

PENERAPAN ETIKA KOMUNIKASI ISLAMI YANG DILAKUKAN KADER MUDA DAN KADER TUA MELALUI JEJARING MEDIA SOSIAL (FACEBOOK, INSTAGRAM, WHATSAPP) SERTA RELEVANSINYA TERHADAP INFORMASI KEGIATAN YANG AKURAT SEPANJANG TAHUN 2022

Wahyu Nurhalim

UIN Sultan Syarif Kasim Ria

Email: nurhalimw12@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to find out how the response of young and old cadres regarding the application of Islamic communication, and the use of social media applications, Instagram, Facebook and WhatsApp. The method used in this research is the survey method. The survey method is a research method that uses a questionnaire as the main instrument for collecting data. Based on the observations of researchers, Old and Young Cadres, first use Instagram more, based on followers, and secondly Facebook, based on followers, thirdly whatsapp. Based on the account of each area. Based on a survey, on Instagram Social Media the above analysis of Mother's Day greetings got the most likes, 11,867. on December 22, 2022. Then, congratulatory hizbul wathan hizbul wathan likes, 10,672 likes, then the third most likes 6,817. on the information on the composition of the central PP Muhammadiyah 2022-2027. Based on surevy one of the administrators in each group. Both the central, provincial and regency regions often receive information.

Keywords: Social Media Applications, Muhammadiyah Cadres, Activity Information.

PENDAHULUAN

Kaderisasi Muhammadiyah merupakan salah satu bagian inti dalam dinamika perjalanan organisasi yang didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan ini. Muhammadiyah adalah gerakan Islam yang mengemban misi dakwah dan tajdid. Muhammadiyah punya tujuan yang harus diwujudkan yaitu menegakkan dan menjunjung tinggi agama Islam sehingga terwujud masyarakat Islam sebenar-benarnya. Untuk itu diperlukan orang-orang

yang menjadi pelaku gerakan Muhammadiyah yaitu para anggota Muhammadiyah dan diantara mereka ada yang disebut kader. Kader adalah anggota yang memiliki kualitas dan tugas khusus. Dalam organisasi ada tiga komponen penggerak yaitu pemimpin, kader dan anggota. Bagi

Muhammadiyah, kader merupakan bagian inti dari anggota yang berperan sebagai “anak panah” gerakan Muhammadiyah. (<https://kemuhammadiyah.com/kaderisasi-muhammadiyah/> diakses, 27 Desember 2022).

Komunikasi manusia merambah ke dalam seluruh kehidupan manusia. Komunikasi manusia memiliki bentuk dan karakteristik yang beragam. Sebagai salah satu agama terbesar di dunia, Islam telah memberikan panduan atau petunjuk yang sangat jelas mengenai komunikasi manusia dalam berbagai konteks komunikasi yang selama ini telah kita kenal, yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi atau komunikasi kelompok serta komunikasi massa. Selama ini yang menjadi rujukan kajian komunikasi manusia lebih banyak berasal dari dunia barat (<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-islam>, diakses 27 Desember 2022)

Tujuan Penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana respon kader muda dan kader tua dalam penerapan komunikasi yang islami, dan pemanfaatan aplikasi media sosial, instagram, facebook) dan aplikasi obrolan, whatsapp dan telegram.

A. Muhammadiyah Sebagai Organisasi Kader

Bagi Muhammadiyah, kader merupakan anggota inti organisasi yang berperan sebagai ujung tombak gerakan Muhammadiyah, yang dapat diandalkan untuk mencapai berbagai tujuan organisasi. Kader diharapkan dapat melakukan hal-hal yang tak bisa dilakukan anggota biasa. Muhammadiyah memiliki potensi kader yang banyak dengan dari berbagai bidang keahlian dan memiliki karakter-karakter terpelajar, berpikir modern, gemar beramal, terpercaya dan keahlian yang baik. Muhammadiyah selalu berusaha agar dapat melahirkan kader-kader mumpuni untuk kebutuhan internal maupun eksternal dan dapat bertahan selama seratus tahun lebih karena eksistensi kader. Potensi sumber daya kader di Muhammadiyah ini dipengaruhi oleh kondisi-kondisi dibawah ini :

