjadi sebagai suatu suku dari manusia sendiri, dibela dan dipertahankan dan dii'tiqadkan bahwa hal itu adalah benar harus dipertahankan dan dikembangkan”.⁵²

3. *Syari'ah*

Secara terminologis (istilah) *syari'ah* diartikan sebagai tata aturan atau hukum-hukum yang disyaratkan oleh Allah kepada hamba-Nya untuk diikuti. Diperjelas oleh pendapat Manna' al Qaththan, bahwa syariat berarti “*segala ketentuan Allah yang*

⁵² Nurnaningsih Nawawi, “*Aqidah Islam Dasar Keahlian Beramal Shalih*”, (Makassar: Pusaka Almailda, 2017), h.9-10.

*disyaratkan bagi hamba-hamba-Nya, baik menyangkut akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah.*⁵³

d. Metode Dakwah/ Thariqah

Metode dakwah merupakan cara/ jalan bagaimana seorang da'i mampu memberikan materi dakwah dan pesan-pesan dalam dakwah mampu diterima oleh mad'u atau sasaran dakwah.

Metode dakwah menurut Salahudin Sanusi berasal dari kata *methodus* yang artinya jalan ke *methode* yang telah mendapatkan pengertian yang diterima oleh umum yaitu cara-cara prosedur atau rentetan gerak usaha tertentu untuk mencapai suatu tujuan.⁵⁴

Dari pendapat diatas menekankan bahwa seorang da'i dalam kegiatan dakwahnya harus mempunyai maksud dan tujuan seperti apa perubahan yang akan diberikan terhadap sasaran dakwah.

Dalam Al Qur'an surat An Nahl ayat 125 juga menjelaskan mengenai metode dakwah yang berbunyi:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang

⁵³ Rohidin, “*Pengantar Hukum Islam*”,(Yogyakarta: Lintang Aksi Aksara Books, 2016), h. 5.

⁵⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, “*Pengantar Ilmu Dakwah*”, (Qiara Media,2019),h.46.

*lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.*⁵⁵

e. Media Dakwah/Wasilah

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu dari kata “*Medius*” yang memiliki makna “*alat perantara*”. Sedangkan kata media merupakan jamak dari kata tersebut. Menurut bahasa arab media sama dengan wasilah " وَسِيلَةٌ " / wasilatan. Berasal dari kata وَسَلَّ - يَسِلُّ ش وَسَيْلَةً yang berarti berbuat atau beramal untuk mendekatkan diri kepada sesuatu.⁵⁶ Karena itu, kata wasilah berarti jalan atau sarana yang menyambung dan mendekatkan sesuatu dengan yang lain.

Sebagaimana dikutip oleh Moh aziz, Asmuni Syukir berpendapat bahwa media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.⁵⁷

Dalam ilmu komunikasi, media diklarifikasikan menjadi yaitu:

1. Media terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon dan sejenisnya.
2. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.

⁵⁵ Q.S An Nahl: 125

⁵⁶ Ahmad Warson Munawwir, “*Al Munawwir Kamus Arab-Indonesia*”, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), h. 1559.

⁵⁷ Moh Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah Edisi Revisi*”, (Jakarta: Kencana, 2004), h.245.

3. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar, yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.⁵⁸

f. Efek dakwah/ Atsar

Dalam kegiatan dakwah seorang da'i baik pastinya mempunyai tujuan yang mulia, yaitu memberikan pemahaman ilmu terhadap penerima dakwah atau masyarakat. Selain menjadi tujuan dakwah, memberikan ilmu terhadap orang lain adalah wajib hukumnya kecuali ilmu yang tidak bermanfaat atau yang mendekatkan orang lain kedalam kemaksiatan.

Sebagaimana diketahui bahwa dalam upaya mencapai tujuan dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan pada diri obyeknya, yakni perubahan dari aspek pengetahuannya (knowledge), aspek sikapnya (antitude) dan aspek perilakunya (behavioral).⁵⁹ Terkait dengan tiga aspek tersebut dalam pemahaman dakwah terdapat tiga kebutuhan yang perlu dimiliki,

1. Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Kebutuhan ini berhubungan dengan hasrat dan dorongan-dorongan untuk

⁵⁸ *Ibid*, 348.

⁵⁹ Mohammad Hasan, "*Metodologi Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*", (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 84-85.

memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.

2. Kebutuhan Afektif adalah kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan, emosional.
3. Behavioral, memiliki keterampilan yang manfaat bagi dirinya dan orang lain. Keterampilan biasanya diperoleh dari saluran-saluran interpersonal: orang tua, atasan, pelatih atau guru.

