

## REPRESENTASI MEDIA DAKWAH MODERN: STUDI KASUS PADA PLATFORM TWITTER

Anggia Kesuma Putri

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Email: anggiakesumakesuma@gmail.com

### Abstract

Twitter is the most widely used social media platform by millennials in the digital era. One of the positive things that can be utilized is the potential of Twitter as a medium of da'wah, especially for the millennial generation. With the advantage of being able to upload writing in a relatively short time so that it can reach all groups. One of the most famous preachers today, Husen Ja'far, who uses his Twitter account for da'wah media with 713 thousand followers. This study aims to conduct a semiotic analysis of Husein Ja'far's account comments and how Twitter is used as a representation of da'wah media in the digital era. This study uses Charles Sanders Pierce's semiotic analysis model. The sampling technique in this study used simple random sampling. Data collection techniques used by researchers are document analysis and literature study. This study analyzes the responses of Twitter netizens regarding da'wah content uploaded by the @Husen\_Jafar account. The results of the study show that there are three signs that form the basis of the researcher's analysis on Husen Ja'far's account. The first is a sign of the many comments that appear in every upload of Husen Ja'far, although the number varies. The second netizen expressed his gratitude for the knowledge that had been shared in Husein Ja'far's upload. And finally, there is a follow-up question regarding Husein Ja'far's explanation of a religious issue.

**Keywords:** Modern Da'wah, Husein Ja'far, Twitter

### Abstrak

Twitter merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial di era digital. Salah satu hal positif yang bisa dimanfaatkan adalah potensi Twitter sebagai media dakwah, khususnya bagi generasi milenial. Dengan kelebihan dapat mengunggah tulisan dalam waktu yang relatif sehingga dapat menjangkau semua kalangan. Salah satu da'i yang tersohor saat ini, Husen Ja'far yang memanfaatkan akun Twitter miliknya untuk media dakwah dengan 713 ribu pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis semiotik terhadap komentar akun Husein Ja'far dan bagaimana Twitter ini digunakan sebagai representasi media dakwah di era digital. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Pierce. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah analisis dokumen dan studi kepustakaan. Kajian ini menganalisis tanggapan netizen Twitter terkait konten dakwah yang diunggah akun @Husen\_Jafar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga tanda yang menjadi dasar analisis peneliti pada akun Husen Ja'far. Yang pertama adalah tanda banyaknya komentar yang muncul di setiap unggahan Husen Ja'far meski jumlahnya berbeda-beda. Yang kedua warganet mengucapkan terima kasih atas ilmu yang telah dibagikan dalam unggahan Husein Ja'far. Dan terakhir, ada pertanyaan lanjutan terkait penjelasan Husein Ja'far tentang suatu masalah agama.

**Kata kunci:** Dakwah Modern, Husein Ja'far, Twitter

## PENDAHULUAN

Perkembangan dakwah dewasa ini telah mengalami banyak kemajuan baik segi bentuk, pola ataupun penggunaan sosial media sebagai instrumen dakwah. Pada hakikatnya, dakwah bertujuan mengajak umat pada kebaikan dan melarangnya berbuat kemungkar (Ramadhani 2023). Kegiatan dakwah untuk menciptakan masyarakat Islami berlandaskan

ajaran agama yang kuat sebagai manifestasi nilai-nilai kebaikan yang disampaikan. Dakwah melalui teknologi digital menjadi sebuah keniscayaan yang harus dikuasai oleh para da'i di era digital. Era digital telah mempermudah setiap orang untuk menyampaikan serta menyebarkan segala informasi tanpa harus tersekat ruang dan waktu (Ummah, Khairul Khatoni, and Khairurromadhan 2020).