1. Jumlah anggota dan simpatisan banyak serta tersebar di berbagai bidang keahlian
2. Segmentasi kader berdasar kelompok umur dan status di berbagai organisasi otonom
3. Jumlah siswa dan mahasiswa Muhammadiyah sangat banyak
4. Para tokoh, pimpinan Muhammadiyah dan anggota keluarganya menjadi sumber kader
5. Jaringan vertikal dan horisontal persyarikatan dari ranting sampai pusat
6. Amal usaha Muhammadiyah yang melimpah dengan fasilitas dan sumberdaya yang memadai untuk perekrutan, pembinaan serta pendistribusian kader dan anggota
7. Jaringan Muhammadiyah dengan organisasi-organisasi sejenis baik didalam maupun diluar yang punya visi misi serupa
8. Sistem pengkaderan Muhammadiyah yang mapan

B. Tujuan Kaderisasi

Tujuan pengkaderan Muhammadiyah adalah membentuk kader Muhammadiyah yang memiliki semangat, integritas dan kompetensi untuk berperan di Persyarikatan, kehidupan umat, berbangsa dan bernegara serta berkiprah di percaturan dunia. Dengan demikian maka pengkaderan termasuk program strategis Muhammadiyah.

Jalur Kaderisasi Muhammadiyah. Dalam pelaksanaannya Muhammadiyah menjadikan empat sektor menjadi jalur kaderisasi yaitu :

1. Jalur keluarga
2. Amal usaha
3. Organisasi otonom
4. Program khusus : MPK

C. Jenis dan Bentuk Pengkaderan di Muhammadiyah

1. Pengkaderan Utama

Yaitu kegiatan kaderisasi pokok yang dilaksanakan dalam bentuk pendidikan/pelatihan yang menyatukan visi dan pemahaman nilai ideologis serta aksi gerakan yang diselenggarakan oleh MPK dan AUM.

Pengkaderan ini dilaksanakan dengan standar kurikulum baku dan standar operasional yang telah ditetapkan serta terdiri dari dua macam yaitu Baitul Arqam dan Darul Arqam.

a. Darul Arqam

Adalah pengkaderan yang utama dan khas dalam sistem pengkaderan Muhammadiyah yang bertujuan untuk membentuk cara berfikir dan sikap kader yang kritis, terbuka serta penuh komitmen terhadap Muhammadiyah. Darul Arqam diselenggarakan oleh Pimpinan Pusat, Wilayah serta amal usaha Muhammadiyah. Darul Arqam dari masing-masing penyelenggaraan tersebut mempunyai perbedaan mengenai waktu, cakupan materi, segmentasi dan kualifikasi peserta. Darul Arqam Pusat selama satu minggu, Wilayah lima hari dan pimpinan AUM empat hari. Peserta Darul Arqam diprioritaskan untuk pimpinan persyarikatan, unsur pembantu pimpinan, dan pimpinan puncak AUM. Contoh kegiatan pengkaderan : Baitul Arqom

b. Baitul Arqam

Baitul Arqom merupakan modifikasi atau penyederhanaan dari Darul Arqam dan diselenggarakan untuk tingkat Pimpinan Daerah, Cabang, Ranting serta AUM. Sasarannya adalah simpatisan, anggota, pimpinan Muhammadiyah, pimpinan ortom, pimpinan serta karyawan AUM. Penyederhanaan dilakukan dari sisi waktu penyelenggaraan dan kurikulumnya. Penyelenggaraan hanya berlangsung selama tiga dan kurikulum lebih sederhana.

2. Pengkaderan Fungsional

Adalah kaderisasi yang terstruktur namun tidak ditetapkan standar kurikulumnya secara baku untuk mencukupi kebutuhan dan fungsi tertentu dari majelis atau lembaga.

Pengkaderan fungsional dilaksanakan sebagai pendukung perkaderan utama dan dilaksanakan dalam bentuk pendidikan, pelatihan, kursus dan kajian intensif. Kurikulumnya dapat dikembangkan secara fleksibel sesuai jenis, kebutuhan dan kreatifitas masing-masing penyelenggara.

a. Pelatihan Instruktur

Merupakan salah satu bentuk kaderisasi pendukung yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kader persyarikatan sebagai pelatih (instruktur) dalam mengelola dan melaksanakan berbagai bentuk kaderisasi di lingkungan Persyarikatan.

b. Pelatihan yang diselenggarakan majelis dan lembaga

Pelatihan-pelatihan di lingkup unsur pembantu pimpinan Muhammadiyah antara lain : pelatihan kader muballigh, kader hisab dan falak, kewirausahaan, kader politik dan lain-lain.

c. Pengajian Pimpinan

Merupakan kegiatan terbatas bagi pengembangan wawasan dan pendalaman terhadap nilai-nilai ideologi gerakan Muhammadiyah yang diikuti pimpinan persyarikatan dan ortom serta ditambah orang-orang tertentu yang dipandang perlu.