C. Media Sosial

Media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berintraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

1. Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunanya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya.⁶⁰ Sebagaimana dikutip dalam buku *Social Media for Government* menyatakan secara sederhana, media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan , membagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada

⁶⁰ Endah Triastuti, dkk., “*Kajian dampak Pengguna Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*” (Jakarta: Pusat Kajian Komunikasi, 2017), h. 16.

khalayak yang lebih banyak lagi. Oleh karena itu, media sosial mempunyai efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja (multiplier effect).⁶¹

Dari pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang dan waktu.

2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik memberikan ciri khas sebagai unsur pembeda dalam hal apapun, sebagaimana juga terdapat dalam ruang lingkup media sosial. Adapun karakteristik media sosial yaitu sebagai berikut,

a) Jaringan (Network)

Jaringan komputer adalah sebuah sistem yang terdiri atas komputer dan perangkat jaringan lainnya yang berkerja bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan yang utama. Tujuan dari jaringan komputer ini adalah:

- a. Membagi sumber daya: pemakaian CPU, Printer, Harddisk, memori
- b. Komunikasi: *e-mail, instant massaging, chatting.*
- c. Akses informasi: *web browsing.*

b) Informasi

⁶¹ Rosarita Niken Widiastuti, *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta Pusat: Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik,t.th), h. 4-5.

Informasi adalah suatu berita atau pengumuman yang diproses sedemikian rupa sehingga menjadi sesuatu yang dapat diberitakan kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan berita menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain baik individu maupun kelompok.

Sebagaimana dikutip oleh Hamdi Agustin “ *informasi adalah data yang telah diproses dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan bermanfaat bagi keputusan saat itu atau keputusan mendatang*”.⁶²

1. Jenis-jenis informasi

a. Informasi berdasarkan persyaratan

- Informasi yang dapat dipercaya

Merupakan sebuah keharusan kerana berdampak pada hasil keputusan yang diperoleh. Apabila informasi yang diterima adalah informasi yang benar maka keputusan dari informasi tersebut menjadi tepat dan dapat dioptimalkan. Informasi yang baik juga timbul dari seorang yang jujur dan dapat dipercaya.

- Informasi yang tepat waktu

⁶² Hamdi Agustin, “ *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*” (Depok: Rajawali Pers, 2019), h. 24.

Maksud dari informasi yang tepat waktu yaitu informasi yang diberikan dengan sumber-sumber yang jelas. Disini makna “tepat” menjadi hal yang relatif artinya seorang yang mendapatkan informasi tidak harus bersamaan melainkan sesuai dengan kebutuhan penerima informasi.

- Informasi yang bernilai

Yang dimaksud dengan informasi yang bernilai adalah informasi yang berharga untuk keputusan. Suatu keputusan adalah hasil pilihan dari sejumlah alternatif yang paling kecil risikonya.

- a. Informasi berdasarkan dimensi waktu

Informasi berdasarkan dimensi waktu dibagi menjadi dua bagian yaitu;

1. Informasi masa lalu adalah sebuah berita yang diambil dan mengenai peristiwa lampau.
2. Informasi masa kini adalah informasi mengenai peristiwa-peristiwa sekarang.

- b. Informasi berdasarkan sasaran

Informasi berdasarkan sasaran dapat kita lihat dalam pengertian informasi diatas dengan

tujuan memberikan pemahaman kepada seseorang baik individu maupun kelompok. Oleh karena itu, peran media juga sangat dibutuhkan dalam menjalankan misi komunikasi. Media sebagai penyaluran informasi ada bermacam-macam baik dari surat kabar, internet, radio, televisi, pamflet, brosur, dll.

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan dimanapun melalui perangkat apapun.⁶³

d) Interaksi

Interaksi merupakan suatu tindakan atau hubungan timbal balik antara dua atau lebih pelaku yang ditimbulkan dari komunikasi yang saling mempengaruhi baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam berinteraksi dapat kita gambarkan ketika kita menghadapi pelaku komunikasi dalam lingkungan masyarakat. Sekiranya beginilah syarat-syarat berinteraksi:

1. Kontak

⁶³ Dewi Oktaviani, “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*”, (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, 2019), h. 14.

Kontak berasal dari kata latin cum atau con yang berarti bersama-sama, tangere yang berarti menyentuh. Jadi kontak merupakan gejala dimana orang dapat mengadakan hubungan dengan pihak lain tanpa mengadakan hubungan fisik, misalnya melalui media komunikasi.

