

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. Efektivitas

Efektivitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu kegiatan, pesan, atau media mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan. Suatu kegiatan dapat dikatakan efektif apabila hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam konteks komunikasi, efektivitas berkaitan dengan keberhasilan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, baik dalam bentuk penerimaan pesan, pemahaman pesan, maupun munculnya dampak tertentu setelah pesan diterima.

Menurut Richard M. Steers, efektivitas berkaitan dengan kemampuan suatu kegiatan atau organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹ Sementara itu,

¹ Richard M. Steers, *Organizational Effectiveness: A Behavioral View* (Santa Monica: Goodyear Publishing, 1977).

Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi terjadi apabila pesan yang disampaikan menimbulkan efek atau akibat sesuai dengan tujuan komunikator.² Dengan demikian, efektivitas pesan dapat dipahami sebagai keberhasilan suatu pesan dalam mencapai sasaran, dipahami oleh penerima pesan, dan memberikan pengaruh sesuai dengan tujuan penyampai pesan.

Dalam penelitian ini, efektivitas dimaknai sebagai tingkat keberhasilan pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan keislaman kepada masyarakat. Pesan dakwah melalui Facebook dikatakan efektif apabila pesan tersebut dapat diterima, dipahami, diperhatikan, serta memberi manfaat bagi masyarakat sebagai penerima pesan.

Efektivitas pesan dakwah melalui media sosial tidak hanya dilihat dari banyaknya unggahan atau interaksi pengguna, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut

² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).

mampu menjangkau sasaran dan memberi pengaruh terhadap pengetahuan keislaman masyarakat. Oleh karena itu, indikator yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan instrumen penelitian yang telah disusun, yaitu untuk melihat tanggapan responden terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih.

2. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan oleh orang lain.³ Pesan sebaiknya memiliki inti pesan yang menjadi pengaruh dalam usaha mencoba mengubah sikap dalam tingkah laku penerima pesan. Pesan (*message*) adalah suatu simbol verbal atau nonverbal yang mewakili ide, perasaan, atau maksud dari sumber.⁴

Berdasarkan dari kesimpulan di atas penulis

³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. "Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V". 2016.

⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Rosdakarya, 2021), hal. 63

dapat mengartikan pesan adalah suatu ide atau gagasan yang memiliki simbol dan kode yang dikirim oleh komunikator kepada komunikan. Dalam proses komunikasi simbol dan kode tidak akan lepas di dalamnya, karena suatu pesan yang dikirim oleh komunikator terdiri atas beberapa simbol dan kode.

Dari segi bahasa dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*”, yang mana memiliki tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Ketiga huruf tersebut, terbentuk dari berbagai kata dan makna yaitu, mengundang, memanggil, menyuruh datang, minta tolong, memohon, mendorong menyebabkan, mendoakan, mendatangkan, menangis.⁵

Dalam kitab *Hidayatul Mursyidin* Syekh Ali Mahkfud menyampaikan, dakwah adalah dorongan manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (agama), mengajak mereka untuk berbuat kebaikan dan menjauhi perbuatan munkar agar mendapatkan

⁵ Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2019), hal. 1-2

kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dakwah adalah perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah SWT yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.⁶

Dakwah adalah aktivitas atau usaha yang dilaksanakan secara lisan, perbuatan, maupun tulisan yang bersifat memanggil dan mengajak untuk beriman kepada Allah sesuai dengan garis-garis aqidah, syari'ah, dan akhlak. Adapun ayat Al-Qur'an tentang perintah dakwah dan pendidikan yang terdapat dalam Q.S. Saba': 28.⁷

Dari beberapa gagasan definisi tentang dakwah tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah sendiri merupakan suatu usaha ataupun proses yang diwujudkan dalam bentuk ajakan, seruan dan perintah agar melakukan perbuatan yang baik sesuai syari'at islam

⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al Ikhlas, 2022) hal. 21.

