

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masjid berasal dari bahasa Arab yang berarti *sajada* yang artinya tempat sujud atau tempat menyembah Allah Swt (Wahidin, 2011). Bumi yang kita tempati adalah masjid bagi kaum muslim. Setiap muslim boleh melakukan salat di wilayah manapun di bumi ini terkecuali kuburan, di tempat yang bernajis, dan di tempat-tempat yang menurut ukuran syariat islam tidak sesuai untuk dijadikan tempat salat. Pemilihan kata masjid untuk menyebut tempat shalat adalah karena sujud merupakan perbuatan paling mulia dalam shalat untuk mendekatkan diri kepada Tuhan.

Masjid juga merupakan sarana ekspresi estetika dan budaya suatu bangsa. Realita yang dapat dilihat saat ini adalah banyak orang berlomba-lomba membangun dan menghias bangunan fisik masjid secara berlebihan, dengan mengabaikan fungsi utamanya yaitu dalam membina keimanan dan ketaqwaan masyarakat (Rifa'i, 2016). Di masa Nabi saw, maupun sesudahnya masjid menjadi pusat sentral kegiatan umat muslim, masjid berfungsi sebagai pusat pengembangan kebudayaan Islam, seperti halaqah atau berdiskusi, pengajian atau majelis taklim, tempat perkumpulan pemuda, tempat mengaji dan memperdalam ilmu pengetahuan agama ataupun umum.

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, mengundang atau mengajak. Sedangkan Secara terminologi, dakwah adalah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar. Dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah untuk merubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke

jalan Allah, dan secara bertahap perikehidupan yang Islami (Rakhmawati, 2016)

Aktivitas dakwah menjadi kewajiban bagi pemeluk agama Islam, bukan hanya tugas seorang da'i maupun da'iyah. Namun aktivitas dakwah tentunya harus didasarkan kepada pemahaman agama secara baik dan dapat menerapkan dalam berkehidupan sehari-hari. Sehingga tidak muncul keraguan terhadap mad'u. Aktivitas dakwah berdasarkan firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Terjemahan Kemenag 2019

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik”.

Apabila sarana dan infrastruktur digunakan secara strategis untuk mentransmisikan ajaran Allah Swt, upaya dakwah akan berjalan dengan lancar. Oleh sebab itu, aktivitas dakwah harus mampu menjangkau berbagai aspek kehidupan manusia, baik sosial, teknologi, ekonomi dan sebagainya.

Mudahnya ajaran Islam ditransmisikan kepada masyarakat dipengaruhi oleh cara dakwah benar, yaitu dengan lembut dan bijaksana (Amin, 1997). Meskipun terimplementasikan tidak dapat menutup adanya hambatan dan tantangan pesatnya perkembangan zaman. Seperti teknologi menjadi salah satu tantangan aktivitas dakwah. Hadirnya teknologi dapat berdampak positif maupun negatif tergantung bagaimana seseorang memosisikannya. Namun tidak menutup kemungkinan perubahan perilaku masyarakat juga akan berubah, sebab penggunaan media sosial di Indonesia

mencapai 56% atau 150 juta jiwa dari total populasi (Harahap & Adeni, 2020).

Media sosial memiliki peran penting dalam aktivitas organisasi, termasuk pada aktivitas sosial keagamaan. Perkembangan media sosial merupakan salah satu dari dampak perkembangan teknologi informasi. Media sosial dapat dimanfaatkan salah satunya dalam kegiatan promosi dan menjadi bagian paling penting dalam merespon pelanggan. Organisasi sosial keagamaan saat ini juga memanfaatkan media sosial dalam mengenalkan kegiatan dakwah kepada para jamaah. Kehadiran media sosial sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi pada era revolusi industri 4.0 (Nuryakin, 2023).