2. Komunikasi

Menurut Astrid Komunikasi adalah kegiatan perorangan lambang yang mengandung makna yang perlu difahami bersama oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi.⁶⁴

e) Simulasi Sosial

Media sosial memberikan pengaruh besar terhadap penggunaannya, dalam media sosial merupakan salah satu karakteristik dari masyarakat informasi. Perubahan masyarakat yang dulunya hanya mengenal interaksi sosial secara langsung, tetapi saat ini seseorang mampu melangsungkan kegiatan interaksinya dengan internet.

Masyarakat informasi ini dapat dijelaskan bagaimana masyarakat dalam hubungannya dengan aktifitas informasi dan komunikasi yang difasilitasi oleh kemampuan produk Information and Communication technologies (ICT) modern

⁶⁴ Asep Mulyana, dkk., "*Interaksi Sosial*", (Jawa Barat: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat, 2017), h. 6.

berupa internet. Dalam hal ini, masyarakat informasi sendiri digambarkan bahwa masyarakat tersebut memiliki kemampuan dalam berinternet yaitu menciptakan, mendistribusikan, menggunakan dan memanfaatkan informasi untuk kepentingan dalam bidang ekonomi, politik, dan aktifitas kebudayaan.⁶⁵

f) Konten oleh Pengguna

Karakteristik media sosial lainnya konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten dalam pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten produk orang lain.⁶⁶

g) Penyebaran

Penyebaran konten merupakan karakter lainnya dari media sosial. Penyebaran konten merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.⁶⁷ Maksud dari perkembangan ini khalayak mampu memberikan kontribusinya terkait opini-opini yang ada tetapi juga tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna saja melainkan didistribusikan oleh orang lain.

⁶⁵ Shiefti Dyah Alyusi, “*Media Sosial: Interaksi, Identifikasi Dan Modal Sosial*”, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2016), h. 24.

⁶⁶ Dewi Oktaviani, “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*”, (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro, 2019), h. 15.

⁶⁷ Ibid., h. 16.

3. Aplikasi- aplikasi Media Sosial

Di era modern seperti saat ini, media sosial menjadi salah satu kebutuhan pokok sebagai saran seseorang mendapatkan informasi. Selain mendapatkan informasi media sosial juga biasa digunakan sebagai media bisnis, media dakwah dan masih banyak peran-peran media sebagai sumber informasi. Peran media sosial sebagai perantara kini terlihat begitu besar. Dari adanya aplikasi-aplikasi, mendukung proses mudahnya informasi dikirim dan diterima oleh khalayak. Aplikasi-aplikasi di media sosial yang sering digunakan antara lain;

1. Facebook

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam organisasi, lembaga penelitian, dan perusahaan terkenal yang menggunakan sistem jaringan dan teknologi. Facebook pertama kali hadir pada bulan Februari 2004 dengan Mark Zuckerberg sebagai pendirinya.

Facebook sangat luas jangkauannya dan tidak terbatas. Hal ini memungkinkan ada diantara mereka yang berasal dari budaya yang berbeda. Walaupun bentuk komunikasinya berbentuk kata-kata atau tulisan dan simbol-simbol, tetapi makna sebuah kata itu sangat banyak dan beragam, sehingga komunikasi melalui facebook menjadi syarat dengan makna yang tidak difahami. Oleh karena itu dibutuhkan perbaikan cara

komunikasi antar budaya dalam berkomunikasi melalui facebook.⁶⁸

2. Twitter

Situs Twitter adalah sebuah aplikasi online yang merupakan bagaian dari blog, bagian ponsel/ alat Instan Massaging (IM) yang dirancang untuk memberitahu pengguna dalam menjawab pertanyaan “ *what’s happening?*” yang terdapat dalam timeline (tampilan layar) Twitter. Pengguna atau user Twitter atau yang sering disebut dengan istilah “*tweeps*” memiliki batasan sebanyak 140 karakter pada setiap postingan (*tweet*) untuk menuliskan apapun yang ada dalam pikirannya. Bayak tweet menjawab pertanyaan dari apa yang pengguna lakukan, tetapi banyak pengguna lain juga memberikan tanggapan atas tweet yang dituliskan, merujuk ke sumber berita online yang menarik pengguna, perenung, atau pertanyaan. Twitter dapat diakses dengan ponsel dan SMS klien, sehingga dapat dengan mudah bagi pengguna untuk tetap berkomunikasi kapan pun dan dimanapun mereka berada.⁶⁹

3. Youtube

⁶⁸ Irham, “*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*”, (Skripsi Fakultas Adab dan Humaniora UIN Alauddin Makassar, 2014), h. 14

⁶⁹ Nana Rohanawati, “*Alih Fungsi Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Alih Fungsi Situs Microblogging Twitter pada Pengguna Twitter)*”, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret, 2012), h. 60-61.