⁷ Ahmad Mubarak, "Pesan Dakwah Dalam Film *Ada Surga Di Rumahmu* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)", *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan Ushuluddin)*, Vol. 5, No. 2, 2022

yang sesungguhnya dan menjauhi perbuatan yang buruk, agar mendapatkan kebahagiaan dunia maupun akhirat.

Dakwah bukan saja merupakan suatu fenomena keagamaan saja, dakwah sendiri dapat juga merupakan suatu fenomena sosial. Dapat dipahami dalam saat melaksanakan dakwah seorang *da'i* mengajak seorang *mad'unya* untuk melakukan perbuatan yang baik dan menjauhi perbuatan yang mungkar. Ajakan tersebut akan diterima ataupun ditolak oleh seseorang yang diajaknya.

8

Pesan dakwah adalah sebuah sesuatu yang disampaikan dalam kegiatan dakwah tersebut. pesan dakwah terdapat tiga dimensi yang saling terkait yaitu: pertama, pesan dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Kedua, pesan dakwah yang berkaitan dengan makna yang dapat di terima oleh seseorang. Ketiga, semua pesan dakwah yang dapat diterima maupun dimaknai oleh penerima dengan berbeda. Dari

⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hal. 38.

ketiga dimensi tersebut tidak dapat dipisahkan karena sebuah pesan dakwah sendiri tidak hanya terdapat dari kata-kata saja, melainkan juga mengandung makna dan dimensi penerimaan pesan dakwah oleh seorang *mad'u*. dengan demikian pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang menjadi isi yang ada di dalam saat melaksanakan dakwah. dalam hal tersebut penyampaian pesan dakwah tersebut bisa dilakukan dengan saling bertatap muka ataupun dengan menggunakan media.⁹

Pesan dakwah sama halnya seperti materi dakwah yaitu ajaran-ajaran yang mencakup dalam bidang akidah, Syariah (Ibadah dan Mu'amalah) dan Akhlak yang disampaikan oleh seorang *da'i* (penyampai pesan) kepada *mad'u* (penerima pesan). Semuanya bersumber dengan Al-qur'an, As-sunnah Rasulullah SAW, hasil Ijtihad ulama dan peradaban Islam.

Dalam ilmu komunikasi sendiri pesan dakwah yaitu *message* atau simbol-simbol. Isi dakwah bisa

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: FajarInterpratama Mandiri, 2017), hal.346-347.

berupa gambar, kata, lukisan dan sebagainya yang bisa dengan mudah dipahami oleh *mad'unya*. Bila dakwah melalui lisan maka sebuah ucapan seorang *da'i* merupakan sebuah pesan dakwah, bila dakwah melalui tulisan maka sebuah tulisan itu merupakan pesan dakwah, dan bila dakwah melalui tindakan maka perbuatan seorang *da'i* tersebut merupakan sebuah dakwah pula.¹⁰

b. Unsur-unsur Pesan Dakwah

Terdapat beberapa unsur-unsur yang merupakan satu kesatuan dalam menyelenggarakan dakwah.¹¹

1) Subjek dakwah

Dalam hal ini yang dimaksud dengan subjek dakwah yaitu seseorang yang melaksanakan tugas-tugas dakwah atau sering disebut *da'i*. saat melaksanakan tugas-tugasnya seorang *da'i* dalam

¹⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2019), hal. 3.

¹¹ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2021), hal.16

melakukannya dengan individu ataupun kelompok. Tergantung siapa yang akan diberikan sebuah dakwah bisa kepada seseorang ataupun kelompok dan lembaga.

2) Objek Dakwah

Dalam unsur dakwah objek dakwah dikenal dengan kata *mad'u* yang berasal dari kata isim *maf'ul*, dari kata *da''a-yad''u-da''watan-mad'u*, dan menurut istilah sendiri *mad'u* ialah seseorang ataupun kelompok masyarakat yang menjadi tujuan oleh *da'i* untuk diberikan dakwahnya. Artinya yang menerima dakwah tidak hanya orang muslim saja tetapi semua manusia baik nonmuslim ataupun laki-laki maupun perempuan. Perlu diketahui masyarakat sebagai *mad'u* dakwah mempunyai sifat yaitu heterogen (campuran), misalnya ada masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan, petani, pedagang, buruh, artis, anggota legislatif, karyawan dan lainnya, bila kita lihat dari geografis, masyarakat itu juga ada yang

bertempat tinggal di perkotaan, pegunungan, pesisir dan ada juga yang tempat tinggalnya di pedalaman.¹⁸ Dengan itu bila seorang pendakwah ingin mendakwahi *mad'unya* seharusnya melihat dahulu siapa yang akan didakwahnya.