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali Imran 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : Dan hendaklah di Antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS.Ali Imran 104)

Perintah menyeru umat untuk berbuat kebaikan dan melarang untuk berbuat keburukan telah dijelaskan dengan tegas pada ayat ini. Untuk mengimplementasikan ayat tersebut pada kehidupan masyarakat membutuhkan upaya yang optimal dalam mengajak berbagai lapisan masyarakat khususnya generasi milenial. Mengingat dewasa ini anak muda lebih senang melakukan hal-hal yang menyenangkan baginya seperti, jalan- jalan atau nongkrong bersama teman dari pada memperoleh ridha ilahi. Oleh karenanya, dakwah berbasis pendekatan media sosial diharapkan dapat menyentuh kehidupan generasi milenial agar penanaman nilai keislaman berjalan sesuai harapan. Berbagai kegiatan dakwah saat ini tentu diarahkan untuk membentuk sikap dan perilaku batin masyarakat menuju tatanan kesalehan sosial dan individual. Pesan-pesan dakwah, baik agama maupun sosial merupakan bentuk dorongan untuk konsisten mengikuti jalan kebenaran (Ramadhani 2023) . Hal ini disebabkan mengingat dakwah adalah upaya untuk menarik manusia ke dalam agama Allah SWT dengan mengikuti semua aturan dan petunjuk yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW, termasuk hadirnya Islam di muka bumi. Maka jelas bahwa dakwah bertujuan untuk meningkatkan kebahagiaan manusia di alam maupun di akhirat (Ramdhani 2018).

Salah satu jaringan yang populer di Indonesia adalah *Twitter*. Menurut laporan *Statista*, terdapat 18,45 juta pengguna aplikasi yang didirikan oleh Jack Dorsey ini di Tanah Air per Januari 2022 lalu. Capaian ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengguna *Twitter* terbanyak ke-5 di dunia (Annur 2022). *Twitter* adalah layanan jejaring sosial dan microblogging gratis yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan sepanjang 280 karakter, *Twitter* dapat diakses dengan internet berkecepatan lambat karena pesan yang disampaikan lebih banyak berbentuk teks yang kapasitasnya sangat kecil dan terbatas. Media baru seperti *Twitter* sangat penting dalam era baru diplomasi yang sangat menuntut kecerdasan dan dialog untuk mencapai tujuan *Twitter*. *Twitter* bukan hanya bermanfaat bagi dunia politik dan sosial, namun juga dapat menjadi sarana dakwah untuk menyeru kepada kebaikan.

Dalam proses menyeru dan mengajak kepada jalan kebaikan, media menjadi penting agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Di era modern saat ini dimana pola hidup masyarakat sudah tak dapat lepas dari koneksi internet, maka cara dakwah dan media yang digunakan haruslah fleksibel mengikuti arus komunikasi yang berkembang semakin sophisticated. Tidak hanya hardware yang digunakan tapi juga daya jangkauan dan jelaahnya yang tak kenal batas geografis dan kultural (Wahyu Ilaihi 2013, 105). Kemudahan

