

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas dakwah sejak zaman dahulu sampai dengan saat ini telah mengalami proses panjang dalam sejarahnya. Jika zaman dahulu, Nabi Muhammad SAW menyampaikan dakwah secara bertahap, mulai dari dakwah secara diam-diam (rahasia) kepada keluarga dan kerabatnya, sampai secara terbuka kepada penduduk atau masyarakat umum. Dakwah yang disampaikan Nabi Muhammad SAW pada zaman dahulu ialah mengandalkan kemampuan komunikasi yang dimilikinya.

Menurut Romli (2013: 12) dakwah juga merupakan kegiatan komunikasi, dimana para da'i (komunikator) menyampaikan pesan kepada mad'u (komunikan) dalam bentuk ajaran-ajaran agama islam agar mau menerima, memahami dan akhirnya melaksanakan. Seperti yang dilakukan Nabi Muhammad SAW menyampaikan dakwah kepada keluarga, kerabat dan masyarakat melalui komunikasi secara lisan agar mau menerimanya.

Mengikuti perkembangan zaman, saat ini dakwah tidak lagi hanya disampaikan melalui lisan saja, tetapi dapat juga dilakukan secara *online*. Seperti hadirnya "*New Media*" atau yang sering disebut "media baru". Menurut Mondry (2008: 13) media baru merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.

Media *online* yang hadir di zaman modern saat ini, terdiri dari website, blog, portal berita, dan media sosial. Jenis media *online* yang saat ini banyak digunakan masyarakat modern ialah media sosial. Banyak media sosial yang dapat digunakan sebagai media dakwah, namun menurut survei dari comScore pada Maret 2017 aplikasi WhatsApp memiliki sekitar 35,8 juta pengguna di Indonesia dibanding dengan Line 27,6 juta dan Facebook 22,2 juta, dikutip oleh (www.id.techinasia.com, diakses tanggal 22 Oktober 2017)

Seperti kaum muslimin dilembah Khasmir yang telah memanfaatkan media sosial tersebut untuk berdakwah. Seorang pemuda Kashmir, Moulvi Mohd Syaffi,

juga mengatakan tren dakwah dengan teknologi canggih seperti WhatsApp dan Facebook menambah kesadaran anak muda tentang prinsip-prinsip ajaran islam. Melalui WhatsApp atau Facebook, mereka memiliki komunitas di dunia maya, tempat saling berbagi nasihat dan kebaikan, dikutip oleh (www.republika.co.id, diakses tanggal 18 Maret 2017).

WhatsApp sendiri merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan penggunanya bertukar pesan tanpa membayar untuk SMS (*Short Message Service*), selama terhubung dengan data internet. WhatsApp mempunyai kelebihan untuk berkirim pesan teks tanpa batas, *voice call*, *video call*, mengirim gambar atau foto, mengirim video maupun audio tanpa ada batas ukuran (<https://m.tempo.co>, diakses pada 15 Maret 2017). WhatsApp pun menyediakan fitur “*New Grup*” yang memudahkan penggunanya untuk membuat grup dengan menambahkan anggota yang diinginkan.

Seperti Novita, ketua komunitas “Belajar Islam Seru” yang juga memanfaatkan WhatsApp untuk membuat komunitas *online*. Komunitas *online* tersebut terbentuk karena para anggotanya sering menghadiri kajian yang sama, sehingga Novita selaku salah satu panitia yang sering mengikuti kajian, berinisiatif untuk membuat grup dengan mengkaji islam dari fenomena yang terjadi disekitar.

Komunitas “Belajar Islam Seru” terbentuk sejak Maret 2016. Menurut ketua komunitas yaitu Novita, tujuan dibentuknya komunitas tersebut adalah untuk memanfaatkan media sosial WhatsApp menjadi wadah diskusi dengan mengkaji berbagai permasalahan sosial disekitar dan dibahas dalam sudut pandang islam. Tujuan yang ingin dicapainya, agar anggota yang tergabung dalam grup tersebut dapat berperan aktif berdiskusi memberikan pendapatnya dan mendapat tsaqofah (pemahaman secara cepat) tentang materi dakwah yang dibahas.

Sebelum melakukan diskusi, terdapat aturan untuk anggota, dimana dilakukan pengisian absensi. Maka, tujuan dapat tercapai jika seluruh anggota yang absensi dapat berperan aktif berdiskusi memberikan pendapatnya. Dalam komunitas tersebut terdapat kegiatan yang bernama Kulwap (Kuliah WhatsApp), yang dilakukan setiap sabtu malam pukul 19.00-21.00 wib. Kegiatan tersebut merupakan diskusi seputar fenomena yang terjadi disekitar yang dipandu oleh

ustadzah didalamnya. Dalam kegiatan tersebut, terdapat tema diskusi yang berbeda-beda yang akan dibahas, anggota boleh mengajukan pertanyaan atau memberikan opini terhadap materi yang diberikan.