3) Materi dakwah

Materi dakwah ialah sesuatu isi pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u* nya, yaitu ajaran agama islam yang disebutkan dalam alquran maupun al-hadis. agama islam sendiri bersifat universal yang mengatur seluruh aspek-aspek kehidupan manusia itu sendiri, bersifat abadi sampai akhir zaman ajaran islam terdapat mengandung ajaran-ajaran akhlak, tauhid, dan ibadah tentunya.²⁰ Pada hakikatnya segala sesuatu yang baik dapat dijadikan materi dalam berdakwah selama tidak bertentangan dengan pedoman utama dakwah agama islam yaitu Alquran dan Hadits.¹²

¹² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hal.37

4) Metode dakwah

Metode dakwah merupakan cara-cara penyampaian pesan dakwah dari *da'i* kepada *mad'u*, baik kepada individu maupun kelompok masyarakat.

5) *Atsar* (efek)

Dakwah *atsar* (efek) bisa disebut juga dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah *atsar* ini sering dilupakan atau bisa jadi tidak diperhatikan oleh sebagian pendakwah. Mereka menganggap bahwa setelah *mad'unya* sudah diberikan sebuah dakwah maka kegiatan dakwahnya selesai. Padahal *atsar* ini sendiri sangat penting oleh *da'i* agar mengetahui perubahannya seorang *mad'u*, bilamana akan menjadi baik ataupun bisa jadi buruk. Dengan itu *atsar* ini harus dilakukan oleh seorang pendakwah itu sendiri.

13

6) Media Dakwah

Media dakwah adalah suatu alat yang menjadi

¹³ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2021), hal. 13.

sebuah perantara yang menjadi penunjang dalam penyampaian pesan dakwah dari seorang pemberi dakwah kepada penerima dakwah. seperti contohnya bila seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya didengarkan oleh banyak orang maka pendakwah tersebut menggunakan media alat seperti radio.

Urgensi media dakwah dalam islam yaitu mempermudah para *da'i* dalam melakukan penyampaian pesan dakwahnya secara efektif dan mudah. Zaman saat ini terdapat berbagai macam media, dengan itu seorang *da'i* dapat memilih dan menggunakannya yang sesuai dalam melaksanakan dakwahnya agar pesan dakwahnya dapat diterima oleh *mad'unya* dengan baik dan mudah tentunya.

c. Pesan Dakwah Melalui Media Sosial

Pesan dakwah melalui media sosial merupakan metode yang semakin populer untuk menyebarkan ajaran agama Islam dan memperkuat komunitas keagamaan. Pesan dakwah melalui media sosial mencakup berbagai konten

yang dirancang untuk menyampaikan ajaran Islam, nilai-nilai moral, informasi keagamaan pada masyarakat yang lebih luas. Indikator pesan dakwah melalui media sosial dalam hal ini Facebook adalah sebagai berikut: ¹⁴

1) Kesesuaian isi dengan ajaran Islam

Isi pesan dakwah harus sesuai dengan ajaran Islam serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat

2) Frekuensi postingan

Frekuensi postingan pesan dakwah dapat memengaruhi paparan masyarakat dalam menerima pesan dakwah yang disampaikan.

3) Kemudahan dipahami

Pesan dakwah yang efektif adalah pesan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Hal ini mencakup penggunaan bahasa yang sederhana dan struktur kalimat jelas.

¹⁴ Asep, Syamsul M Romli. Panduan Praktis Mengelola. Media Online. Bandung: Nuansa Cendekia.2012.