penggunaan dan banyaknya pengguna *Twitter* membuat banyak para aktivis dakwah yang menggunakannya untuk menyampaikan dakwah. Salah satunya adalah Habib Husen Jafar Al-Hadar yang dikenal sebagai Habib Milenial saat ini. Akun *Twitter* yang ia beri nama @Husen\_Jafar berisi cuitan seputar keislaman dengan pembahasan yang beragam untuk menanggapi masalah-masalah yang kerap terjadi dimasyarakat.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan mengenai media baru sebagai media dakwah modern. Peneliti menjadikan dua penelitian terdahulu sebagai rujukan. Pertama adalah jurnal dari Reza Mardiana yang diterbitkan di jurnal Komunida dengan judul “Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial”. Jurnal ini secara umum membahas tentang media digital apakah dapat menjadi daya tarik generasi milenial dalam berdakwah. Penelitian kedua yaitu jurnal dari Ely Suwaibatul Aslamiah dengan judul “Media Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial.” Jurnal ini membahas bagaimana dakwah dengan metode digital melalui media dakwah digital seperti youtube, Instagram dan media digital lainnya yang dapat di pahami dan dipraktikkan oleh generasi milenial.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisa dan menelusuri akun *Twitter* @Husen\_Jafar yang saat ini memiliki pengikut sebanyak 713 ribu pengikut dan telah berkicau sebanyak 37 ribu kali. @Husen\_Jafar memiliki pengikut yang cukup banyak dan juga aktif berkomentar dalam setiap postingannya, hal ini disebabkan oleh dakwahnya yang mudah diterima oleh pengikut *Twitter* itu sendiri karena Husein Ja’far Al-Hadar memiliki cara yang berbeda dalam berdakwah dengan juru dakwah lainnya. Di setiap cuitannya, Husein Ja’far Al-Hadar seringkali membuka pertanyaan umum untuk para pengikutnya di *Twitter*, berasal dari pertanyaan itulah para pengikutnya merasa tertarik ketika mengikuti dakwah “Habib Milenial” ini. Sering kali pengikutnya memberikan pertanyaan yang *nyeleneh* dan justru itulah yang juga menjadi daya tariknya, mereka dapat bertanya apa saja kepada Husein Ja’far Al-Hadar dalam kolom komentar, yang mungkin pertanyaan tersebut tidak dapat ditanyakan kepada juru dakwah lainnya karena mungkin dianggap tidak etis untuk ditanyakan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Representasi**

Stuart Hall memaparkan bahwa riset atau penelitian yang mempertanyakan tentang representasi dari realitas kehidupan sosial yang memproduksi budaya dan kejadian atau peristiwa yang disebut dengan sirkuit atau pusaran budaya (Rachmah Ida 2018). Sirkuit budaya menjelaskan hubungan- hubungan atau koneksi antara representasi dengan identitas, regulasi, produksi, dan konsumsi. Kesatuan tersebut merupakan berkaitan dengan bagaimana makna diproduksi melalui penggambaran identitas dan kejadian atau peristiwa yang berhubungan dengan aturan atau regulasi, konsumsi, proses produksi makna, dan akhirnya berhubungan dengan representasi pada di media massa, demikian sebaliknya.

Stuart Hall menjelaskan, budaya atau culture ialah tentang shared meanings atau makna-maknanya yang dibagi. Bahasa dalam konsep budaya, menjadi penting karena bahasa bisa membuat budaya menjadi bermakna atau make sense of things, dan juga bahasalah pada

akhirnya memproduksi makna dan mempertukarkan makna (budaya) dari satu agen kepada agen lain dan masyarakat. Bahasa dapat menkonstruksi makna sebab bahasa beroperasi dalam sistem representational. Dalam bahasa menggunakan, tanda dan symbol-simbol baik berupa suara, teks, gambar visual yang diproduksi secara elektronik, balok-balok musik, dan sampai objek guna mewakili atau merepresentasikan kepada orang laian atau khalayak tentang konsep-konsep yang kita maksud, ide-ide atau gagasan dan perasaan. Bahasa ialah media melalui dimana pikiran, ide-ide, bahkan perasaan direpresentasikan dalam sebuah budaya. Representasi dengan bahasa menjadi sentral bagi proses-proses ketika makna diproduksi.

Sistem representasi meliputi objek, orang, dan peristiwa yang berhubungan dengan seperangkat konsep (mental representation) pada benak kepala. Tanpa itu, maka kita tidak mampu menginterpretasikan dunia secara bermakna. Representasi akhirnya menghubungkan antara makna dan bahasa kepada budaya. Stuart Hall mendefinisikan representasi yakni menggunakan bahasa guna berkata tentang sesuatu yang memiliki makna terhadap orang lain atau “representations means using language to say something meaningful about, or to represent, the word meaningfully, to other people” (Rachmah Ida 2018). Representasi ialah bagian esensial dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan diantara para anggota dari sebuah budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, gambar-gambar (visual), tanda-tanda yang mewakili atau mempresentasikan sesuatu.