Dalam kegiatan Kuliah WhatsApp, admin bertugas sebagai moderator sekaligus penghantar diskusi. Sebelum diskusi dimulai, admin memerintahkan anggota untuk absensi secara *online* agar mudah mengetahui siapa saja yang turut berpartisipasi dalam diskusi tersebut. Begitupun ustadzah yang bertugas sebagai pemberi materi dan yang akan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari anggota.

Tetapi dalam pengamatan yang penulis lakukan, terdapat permasalahan yang diutarakan oleh admin grup, dalam grup tersebut admin berkata (02/05/17) "*membersnya 100+ yang absen baru 11 orang nih, pada kemana ya hmmm..*" adapun pengamatan yang penulis lihat pada periode 10/03/18 dengan tema "*Jangan Terlenu Oleh Dunia*" dimana diskusi tersebut hanya diikuti oleh 2 anggota yang mengajukan pertanyaan, sedangkan yang absen untuk mengikuti diskusi tersebut terdapat 15 anggota.

Dalam pengamatan tersebut, penulis melihat adanya permasalahan antara tujuan yang ingin dicapai dan kenyataannya. Menurut Romli (2013: 13) dalam perspektif komunikasi, dakwah termasuk dalam kategori komunikasi persuasif, yakni komunikasi yang membujuk, mengajak atau merayu. Semakna dengan makna dasar dakwah, yaitu mengajak atau merayu (Romli, 2013: 10).

Maka penentu komunikasi berhasil atau tidak bisa dilihat bagaimana komunikator berkomunikasi dan strategi yang digunakan. Menurut Goodal & Sciefelbein (2010) strategi komunikasi persuasif ada 4 tipe penggunaannya, salah satunya *Rasional Strategi*, dimana penentu keberhasilan komunikasi ditentukan pada kemampuan komunikatornya dalam menyampaikan pesan. Dimana dalam teori SMCR menurut Berlo, unsur-unsur komunikator harus memiliki keterampilan komunikasi, pengetahuan luas dan mengetahui sistem sosial budaya yang akan dipersuasifkan.

Maka dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ustadzah dalam menyampaikan dakwah dan meningkatkan keaktifan anggota dalam berdiskusi, sehingga tujuan yang ingin dicapai pun dapat terwujud.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul penelitian yang akan penulis angkat **“Strategi Komunikasi Persuasif Para Ustadzah Dalam Menyampaikan Dakwah di Komunitas Grup WhatsApp (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas “Belajar Islam Seru”)**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa masalah yang muncul, seperti; *pertama*, dalam pemberian materi dakwah oleh ustadzah, keaktifan anggota dalam bertanya dan memberikan pendapatnya didalam grup tersebut lebih sedikit dibandingkan saat absensi diawal diskusi, *kedua*, tujuan dakwah komunitas tersebut mengharapkan keaktifan anggota dalam setiap diskusi, agar dapat terlihat apakah anggota dapat memahami materi dakwah yang diberikan oleh ustadzah atau tidak. Maka dari beberapa masalah yang ditemukan, penulis menetapkan fokus penelitian bagaimana strategi yang digunakan ustadzah dalam menyampaikan materi dakwah di dalam grup “ Belajar Islam Seru”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian, bagaimana strategi komunikasi persuasif yang digunakan ustadzah dalam menyampaikan materi dakwah kepada anggota komunitas “Belajar Islam Seru” ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang digunakan ustadzah dalam menyampaikan materi dakwah kepada anggota komunitas “Belajar Islam Seru”.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada media *online* seperti Aplikasi WhatsApp. Dimana dalam aplikasi tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik sesuai tujuannya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran

tentang strategi komunikasi apa yang harus dilakukan dalam media *online* seperti WhatsApp yang berbeda dengan tatap muka, dan juga bagaimana caranya agar dapat mencapai tujuan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti didalam media *online* seperti aplikasi WhatsApp.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk komunitas agar dapat mengetahui penyebab setiap hambatan-hambatan komunikasi didalamnya, serta untuk menjadi bahan perbaikan bagi sistem komunikasi didalam komunitas tersebut. Sehingga komunitas dapat berjalan sesuai tujuan.
3. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi organisasi buat mahasiswa.