4) Daya tarik visual

Daya tarik visual dapat diwujudkan melalui desain grafis yang estetik, penggunaan warna yang sesuai, serta elemen visual seperti gambar, video yang relevan dengan isi pesan.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial yaitu sebuah teknologi digital yang memudahkan banyak orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi setiap pengguna dengan saling bertukar isi pesan dengan jaringan internet. Media sosial merupakan konten yang berbasis internet digital dan dapat memberikan kemudahan untuk berinteraksi satu sama lainnya¹⁵.

Media sosial adalah media berbasis internet yang dapat mudah untuk para pengguna dapat berinteraksi, mendapatkan informasi, berkomunikasi dan juga membentuk komunitas sosial. Media sosial merupakan

¹⁵ Kurniawan, *Jurnalisme Maya* (Bandung : Rosdakarya, 2016), hl.1

sekumpulan perangkat lunak yang dapat memberikan setiap individu pengguna bisa berkumpul, berbagi dan menjadi komunitas sosial pada suatu platform digital¹⁶.

Berdasarkan dari definisi berbagai pendapat para ahli tentang media sosial, dapat diartikan bahwasanya media sosial merupakan media digital yang berbasis jaringan internet untuk mengaksesnya dan pengguna media sosial dapat bertukar informasi, berkomunikasi dalam suatu media sosial yang ada. Adanya media sosial memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Berkomunikasi dan berinteraksi menggunakan media sosial begitu mudah dan praktis dilakukan oleh pengguna di mana pun dan kapan pun berada. Semakin berkembangnya dunia digital dan semakin canggih, maka media sosial semakin banyak juga pengguna yang menggunakan media tersebut.

¹⁶ Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi (Bandung : Simbol Rekatama Media, 2017).h. 6

b. Fungsi Media Sosial

Media sosial yang banyak digunakan oleh banyak orang dan semua kalangan seperti saat ini, mampu memberikan kemudahan untuk berkomunikasi serta memberikan informasi kepada sesama pengguna dengan mudah. Hadirnya media sosial memberikan fungsi tertentu bagi semua penggunanya, di antara fungsi media sosial sebagai berikut:¹⁷

- 1) Media sosial merupakan media untuk memperluas jaringan sosial sesama manusia untuk berinteraksi dalam sebuah jaringan internet.
- 2) Media sosial dapat mengubah sebuah komunikasi ke segala arah dan banyak audiens atau pendengar informasi. Lebih mudahnya informasi lebih mudah dan cepat tersampaikan dengan adanya media sosial.
- 3) Media sosial dapat bertransformasi dari sebelumnya sebagai pengguna isi pesan sekarang dapat menjadi pembuat pesan.

¹⁷ Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12, No. 2, 215

- 4) Media sosial memberikan kemudahan kepada pengguna untuk membangun komunitas sosial yang masuk ke dalam suatu komunitas tertentu sesuai keinginan yang dimiliki oleh pengguna media sosial.

c. Jenis-jenis Media Sosial

Terdapat enam kategori besar dalam buku yang berjudul media social sebagai berikut :¹⁸

1) *Social Networking*

Jenis media ini adalah sarana yang banyak digunakan untuk berinteraksi di dunia virtual. Penggunaanya membentuk komunitas dalam jaringan ini sesuai dengan ketertarikan masing-masing. Contoh media adalah *instagram*, *tiktok* dan Facebook.

2) *Media Sharing*

Media sharing merupakan media yang memudahkan penggunaanya untuk membagi dan menyimpan foto, dokumen, video dan lain sebagainya. Contoh medianya adalah *youtube* dan *photo bucket*.

¹⁸ Feri Sulianta, *Keajaiban sosial media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), h.7

3) *Blog*

Blog menjadi salah satu media sosial mempunyai fasilitas untuk memberikan komentar dan berbagi informasi, tautan *web* dengan sesama pengguna.

4) *Microblogging*

Merupakan media sosial yang penggunaannya dapat menulis serta mengunggah berbagai kegiatan sehari-hari, contoh media adalah *Twitter*.