### **Media Dakwah**

Media juga salah satu alat yang penting untuk disesuaikan oleh dai agar dapat menyampaikan pesan dakwah dengan efisien pula. Al-Bayanuni hanya memilah media dakwah menjadi dua, yaitu media materi (madiyyah) dan non materi (ma'nawiyyah). Yang disebut media materi adalah segala yang bisa ditangkap panca indra untuk membantu pendakwah dalam dakwahnya, seperti ucapan, gerakan, alat-alat, dan perbuatan. Jika tidak bisa ditangkap pancaindra yaitu berupa perasaan (hati) dan pikiran, maka dinamakan media non materi, seperti keimanan dan keikhlasan (Aziz 2017, 347).

### **Media Baru**

Teori new media atau media baru merupakan salah satu dari dua teori media setelah teori media klasik yang dikembangkan oleh beberapa ilmuwan seperti Marshall McLuhan dan Dennis McQuail. Nama pertama mungkin yang paling terkenal dalam menarik perhatian dengan gagasan-gagasan uniknya tentang pentingnya media sebagai media. Pemikiran dasar McLuhan tentang media yang mengejutkan dan mendapat banyak kritik dari para ilmuwan bahwa media elektronik atau teknologi komunikasi yang manusia gunakan dapat mempengaruhi dan mengubah penggunaannya. Pemikiran ini disebut “teori media”. Televisi memengaruhi kita, terlepas dari apa yang kita tonton. Media pribadi (misalnya iPod) mengubah selera masyarakat, terlepas dari pilihan lagu yang dibuat penggunaannya. Dunia maya memengaruhi masyarakat terlepas dari situs yang orang kunjungi. Dari gagasan inilah lahir teori new media yang diaplikasikan dalam bentuk teknologi komunikasi bernama “internet” (Littlejohn, Stephen W., Foss 2014, 410)

Konsep pemikiran yang dihasilkan McLuhan dalam teori new media ini adalah ‘desa global’ (global village) dan ‘media sebagai perpanjangan manusia’. Banyak konsep yang tetap bertahan sejak kematian McLuhan pada tahun 1980 dan menjadi warisannya. Tidak ada yang lebih banyak dikutip melebihi “desa global”, artinya bahwa media baru akan memungkinkan orang untuk terlibat lebih banyak dalam kehidupan orang lain. Kehadiran new media dapat membuat sebuah proses komunikasi menjadi global, sehingga menyebabkan mengapa dunia saat ini seperti yang disebut McLuhan dengan Global Village. Pesan McLuhan disini adalah teknologi komunikasi tidak hanya menghantarkan atau mentransmisikan informasi, teknologi komunikasi mengubah relasi antara manusia dan dunia mereka secara fundamental, mendorong kita untuk membentuk makna baru untuk segala hal yang kita temui dengan dan melalui media seperti halnya dalam media baru atau new media (Stanley J. Baran 2012, 406)

## **METODE**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono 2006). Pendekatan ini menjadi pilihan karena penelitian kualitatif mampu mengungkapkan secara mendalam fenomena yang diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian analisis teks media dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Semiotika memahami dunia sebagai system hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda (Sobur 2007). Menurut Peirce Tanda merupakan sesuatu yang tampak, merujuk pada sesuatu, mampu mewakili relasi antara tanda dengan penerima tanda yang bersifat representatif dan mengarah pada interpretasi. Adapun syarat agar sesuatu dapat disebut sebagai tanda yaitu apabila sesuatu itu dapat ditangkap, menunjuk pada sesuatu, menggantikan, mewakili, menyajikan dan memiliki sifat representatif, yang memiliki hubungan langsung dengan sifat interpretative.