Dakwah di media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan agama kepada audiens yang lebih luas melalui platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube (Septyaningi, 2020). Melalui penggunaan media sosial, dakwah dapat mencapai dampak yang positif dan mempengaruhi banyak orang. Namun, dakwah di media sosial juga menghadapi tantangan, seperti autentisitas informasi dan risiko penggunaan media sosial yang berlebihan (Fitria dkk., 2021; Habibi, 2018). Oleh karena itu, penting untuk memastikan informasi yang disebarkan berasal dari sumber yang terpercaya dan menggunakan media sosial dengan bijak.

Masjid Muslim United yang kini namanya berubah menjadi Real Masjid 2.0, awalnya merupakan sebuah event dakwah Muslim United yang memiliki narasi persatuan yang awalnya hanya sebuah *campaign* untuk menyatukan banyaknya golongan dalam tubuh umat muslim. Oleh karena itu, event pertama dari Muslim United 1 di tahun 2018 memiliki *tagline* “Lelah Berpisah Mari berjamaah” yang berlangsung di masjid Gedhe Kauman, kemudian di tahun 2019 kembali hadir event Muslim United 2 dengan *tagline* “Sedulur Saklawase” di masjid Jogokariyan. Namun adanya pandemi menjadikan event Muslim United harus terhenti, tetapi hal ini menjadi momentum awal Muslim United untuk kembali bertekun dan

berkhidmat di baitullah (rumah Allah) sehingga inilah menjadi alasan awal berdirinya masjid Muslim United.

Masjid Muslim United yang kini berubah namanya pada tahun 2021 menjadi Real Masjid 2.0 merupakan masjid yang terletak di Jl. Ringroad utara no. 17, Candok, Condongcatur, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Merupakan salah satu masjid unik yang menggabungkan dua bahasa serta angka, dan bangunan masjid yang tidak memiliki kubah seperti masjid pada umumnya. Tetapi 90% dikelola oleh anak muda, sehingga media komunikasi dan atribut di Real Masjid 2.0 di sesuaikan dengan gaya anak muda. Real Masjid 2.0 kini yang memiliki *tagline* “mesra selalu”, berharap dapat menghadirkan masjid dengan suasana yang membuat jamaah nyaman, bahagia dan mesra.

Real Masjid 2.0 juga memiliki jumlah akun pengikut di media sosial Instagram sebanyak 46,2rb, sehingga hal ini dapat memberikan peluang besar sebagai media baru untuk menarik minat umat Islam khususnya generasi muda dalam aktivitas dakwah sebuah masjid. Real Masjid 2.0 telah banyak melakukan inovasi program sejak awal berdirinya, mulai dari kegiatan ibadah, kajian Al Qur'an dan kitab fiqh, pasar raya jumat, nobar di bioskop masjid, stardaynite (kajian yang bisa dijadikan sebagai tempat anak muda malam minggu di masjid), program Real Marbot *Academy* (pelatihan kader manajer masjid), pelayanan kesehatan, dan Real Holiday. Melalui akun media sosial Instagram Real Masjid 2.0 menyebarkan informasi kegiatannya, sehingga membuat banyak orang yang tertarik untuk datang ke Real Masjid 2.0.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul penelitian “ Peran ‘Tim Media Creative Real Masjid 2.0’ Dalam Berdakwah Melalui Media Sosial (Instagram) ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, peneliti memfokuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana peran tim media creative dalam aktivitas dakwah di Real Masjid 2.0 ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melaksanakan aktivitas dakwah melalui tim media creative Real Masjid 2.0 ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk peran tim media creative dalam aktivitas dakwah di Real Masjid 2.0
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi dalam melaksanakan aktivitas dakwah melalui tim media creative di Real Masjid 2.0

b. Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan peneliti dapat memberi manfaat sebagaimana berikut :

1. Manfaat Teoritis

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan tentang peran tim media creative dalam aktivitas dakwah melalui media sosial

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini menambah ilmu dan wawasan tentang pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah di masjid