Pengajian pimpinan diselenggarakan secara rutin dan disertai dengan kurikulum yang terstruktur dan berkesinambungan.

d. Pengajian Khusus

Bentuk pengajian ini dirancang dan diselenggarakan secara khusus sebagai media internalisasi dan peneguhan pahan agama dan ideologi gerakan Muhammadiyah bagi segenap warga persyarikatan di lingkungan masing-masing.

e. Pelatihan Tata Kelola Organisasi

Dilaksanakan untuk memberi bekal kemampuan manajerial dan administratif bagi pimpinan Persyarikatan serta pengelola amal usaha agar dapat menjalankan amanah secara profesional, dinamis dengan tetap berpijak pada visi misi Muhammadiyah.

f. Diklat Khusus

Pendidikan dan pelatihan (diklat) berorientasi pada pengembangan sumber daya kader dan pemekaran potensinya sehingga bisa mendukung peran-perannya diluar persyarikatan. Contoh diklat khusus pelatihan jurnalistik, outbond training. (Legino, 2021, Pendidikan Kemuhammadiyah SMA/K/MA Muhammadiyah X Semester 1 Dan 2 Untuk SMA/MA, deepublish:Jakarta)

D. Pengertian Komunikasi

Secara terminologi komunikasi berasal dari kata *communicare* yang berarti “untuk membuat kesamaan” atau “untuk berbagi”. Dalam bahasa Latin disebut dengan *communication* atau *communis* yang artinya “sama” (Pearson dkk, 2000 : 10).

Sementara itu, istilah untuk komunikasi dalam bahasa Arab adalah *tawashul*. *Tawashul* berasal dari kata “*washala*” yang berarti “sampai”. Dengan demikian, *tawashul* adalah proses pertukaran informasi

yang dilakukan oleh dua pihak sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang melakukan komunikasi.

Istilah lain dalam bahasa Arab untuk merujuk istilah komunikasi adalah *ittishal* yang lebih menekankan pada makna ketersambungan pesan. Dalam *ittishal*, jika pesan yang dikirimkan oleh komunikator sampai dan bersambung pada komunikan/komunikate, maka itulah komunikasi dan tidak harus terjadi *feedback* atau umpan balik.

Merujuk pada pengertian istilah komunikasi, salah satu peneliti psikologi **Raymond S. Ross** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : “Komunikasi adalah proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber” (Jalaludin Rakhmat, 2001 : 3).

E. Pengertian Komunikasi Islam

Pengertian tentang komunikasi dan Islam dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun diatas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan, dan keselamatan (Hefni, 2015).

Sebagai sebuah ilmu, komunikasi Islam memiliki rujukan utama yang merupakan pedoman hidup bagi kaum muslimin, yaitu Al Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Kedua sumber utama inilah yang memberikan karakteristik komunikasi Islam. Selain Al Qur'an dan Hadits, kitab-kitab yang disampaikan oleh para ulama serta disiplin ilmu lainnya yang turut memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi secara umum dan komunikasi Islam pada khususnya.

F. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam

Islam merupakan pedoman kehidupan, yang telah menyediakan berbagai panduan atau petunjuk dalam seluruh wilayah komunikasi manusia. Karenanya, panduan atau petunjuk Islam sudah selayaknya dijadikan sebagai prinsip-prinsip ketika perinsip-prinsip tersebut dijadikan sebagai pedoman.

Prinsip adalah sebuah pedoman yang dapat membuat manusia menginterpretasikan suatu kejadian, membuat penilaian tentang sesuatu dan kemudian memutuskan bagaimana bereaksi dalam situasi tertentu. Sebuah prinsip mempunyai tiga bagian, yaitu mengidentifikasi suatu situasi atau kejadian, melibatkan sekumpulan norma-norma dan nilai-nilai, dan hubungan antara aksi dan konsekuensi yang mungkin.