Youtube merupakan salah satu aplikasi yang menyediakan informasi berupa video. Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer diman para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Stave Chan, dan Jawed Karim. Umumnya video-video youtube adalah video klip film, Tv, serta video buatan para penggunanya sendiri.⁷⁰

Salah satu layanan google ini, memfasilitasi penggunanya untuk mengupload video dan bisa di akses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan youtube adalah database yang populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya Youtube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisinya lalu kemnudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain.

Saat ini youtube menjadi siitus online video provider yang paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video diupload ke Youtube setiap menitnya dengan 6 Milyar view per hari. Youtube telah menjadi berbagai macam kebutuhan dan

⁷⁰ Feronika Azmil, “*Sejarah singkat Youtube, situs Video Sharing Terbesar*”, artikel di upload pada 2 september pada <http://m.Merdeka.com/amp/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-terbesar-teksstory>.

penggunanya, fitur-fitur yang digunakan dengan teknologi saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.⁷¹

Perkembangan teknologi informasi idealnya dapat dimanfaatkan oleh pengelola pendidikan guna meningkatkan kualitas pembelajaran. Beberapa hasil penelitian mengemukakan manfaat yang dapat diambil dari penggunaan youtube dalam pembelajaran. *“the use of Youtube can play a vital role in helping pupils understand the lessons, improve English speaking lessons using Youtube videos increased student confidence about their english-speaking abilities”*. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan Youtube dalam pembelajaran mampu meningkatkan situasi pembelajaran yang dengan indikator siswa lebih aktif dan creative selama pembelajaran. Siswa juga dapat menyalurkan seluruh idenya dengan bebas dan membuat pembelajaran lebih asik dan menyenangkan.⁷²

4. Whatsapp

WhatsApp didirikan pada 24 Februari 2009 oleh Brian Acton dan Jan Koum. WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk smartphone, jika dilihat dari fungsinya Whatsapp hampir

⁷¹ Fatty Faiqah, dkk. *“Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas MakassarVidgram”*, dalam jurnal komunikasi KAREBA, Vol. 5 No 2 (Juli-Desember, 2016), h. 259-260.

⁷² Indra Saputra, dkk., *“Model Pembelajaran Youtube Based Learning”*,

sama dengan aplikasi SMS yang biasa digunakan ponsel lama. Tetapi WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. WhatsApp bisa diunduh di aplikasi playstore.

WhatsApp memiliki beberapa fitur diantaranya yaitu:

- Mengirim pesan teks
- Mengirim foto dari galeri ataupun kamera
- Mengirim video
- Mengirim berkas-berkas kantor atau yang lainnya
- Menelpon melalui suara, termasuk mengirim pesan suara yang dapat didengarkan penerima setiap saat.
- Mengirimkan lokasi memanfaatkan GPS
- Mengirimkan kartu kontak
- WhatsApp juga mendukung mengirimkan emoji, namun untuk stiker WhatsApp tergolong minimalis. Berbeda dengan Aplikasi Line yang lebih getol mengembangkannya.

Di WhatsApp, pengguna juga dapat mengatur panel profilnya sendiri, terdiri dari nama, foto, status serta beberapa pengaturan privasi untuk melindungi profil dan juga alat bantuan untuk membackup pesan, menggunakan nomor akun dan melakukan pembayaran.⁷³

5. Instagram

⁷³ Bmbang Winarso, “*Apa Itu WhatsApp, Sejarah dan Fitur-fitur Unggulannya*”, artikel di akses pada 2 Desember 2016 dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-whatsapp>.

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, android, windows phone dimana pengguna dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto atau video ke dalam halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto dan Video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah following dan follower. Following berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan follower berarti pengguna lain mengikuti anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang diterjabagikan.

Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger. Di tangan kedua Instagram sukses membuat rekayasa jejaring sosial facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.⁷⁴

Khususnya pada instagram, terkait dengan penggunaannya instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan dari berbagai kalangan saat ini. Menurut data digital transformation world tahun 2019, instagram

⁷⁴ Bambang Winarso, "Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?", artikel diakses pada 17 September 2015 dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>.

menempati urutan ke 5 sebagai platform media sosial pengguna terbanyak di dunia saat itu.⁷⁵

⁷⁵ Muhammad Fitra Alfajri, *Pemanfaatan Social Media Analytic Pada Instagram Dalam Peningkatan Eektivitas Pemasaran*”, Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8, No. 2, (Desember 2019), h. 1-11.