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik simple random sampling. Yang mana setiap individu yang berkomentar di akun Twitter @Husen\_Jafar memiliki peluang yang sama, sehingga penulis mengambil secara acak tanpa memperhatikan strata pada beberapa konten habib tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah analisis dokumen dan riset kepustakaan. Penelitian ini menganalisis respon netizen Twitter terkait konten dakwah yang diunggah oleh Habib Husen Ja’far dalam akunnya @Husen\_Jafar. Peneliti menjadi instrument kunci dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrument juga harus “divalidasi”. Seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun kelapangan. Dalam penelitian kualitatif, segala sesuatu yang akan dicari dari obyek penelitian belum jelas permasalahannya, sumber datanya, dan hasil yang hasil yang diharapkan (Pratiwi 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Singkat Husein Ja’far Al-Hadar**

Husein Ja’far Al Hadar lahir di Bondowoso, 21 Juni 1998 dengan nama Husein Ja’far. Diberi tambahan sebutan Habib karna merupakan keturunan Rasulullah Muhammad Saw.

Dari garis keturunan Sayyidina Husain bin Ali r.a dari Sayyidatina Fatimah r.a, sedangkan Al Hadar sendiri adalah marga bagi masing-masing keluarga atau keturunan habib. Dengan demikian, nama lengkapnya dikenal dengan Habib Husein Ja'far Al Hadar.

Habib Husein dilahirkan dan dibesarkan dalam lingkungan keluarga religius keturunan Arab. Kedua orang tuanya juga seorang Habib dan Syarifah. Habib Husein tumbuh menjadi pribadi yang selalu menekuni agama, karena didikan keluarganya yang agamis dan selalu menekankan untuk disiplin dan berpikir rasional terutama dalam kaitannya dengan agama.

Habib Husein Ja'far Al Hadar memulai pendidikan formalnya dari TK dan SD Al Khairiyah Bondowoso, Jawa Timur. Kemudian ia melanjutkan SMP di SLTP 4 Bondowoso dan SMA 1 Tenggarang. Setelah lulus SMA, Habib Husein Ja'far Al Hadar melanjutkan pendidikannya di Ma'had Islami Bangil dan mengambil Jurusan Aqidah dan Filsafat di pendidikan S1 serta S2 Jurusan Tafsir Al-Quran UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

### **Analisis Semotik Komentar Followers Pada Akun @Husen\_Jafar**

Sebagai seorang influencer, Husein Ja'far Al-Hadar saat ini sudah memiliki lebih dari 1 juta followers pada akun Twitternya. Hal ini menandakan bahwa Husein Ja'far tergolong sebagai salah satu orang berpengaruh. Setiap postingan yang diunggah selalu mendapat respon melalui suka, posting ulang ataupun komentar. Berikut adalah bentuk tampilan akun Husen Ja'far pada aplikasi Twitter



Terhitung sampai bulan Mei 2023, Husein Ja'far telah membuat unggahan sebanyak 37 ribu postingan yang mana unggahannya sebagian besar berisi dakwah. Beberapa hal yang ditemukan pada sebagian unggahan Husein Ja'far adalah sebagai berikut:

- 1) Salah satu dakwah yang dilakukan Husein Ja'far dalam akun *Twitter*nya berbentuk gambar yang diberi *caption*.



Gambar 1. Unggahan dakwah Husein Ja'far pada tanggal 22 Maret 2023

- 2) Selain berbentuk gambar yang ditambah dengan *caption*, Husein Ja'far juga membagikan dakwahnya melalui video.



Gambar 2. Unggahan dakwah Husein Ja'far pada tanggal 22 Maret 2023

- 3) Dakwah yang dilakukan Husein Ja'far melalui *Twitter*nya juga ada yang berbentuk hanya tulisan



Gambar 3. Unggahan dakwah Husein Ja'far pada tanggal 26 Januari 2023

- 4) Husein Ja'far sering kali mengunggah konten-konten dakwah di akunnya. Konten yang diunggah berbentuk video dengan *caption*, foto dengan *caption*, dan tulisan.