Berdasarkan hal tersebut, Islam secara spesifik menyajikan prinsip-prinsip dalam bentuk ideal komunikasi sebagai dua sumber dasar yang disebut dengan Islam Syariah. Berbeda dengan prinsip-prinsip komunikasi yang telah kita kenal sebelumnya, komunikasi Islam memiliki

prinsip-prinsip tersendiri. Menurut Hefni (2015) prinsip-prinsip komunikasi Islam adalah :

- **Ikhlas** dalam memberikan dan menerima pesan.
- **Pahala dan dosa**, segala sesuatu yang disampaikan memiliki akibat pahala atau dosa. Pahala jika pesan disampaikan dengan cara-cara yang baik dan dosa jika pesan yang disampaikan dengan cara-cara yang kasar atau tidak baik.
- **Kejujuran**, pesan disampaikan dengan jujur dan apa adanya sesuai dengan fakta.
- **Kebersihan**, berarti bersih dalam penyampaian pesan yang membuat penerima pesan merasa nyaman dalam sisi psikologis.
- **Berkata positif**, hal-hal positif yang disampaikan kepada penerima pesan dapat mendatangkan kebahagiaan dan dapat memberikan motivasi yang positif.
- **Hati, lisan dan perbuatan adalah satu kesatuan**. Perkataan serta perbuatan baik yang dilakukan mencerminkan hati. Ketiganya harus sesuai.
- **Dua telinga satu mulut**, kita dituntut untuk dapat mendengar lebih banyak daripada berbicara.
- **Pengawasan**, Allah SWT adalah Maha Mendengar, Maha Melihat dan Maha Mengetahui segala sesuatu yang kita kerjakan. Dengan menyadari kekuasaan Allah SWT maka kita cenderung untuk berbicara dan bertindak dengan hati-hati karena semua makhluk tidak lepas dari pengawasan Sang Pencipta.
- **Selektifitas dan validitas**.
- **Saling mempengaruhi**, komunikasi merupakan proses pertukaran informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan perilaku.
- **Keseimbangan**, setiap informasi diterima dari berbagai pihak agar seimbang sehingga dapat menghasilkan keputusan yang adil.
- **Privasi**, menghormati dan menghargai wilayah pribadi dari masing-masing orang agar terhindar dari pelanggaran hak pribadi.

G. Komunikasi Efektif dalam Perspektif Islam

Komunikasi yang efektif baik verbal maupun non verbal dalam perspektif Islam sangat diperlukan guna menjaga lingkungan dan masyarakat berada dalam kedamaian, tanpa kekerasan, dan harmonis. Naz Muhammad dan Fazle Omer dalam *Communication Skills in Islamic Perspective* (2016) mengungkapkan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif dalam perspektif Islam yang dibagi dalam komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.

Beberapa prinsip komunikasi verbal yang efektif dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut :

1. **Intonasi yang lembut**. Islam sangat menggarisbawahi pentingnya sopan santun dan etika dalam berkomunikasi, salah satunya adalah dengan

menggunakan intonasi yang lembut. Sebaliknya, menggunakan intonasi yang keras dapat membuat penerima pesan menjadi tidak nyaman.

2. **Menggunakan kata-kata yang tepat.** Untuk mencapai komunikasi yang efektif, pemilihan serta penggunaan kata-kata, frasa dan kalimat yang tepat sangatlah penting agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.
3. **Menggunakan suara yang lemah lembut.** Suara yang keras dapat menyebabkan gangguan dan kerusakan pada alat pendengaran. Suara yang keras termasuk dalam polusi yang dapat merusak kesehatan. Secara alamiah, Allah SWT telah menganugerahkan manusia dengan suara yang sangat dinamis yang dapat digunakan dalam situasi yang tepat. Karenanya, penggunaan volume suara yang tepat perlu disesuaikan dengan penerima pesan.
4. **Memahami mental penerima pesan.** Seorang komunikator dalam proses komunikasi Islam hendaknya memahami bahwa setiap orang memiliki sifat dan tingkatan mental yang berbeda. Sehingga masing-masing orang pun memiliki kemampuan yang berbeda dalam menerima dan menyerap pesan yang dikirimkan oleh komunikator.
5. **Memahami situasi dan kondisi.** Salah satu prinsip kunci dari komunikasi yang efektif adalah memahami situasi dan kondisi dimana komunikasi tersebut berlangsung. Dalam artian, pesan yang disampaikan oleh komunikator disesuaikan dengan situasi dan kondisi dimana komunikasi tersebut berlangsung.
6. **Menghindari dominasi pembicaraan.** Dalam suatu diskusi, tidak jarang terdapat anggota diskusi yang terlalu mendominasi pembicaraan dibandingkan dengan yang lain. Hal ini mengakibatkan anggota diskusi yang lain menjadi bosan. Adanya dua telinga dan satu mulut dimaksudkan agar sebagai pengirim pesan hendaknya lebih banyak mendengar dibandingkan berbicara. Orang bijak selalu mendengarkan apa yang dikatakan oleh lain dan berbicara dengan sedikit.
7. **Hindari mencela dalam diskusi.** Tidak sedikit orang yang berbicara secara langsung atau “blak-blakan” tanpa mengindahkan perasaan orang lain.