5) *Wiki*

Merupakan jenis media sosial untuk berkolaborasi akan suatu konten yang telah dipublikasi atau diunggah oleh pengguna media tersebut.

6) *Social Bookmarking*

Social Bookmarking merupakan media sosial untuk digunakan sebagai penyimpan, pengelola, serta mencari berita dan informasi secara *online*. Contoh media yang termasuk *social bookmarking* adalah *LintasMe*

d. Karakteristik Media Sosial

Menurut Mayfield media sosial diasumsikan sebagai suatu bentuk baru dalam media *online*. terdapat Beberapa karakteristik yang biasanya dimiliki oleh media sosial dan menjadi indikator yaitu *participation* (partisipasi), *openness* (keterbukaan), *conversation* (percakapan), *community* (komunitas), *connectedness* (menghubungkan).¹⁹

1) Participation

Participation (keikutsertaan), yaitu media sosial memberikan kontribusi dan umpan balik bagi orang-orang yang tertarik. Partisipasi masyarakat di media sosial merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat melalui informasi yang mudah diperoleh. Adanya informasi yang mencukupi, masyarakat akan belajar untuk dapat menentukan pilihannya.

2) Openness (keterbukaan)

Sebagian besar media sosial terbuka untuk menerima

¹⁹ Irgianto, *Pengaruh Media Sosial Dan Primordialisme Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Anggota Dprd Kabupaten Bulukumba Tahun 2024*, (Tesis Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024)

suatu umpan balik dan partisipasi. media sosial mendorong untuk melakukan pilihan, memberikan komentar dan berbagi informasi.⁷ Keterbukaan informasi adalah prinsip fundamental dalam setiap sistem yang berorientasi pada transparansi dan akuntabilitas. prinsip keterbukaan informasi menjadi landasan penting untuk membangun kepercayaan dan partisipasi masyarakat.

3) *Conversation* (percakapan)

Media sosial menggunakan cara berkomunikasi yang lebih baik, yaitu menggunakan metode percakapan komunikasi dua arah. Percakapan didefinisikan sebagai sebuah rangkaian interaksi dengan awal dan akhir, pergantian giliran yang jelas, dan beberapa maksud atau tujuan.

4) *Community* (Komunitas)

Media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut

adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama.

e. Komponen-Komponen Pemanfaatan Media Sosial

Chris Heuer menginterpretasikan komponen komponen yang ada dalam penggunaan media sosial. Menurutnya ada empat komponen 4C di antaranya.²⁰

- 1) *Context* membahas bagaimana pesan dibentuk dan dibingkai sesuai konteks pesan dan cerita.
- 2) *Communication* membahas aktivitas penyebaran suatu pesan atau cerita dan interaksi pengguna termasuk mendengarkan, menanggapi dan merespons pengguna.
- 3) *Collaboration* merupakan hasil kolektif dari bentuk kolaborasi melalui interaksi, percakapan, hubungan kerja sama, dan aksi bersama pengguna.
- 4) *Connection* adalah sebuah bentuk hubungan dalam media sosial yang harus dibina dan dijaga dengan pembentukan citra positif agar hubungan antar

²⁰ Brian Solis. Engage: *The Complete Guide for Brands and Business to Build , Cultivate, and Measure Success in The New Web*. (Canada: New Jersey, 2010), h. 263

pengguna lebih baik. Keempat komponen di atas memberikan pemahaman dalam merancang interaksi komunikasi yang efektif dan bermakna.