- 5) Husein Ja'far menyelipkan beberapa unggahan yang berisi pertanyaan ataupun pernyataan yang mengundang perhatian netizen. Seperti menanyakan apakah followersnya sedang *ovethinking*, dan mengunggah informasi mengenai sepak bola.
- 6) Husein Ja'far mengambil tema yang sesuai dengan kejadian yang sedang berlangsung di Indonesia atau dapat dikatakan Husein Ja'far mengikuti perkembangan isu yang viral di Indonesia.
- 7) Husein Ja'far menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh mad'u terutama generasi milenial yang juga aktif sebagai pengguna *Twitter*.

Daya tarik yang dimiliki oleh Husein Ja'far dapat dilihat pada temuan-temuan di atas. Akun *Twitter*nya terlihat seperti akun *Twitter* influencer pada umumnya namun mampu menarik perhatian banyak pengguna untuk melihat, menyukai, mengunggah ulang bahkan berkomentar pada unggahannya. Dengan latar belakang pendidikan dan berbagai bentuk dakwah yang diunggahanya baik berupa foto atau video yang menjelaskan bahwa sanad keilmuan yang dimilikinya jelas serta jejak rekamnya berdakwah diberbagai platform media sosial mampu mengkontruksi pengguna *Twitter* bahwa Husein Ja'far memang seorang pendakwah yang mumpuni nan kekinian.

Kepiawaiannya dalam bersosialisasi kepada generasi milenial membuatnya diterima dengan mudah dikalangan anak muda masa kini. Hal ini lah yang menciptakan suasana santai dan rileks ketika menyimak dakwah yang disampaikan oleh Husein Ja'far melalui *Twitter*. Disamping itu, bahasa yang sering digunakan oleh Husein Ja'far adalah bahasa sederhana tetapi tetap jelas dan lugas dalam membuat unggahan juga menjadikan akun @Husen\_Ja'far menarik. Sehingga membuat para *followernya* mudah dapat menyerap dakwah atau infomasi yang ia berikan.

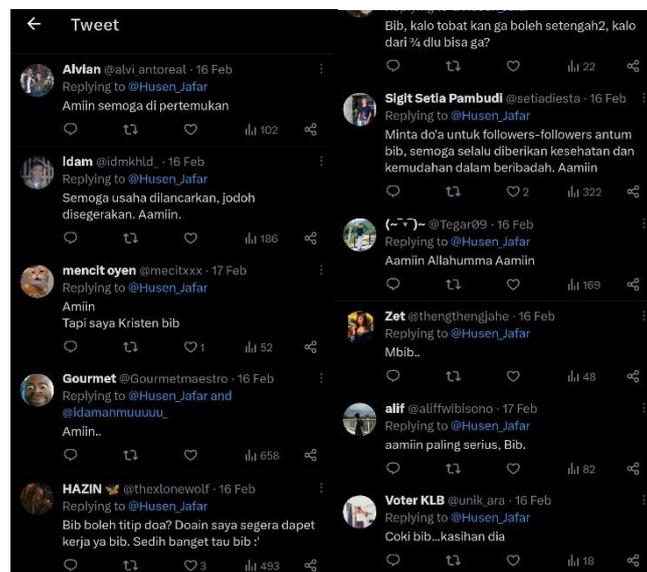
Dari banyaknya unggahan pada akun @Husen\_Jafar, timbul berbagai macam komentar netizen sebagai bentuk tanggapan. Ragam tanggapan netizen menjadi tolak ukur analisis teks media platform akun *Twitter* Husein Ja'far. Ada ratusan bahkan ribuan komentar yang muncul di setiap unggahannya. Namun jumlah komentar pada setiap konten yang diunggah berbeda-beda. Ada yang jumlahnya ratusan ada yang ribuan, dan bahkan ada yang puluhan.

Contohnya pada unggahan Husein Ja'far tanggal 16 Februari 2023, dimana Husein Ja'far membahas tentang tempat bertemunya Nabi Adam dan Siti Hawa.