Sedangkan, prinsip-prinsip komunikasi non verbal yang efektif dalam persepektif Islam adalah sebagai berikut :

1. Riang dan ceria

Hal ini berkaitan dengan ekspresi wajah saat bertemu dengan orang lain. Dalam Islam, memberikan senyuman dan menampilkan wajah yang ceria saat bertemu dengan orang lain adalah sedekah. Pesan dapat disampaikan dengan lebih baik melalui ekspresi wajah yang ceria dan ramah dan penerima pesan akan merasakan nyaman sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

2. Penggunaan mata

Mata adalah jendela hati. Mata dapat mengungkapkan hal-hal yang tidak dapat disampaikan dengan kata-kata. Mata dapat mengungkapkan perasaan kasih sayang, marah, cemburu dan lain-lain. Untuk itu, saat

berkomunikasi atau melakukan percakapan dengan orang lain perlu hati-hati dalam menggunakan mata atau kontak mata.

3. Menggunakan tangan

Gerakan tangan saat berkomunikasi dengan orang lain dapat menambah efektivitas komunikasi. Namun demikian, komunikator perlu berhati-hati dalam menggunakan tangan ketika menyampaikan pesan karena bisa jadi orang akan memberikan arti yang berbeda sesuai dengan latar belakangnya. (Internet sebagai Media Komunikasi).

Itulah prinsip komunikasi yang efektif dalam Islam berdasarkan Kitab Suci Al Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Namun perlu diingat pula bahwa kelancaran berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal tak jarang menemui hambatan-hambatan komunikasi seperti misalnya hambatan bahasa serta hambatan budaya. Dari berbagai studi menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang tidak sesuai dapat menghambat kelancaran komunikasi. Di samping itu, perbedaan latar belakang budaya pun turut memberikan kontribusi dalam menghambat kelancaran komunikasi.

H. Fungsi Komunikasi Islam

Sebagaimana fungsi komunikasi pada umumnya, maka komunikasi Islam pun memiliki beberapa fungsi, yaitu :

- **Informasi**, segala sesuatu yang menerpa dan mengirimkannya kembali kepada orang lain melalui panca indera adalah informasi.
- **Memberikan keyakinan**, pesan yang dikirimkan oleh komunikator dapat memberikan keyakinan kepada penerima pesan.
- **Mengingatkan**, dalam artian mengingatkan penerima pesan terutama mengenai masalah-masalah keagamaan melalui dakwah.
- **Memberikan motivasi**, kehidupan manusia yang sangat dinamis mengakibatkan manusia menjadi tidak stabil. Motivasi yang disampaikan melalui komunikasi yang tepat oleh komunikator dapat memberikan semangat baru kepada penerima pesan.
- **Sosial**, komunikasi berkontribusi penting dalam kehidupan sosial seseorang karena melalui komunikasi inilah manusia dapat berinteraksi dengan manusia lainnya.
- **Memberikan bimbingan**, dalam artian membimbing manusia dalam hal kebaikan, memperbaiki kondisi manusia yang mengalami kerusakan, membantu manusia menemukan dan mengembangkan potensi diri.
- **Memberikan kepuasan spiritual**, dilakukan melalui pemberian nasihat-nasihat spiritual kepada penerima pesan.
-
- **Menghibur**, dalam artian selalu mengucapkan syukur atas nikmat yang diperoleh.

I. Ruang Lingkup Komunikasi Islam

Adapun yang menjadi ruang lingkup komunikasi Islam adalah sebagai berikut :

- Komunikasi manusia dengan Sang Pencipta (komunikasi transedental).
- Komunikasi manusia dengan dirinya sendiri (komunikasi intrapersonal).
- Komunikasi antar manusia (komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa).

J. Bentuk Komunikasi Islam

Terdapat tiga bentuk komunikasi Islam yaitu komunikasi manusia dengan Sang Pencipta, komunikasi manusia dengan dirinya sendiri, dan komunikasi antar manusia.