4. Facebook

a. Pengertian Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial di dunia maya yang digunakan untuk mencari teman baru, teman lama dan lainnya. Para masyarakat memanfaatkan Facebook untuk mempromosikan diri sendiri dengan cara meng-upload foto, meng-update status, dan lain sebagainya.²¹ Facebook sebagai jejaring dan media social, merepresentasikan individu sebagai anggota jejaring social dengan penanda akun dan password. Akun yang disyaratkan adalah sebuah alamat email, yang selain menjadi ID untuk *log-in*, juga akan menjadi alamat pengiriman notifikasi. Akun ini mempunyai atribut nama pengguna yang merupakan

²¹ Dominikus juju dan Feri Sulianta. *Hitam Putih Facebook*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2010), hal. 10

identitas pengenalan anggota Facebook.²²

b. Fitur-Fitur Facebook

Banyak fitur yang ditawarkan Facebook sebagai layanan yang dapat digunakan oleh *User* dalam rangka memudahkan interaksi. jika di telaah lebih dalam beberapa di antaranya dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Fitur-fitur tersebut adalah:²³

1) Fitur *Update Status* dan *Comment Wall To Wall*

Ruang di mana pesan dapat diposting dalam halaman profil satu sama lainnya, yang dapat dilihat oleh publik.

2) Fitur *Note* atau *Docs* Pada group

Fitur ini sangat memudahkan siswa dalam membuat dokumen baru pada Facebook. Baik berupa resume mengenai materi yang sedang dipelajari atau menyampaikan informasi dengan lebih terstruktur dan rapi tanpa perlu membuka link baru.

²² Lintang Patria dan Kristianus Yulianto, "Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar *Online* Secara Mandiri", hal. 6

²³ Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. (Jakarta: Grafindo Persada, 2011), hal. 67

3) Fitur *Share Link/ Photo/ Video*

Fasilitas di mana pengguna dapat mengunggah foto agar teman-teman dapat melihatnya. Aplikasi foto ini dilengkapi oleh penanda (*tag*), komentar, dan edit foto. Album foto dapat diatur menjadi privat atau siapa pun dapat bebas melihatnya, sesuai dengan pengaturan penggunaannya.

4) Fitur *Group Chatting*

Aktivitas yang dilakukan pada fitur ini merupakan interaksi dua arah secara langsung atau yang disebut dengan *synchronous* yang terjadi pada sebuah *group*. Fitur ini merupakan layanan yang paling memudahkan proses diskusi maupun bertukar informasi cepat karena anggota *group* dapat berinteraksi secara langsung dengan sesama anggota *group* tersebut yang sedang *online*.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial di dunia maya yang digunakan untuk mencari teman baru,

teman lama dan memanfaatkan Facebook untuk mempromosikan diri sendiri.

5. Pengetahuan

a. Pengertian

Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau *open behavior*.²⁴ Pengetahuan merupakan hasil dari tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya yakni indera pendengaran, indera penciuman, indera penglihatan, indera penciuman, dan indera peraba.

b. Tingkat Pengetahuan

Tingkat pengetahuan dibagi 6 tingkatan pengetahuan, yaitu:²⁵

²⁴ Nasrullah, Rulli, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h.11.

²⁵ Setiadarma, A. Pemanfaatan Media Baru Dalam Media Relations. *Jurnal. Ikon*, XXVI(3), (2020).

1) Tahu (*know*)

Pengetahuan yang didapatkan seseorang sebatas hanya mengingat kembali apa yang telah dipelajari sebelumnya, sehingga dapat diartikan pengetahuan pada tahap ini adalah tingkatan paling rendah.

2) Memahami (*comprehension*)

Pengetahuan yang menjelaskan sebagai suatu kemampuan menjelaskan objek atau sesuatu dengan benar.

3) Aplikasi (*application*)

Pengetahuan yang dimiliki pada tahap ini adalah dapat mengaplikasikan atau menerapkan materi yang telah dipelajari.

4) Analisis (*analysis*)

Kemampuan menjabarkan suatu materi atau suatu objek ke dalam sebuah komponen-komponen yang ada kaitan satu sama lain.

5) Sintesis (*synthesis*)

Adalah sebuah pengetahuan yang dimiliki

kemampuan seseorang dalam mengaitkan berbagai fungsi elemen atau unsur pengetahuan yang ada menjadi suatu pola baru yang lebih menyeluruh.