**Gambar 4.** Unggahan dakwah Husein Ja'far pada tanggal 16 Februari 2023

Terdapat 669 komentar, 2.729 kali unggahan ulang, dan 21.600 like yang menanggapi unggahan tersebut. Ada berbagai macam komentar, seperti mengucapkan “*Aaamiin*”, meminta do'a kepada Husein Ja'far dan adapula komentar yang keluar dari konteks unggahan Husein Ja'far.



**Gambar 5.** Tanggapan netizen dari unggahan dakwah Husein Ja'far pada tanggal 16 Februari 2023

### Representasi Twitter Sebagai Media Dakwah Modern

Dakwah mempunyai salah satu tujuan yang mulia yaitu untuk menumbuhkan serta menanamkan rasa pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para pendakwah. Sehingga diperlukan media yang mampu menjembatani hal tersebut. Semakin baik media yang digunakan, maka proses penyampaian

pesan akan semakin lebih efisien. Twitter adalah media yang mampu merepresentasikan media dakwah di era modern saat ini.

Jumlah netizen yang menanggapi unggahan dakwah baik itu berbentuk foto, video, ataupun tulisan menunjukkan bahwa Twitter mendapatkan atensi yang besar sebagai media dalam proses komunikasi. Kemudian munculnya pertanyaan lanjutan merepresentasikan bahwa media Twitter mampu menjadi ruang edukasi dan mampu menjadi wadah untuk diskusi pesan-pesan dakwah. Aktifitas dakwah yang dilakukan juga tentu menjadi jauh lebih efisien dan mudah dibandingkan dengan dakwah secara konvensional. Hal ini dilihat dari satu unggahan baik berbentuk tulisan, foto maupun video mampu menarik perhatian maupun mempengaruhi ratusan netizen. Juga dikatakan mudah karena hanya dengan melalui Twitter, para audiens dapat mengakses isi dakwah hanya melalui *gadget* yang tersambung dengan internet dan cukup dengan membuka *Twitter* para pendakwah.

Begitupun halnya dengan para pendakwah, *Twitter* yang sudah difasilitasi dengan fitur yang lengkap juga membuat para pendakwah dapat dengan mudah untuk berdakwah melalui media ini.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada era saat ini, dakwah juga harus mengikhti perkembangan zaman terlebih halnya pada media yang akan digunakan untuk berdakwah agar mudah penyampaiannya dan tepat sasaran dakwahnya. Media baru yang hadir ditengah kehidupan saat ini hendaknya dimanfaatkan menjadi media yang mampu *mendistribusikan* dakwah secara cepat dan tepat. Salah satu produk dari media baru adalah *Twitter* yang dapat dikatakan sebagai representasi media dakwah modern, karena *Twitter* mampu membantu proses dakwah secara mudah dan efisien baik untuk mad'u maupun untuk pendakwah sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Annur, Cindy Mutia. 2022. "Pengguna Twitter Indonesia Masuk Daftar Terbanyak Di Dunia, Urutan Berapa?" *Databoks.Com*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>.
- Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. 2014. *Teori Komunikasi*.
- Pratiwi, Clara Sinta. 2022. "Platform TikTok Sebagai Representasi Media Dakwah Di Era Digital Oleh." *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 2 (1): 50–65.
- Rachmah Ida. 2018. *Metode Penelitian Studi Media Dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Ramadhani, Kurniawan. 2023. "Dakwah Transformatif Melalui Pendekatan Kultural Pada Kalangan Remaja (Studi Majelis Khoirun Dakwah Probolinggo)" 2 (2): 105–16.
- Sobur. 2007. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Stanley J. Baran. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*. Bandung: Alfabeta.
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan. 2020. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan." *Komunike* 12 (2): 210–34. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.
- Wahyu Ilaihi. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

**REPRESENTASI MEDIA DAKWAH MODERN:  
STUDI KASUS PADA PLATFORM TWITTER**

Anggia Kesuma Putri

DOI: <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.1011>

---