- Komunikasi manusia dengan Sang Pencipta.
- Komunikasi manusia dengan dirinya sendiri atau komunikasi intrapersonal – melalui komunikasi intrapersonal kita dapat berbicara dengan diri kita sendiri, belajar mengenai diri kita sendiri, dan menilai diri sendiri. Kita dapat mempersuasi diri kita sendiri mengenai segala sesuatu dan lain-lain.
- Komunikasi antar manusia diantaranya komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal – melalui komunikasi interpersonal kita berinteraksi dengan orang lain, belajar mengenai orang lain dan diri kita dll.
- Komunikasi kelompok – kita berinteraksi dengan orang lain yang berada di dalam kelompok yang sama.
- Komunikasi publik – orang lain memberi informasi dan mempersuasi diri kita begitu pula sebaliknya

H. Komunikasi dalam Perspektif Islam

Komunikasi dalam perspektif Islam dapat dilihat pada hal-hal berikut ini, yaitu :

- Komunikasi telah ada bersamaan dengan hadirnya manusia di muka bumi.
- Komunikasi berkaitan erat dengan manusia dalam perspektif Islam.
- Komunikasi merupakan kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia.
- Komunikasi merupakan pengejawantahan kasih sayang Sang Pencipta kepada manusia.
- Komunikasi memiliki tujuan agar manusia dapat saling mengenal satu sama lain guna mewujudkan semangat taqwa.
- Komunikasi memiliki tujuan untuk menebar semangat kedamaian dan kenyamanan.
- Komunikasi adalah wujud pesan yang lahir dari hati.
- Komunikasi berefek pada kehidupan dunia dan akhirat.

K. Pesan Komunikasi dalam Perspektif Islam

Dalam teori komunikasi menurut para ahli, pesan adalah salah satu elemen atau komponen yang sangat penting dalam proses komunikasi. Dalam komunikasi Islam pun pesan memegang peranan yang sangat

penting. Pada dasarnya terdapat dua macam pesan komunikasi yaitu pesan verbal dan pesan non verbal.

- Pesan verbal. Pesan berupa pikiran, emosi, keinginan, dan harapan disampaikan melalui percakapan. Dalam Al Qur'an pesan verbal disebut dengan istilah lafadz, qaul serta kalimat.
- Pesan nonverbal. Selain pesan verbal, pesan yang berupa bahasa tubuh juga digunakan dalam proses komunikasi.

L. Manfaat Mempelajari Komunikasi Islam

Menurut Harjani Hefni dalam bukunya Komunikasi Islam, mempelajari komunikasi Islam mendatangkan berbagai manfaat, yaitu :

1. Membimbing kaum muslimin secara khusus dan manusia secara umum berkomunikasi dengan Pencipta
2. Membimbing kaum muslimin berkomunikasi dengan diri sendiri
3. Membimbing kaum muslimin berkomunikasi dengan sesama manusia berdasarkan ajaran Islam.

M. Pengertian Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”

Sementara menurut wikipedia, definisi media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan pengertian medsos sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Media sosial merupakan sebuah media berbasis kecanggihan teknologi yang diklasifikasikan dari berbagai bentuk, seperti majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, sinia, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial.

Menurut Michael Cross pengertian media sosial secara umum adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.

N. Berikut ini dapat dilihat ciri-ciri media sosial.

Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang tetapi lebih luas jangkauannya. Contohnya pesan melalui SMS ataupun internet. Pesan yang disampaikan bebas atau tanpa harus melalui suatu Gatekeeper. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding

platform lainnya. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Secara lebih sederhana sosial media dapat diartikan sebuah platform untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya.

Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, dengan platform ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak dan waktu. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita. Seseorang yang asalnya “kecil” seketika bisa menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sekejap bisa menjadi “kecil”.

Harus diakui bahwa pengguna situs social media (sosmed) terus membludak meskipun kini sudah tersedia beragam layanan sejenis dengan keunikan tertentu. Selain update status, upload gambar/video hingga main video game, keseruan sosmed terletak pada interaksi para pengguna setia dalam menjadikan sebuah kabar sebagai viral hanya dalam hitungan menit saja.

Hal itu mendorong para pemilik situs untuk memanfaatkan sosmed sebagai ajang cari trafik cepat dan murah. Layanan mesin pencari seperti Google malah turut mengakuinya sebagai salah satu elemen SEO yang mempengaruhi SERP. Oleh karena itu, tak ada salahnya mengenal lebih jauh penjabaran social media seperti Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Pinterest, Youtube Instagram, dll. Setelah mengetahui arti platform media sosial, selanjutnya kita akan membahas mengenai jenis sosial media di bawah ini.

O. Jenis Media Sosial

Dilansir dari wikipedia, Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial, yang dapat dilihat sebagai berikut.