6) Evaluasi (*evaluation*)

Pengetahuan ini dimiliki pada tahap berupa kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian suatu materi atau objek.

c. Pengukuran Pengetahuan Keislaman

Pengukuran tingkat keislaman seseorang dapat dilakukan melalui berbagai indikator, salah satunya adalah peningkatan pengetahuan keagamaan yang diperoleh dari isi pesan dakwah. Pesan dakwah pada dasarnya tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga untuk membentuk pemahaman, sikap, serta perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah dapat dilihat dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman individu

terhadap ajaran Islam secara menyeluruh.²⁶

Pengetahuan keislaman dalam penelitian ini dipahami sebagai hasil tahu responden terhadap pesan-pesan keislaman yang diterima melalui postingan akun Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih. Pengetahuan tersebut tampak dari kemampuan responden untuk mengingat isi pesan, memahami makna pesan yang disampaikan, serta mengaitkan pesan tersebut dengan kehidupan sehari-hari. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan melalui angket yang menanyakan isi materi yang hendak diukur kepada responden. Dengan demikian, pengetahuan keislaman umum dalam penelitian ini dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator, yaitu: (1) ingatan terhadap isi pesan keislaman, (2) pemahaman makna pesan keislaman, (3) kemampuan mengaitkan pesan keislaman dengan kehidupan sehari-hari, dan (4) bertambahnya wawasan keislaman umum setelah melihat postingan akun

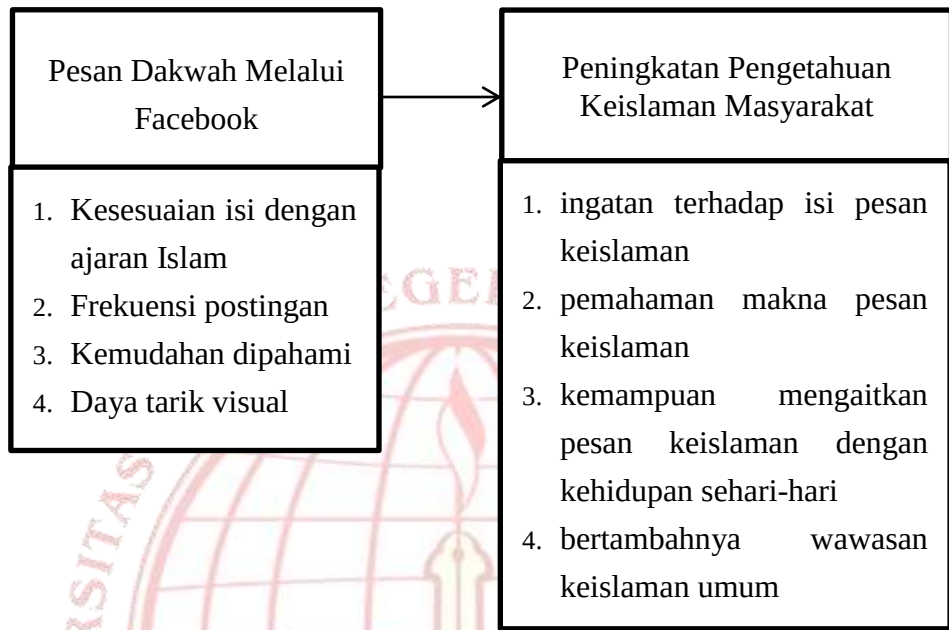
²⁶ Abdullah, Q. A. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: Qiara Media. 2019, hlm. 72.

Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih.
Indikator-indikator ini disusun berdasarkan ranah kognitif pengetahuan yang menekankan proses mengingat, memahami, dan mengaplikasikan pengetahuan pada tingkat dasar.²⁷



²⁷ Soekidjo Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Edisi Revisi (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

B. Kerangka Pemikiran



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner.

H_0 : Tidak terdapat efek pesan dakwah melalui Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih terhadap peningkatan pengetahuan keislaman masyarakat.

H_a Terdapat efek pesan dakwah melalui Facebook Pondok Pesantren Abdurrahman Al-Fatih terhadap peningkatan pengetahuan keislaman masyarakat.