1. Proyek Kolaborasi

Situs web mengizinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web ini. Contohnya Wikipedia.

2. Blog dan Mikroblog

Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini, seperti curhat (curahan hati) atau kritik terhadap kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter.

3. Konten

Para pengguna situs web ini saling berbagi konten-konten media, seperti video, gambar, dan buku-el (buku elektronik). Contohnya YouTube.

4. Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang di dalamnya terdapat “izin” bagi pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat

terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa berbentuk foto-foto atau video. Contohnya Facebook.

5. Virtual Game World

Dunia permainan virtual, merupakan replikasi “lingkungan” 3D (tiga dimensi), user atau pengguna bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan dan dapat berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya gim daring (online game).

6. Virtual Social World

Dunia virtual sosial, yang di dalamnya seorang pengguna merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan lain orang. Namun, Virtual social world sifatnya lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan nyata atau realistis. Contohnya second life.

P. Karakteristik Media Sosial

Menurut pakar komunikasi di pakarkomunikasi.com, Media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

1. Kualitas

Distribusi pesan melalui media sosial memiliki berbagai variasi yang tinggi, mulai dari kualitas yang sangat rendah hingga kualitas yang sangat tinggi tergantung pada konten.

2. Jangkauan

Teknologi media sosial bersifat desentralisasi, tidak berifat hierarki (Baca : Teori Jarum Hipodermik)

3. Frekuensi

Menggambarkan jumlah waktu yang digunakan oleh pengguna untuk mengakses media sosial tiap harinya.

4. Aksesibilitas

Menggambarkan kemudahan media sosial untuk diakses oleh pengguna.

5. Kegunaan

Para pemilik situs harus Menggambarkan siapapun yang memiliki akses internet dapat mengerjakan berbagai hal dengan menggunakan media sosial seperti mem-posting foto digital, menulis online dan lain-lain.

6. Segera

Menggambarkan waktu yang dibutuhkan pengguna media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain secara instan.

7. Tidak Permanen

Menggambarkan bahwa pesan dalam media sosial dapat disunting sesuai dengan kebutuhan.

Fitur Umum Media Sosial

Berikut fitur-fitur yang umumnya terdapat dalam suatu aplikasi media sosial. Untuk membedakan mana platform sosial media dengan aplikasi berbasis internet lainnya, paling tidak ia memiliki 7 fitur di bawah ini.

1. Akun pengguna

Setiap media sosial memungkinkan penggunanya untuk membuat akun sendiri yang akan diverifikasi menggunakan nomor handphone atau email address.

2. Halaman profil

Halaman profil berisi data nama pengguna dan detail lain seperti kontak dan informasi pribadi. Sebagai ajang komunikasi, maka laman profil khusus milik setiap pengguna adalah hal yang wajib ada.

3. Teman, pengikut, hashtag

Setiap orang dapat menggunakan platform media sosial untuk saling terhubung, baik itu dengan pengguna ataupun topik informasi tertentu. Hashtag digunakan untuk menandai topik atau kata kunci tertentu yang biasanya ditandai dengan tanda pagar #namahashtag

4. Timeline atau Lini masa

Timeline atau lini masa memungkinkan kita untuk menerima update terkini. Bahkan hari ini, tidak sedikit platform yang memungkinkan kita menerima update secara real-time. Facebook dan Twitter adalah salah satunya.

5. Personalisasi

Sosial media populer biasanya memungkinkan setiap pengguna untuk memodifikasi tampilannya se-personal mungkin. Personalisasi ini bisa tercermin dari foto yang digunakan, informasi yang tersedia, serta tampilan yang tidak monoton.

6. Komentar dan reaksi

Adanya feedback membuat interaksi lebih hidup. Umpan balik ini bisa sangat beragam, baik berupa tulisan (komentar), likes, re-tweet, love, ataupun bentuk emosi lainnya.

7. Notifikasi

Fitur notifikasi berfungsi untuk memastikan kita tidak melewatkan hal-hal yang seharusnya kita dapatkan.

Q.Fungsi Media Sosial

Setelah mengetahui pengertian media sosial, jenis, karakteristik dan fitur umumnya, selanjutnya kita perlu tahu apa saja fungsinya. Berikut adalah beberapa fungsi media sosial secara umum:

1. Sarana Interaksi Sosial

Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.

2. Sarana Aktualisasi Diri

Sebagai sarana aktualisasi diri, menunjukkan bakat dan kemampuan yang dimiliki sehingga dapat dilihat banyak orang di media sosial.

3. Komunikasi Dialogis

Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens dan menjalin hubungan pribadi.

4. Sarana Komunitas Online

Sebagai sarana membentuk komunitas online. Platform ini menjadi wadah tempat berkumpulnya masyarakat online yang memiliki minat yang sama untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi atau pendapat.

5. Transformasi Komunikasi

Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.

6. Personal Branding

Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.

Sebagai platform komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

7. Media Pemasaran

Fitur notifikasi berfungsi untuk Sebagai media pemasaran yang dapat digunakan untuk menjaring calon customer potensial.

R. Dampak Media Sosial

Walaupun media sosial merupakan sarana hiburan, faktanya tidak sedikit masalah yang dihasilkan. Berikut beberapa dampak yang muncul dari penyalahgunaan sosial media.

1. Spam

Dengan adanya sosial media membuat mudah para spammer untuk membombardir netizen dengan konten spam. Distributor spam tersebut bisa berupa akun yang dikelola oleh orang secara langsung ataupun oleh bot. Salah satu contohnya adalah spamming di instagram. Arti spam di IG adalah tulisan di dalam kolom komentar yang diposting berkali-kali pada foto yang diupate sendiri.

2. Cyberbullying

Dengan mayoritas pengguna generasi muda dan anak-anak, media sosial menjadi sangat rentan untuk menjadi ajang “ikut-ikutan”. Sayangnya, tidak sedikit aksi demam tersebut berujung pada aksi untuk mendiskreditkan seseorang. Hal ini tentu bisa berakibat fatal bagi korban atau target bully yang bisa jadi sasaran dan konsumsi jutaan orang di dunia maya.

3. Berita palsu (HOAX)

Jangan heran bila sebagian besar HOAX tersebar lewat sosial media. Hal ini dikarenakan saking mudahnya seseorang untuk menyebar informasi tanpa disertai filter yang memadai. Tingkat kesadaran dalam mengolah informasi juga menjadi faktor penting bagaimana dengan mudahnya seseorang membagikan info yang belum tervalidasi atau bahkan provokatif.

4. Menjadi Asosial

Anak dan remaja menjadi malas belajar berkomunikasi di dunia nyata. Situs jejaring social akan membuat anak dan remaja lebih mementingkan diri sendiri.

5. Pornografi

Anggapan yang mengatakan bahwa internet identik dengan pornografi, memang tidak salah. Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela dan media sosial menjadi salah satu yang paling banyak digunakan dalam penyebarannya.

S. Contoh Media Sosial

Berdasarkan data Buffer Marketing Library, berikut adalah data contoh sosial media yang paling banyak digunakan Di Dunia berdasarkan jumlah aktif pengguna bulanan atau MAUs kepanjangan dari Monthly Active User.

1. Facebook – 2.23 miliar MAUs

Pengertian Media Sosial Facebook, Instagram Whatsapp

Pengertian Facebook saat ini dikenal sebagai situs media sosial terbesar, dengan lebih dari dua miliar orang menggunakannya setiap bulan. Itu hampir sepertiga dari populasi dunia! Ada lebih dari 65 juta bisnis menggunakan Halaman Facebook dan lebih dari enam juta pengiklan aktif mempromosikan bisnis mereka di Facebook, yang membuatnya menjadi taruhan yang cukup aman jika Anda ingin hadir di media sosial.

Platform facebook gratis untuk sekolah yang paling dikenal identik dengan Fans Page Facebook. Pencipta dari media sosial berupa facebook adalah Mark Zuckerberg. Whatsapp dan facebook merupakan contoh sosial media yang dimiliki hampir semua orang saat ini.

Sangat mudah untuk memulai di Facebook karena hampir semua format konten berfungsi dengan baik di Facebook – teks, gambar, video, video langsung, dan Cerita. Tetapi perhatikan bahwa algoritma Facebook memprioritaskan konten yang memicu percakapan dan interaksi yang bermakna antara orang-orang, terutama yang dari keluarga dan teman.

Facebook bisa dikatakan cikal bakal sosmed modern dengan beragam fitur keren seperti :

2. WhatsApp – 1.5 miliar MAUs

Pengertian WhatsApp adalah aplikasi pengiriman pesan yang digunakan oleh orang-orang di lebih dari 180 negara. Awalnya, WhatsApp hanya digunakan untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman-teman. Secara bertahap, orang-orang mulai berkomunikasi dengan bisnis melalui WhatsApp. WhatsApp telah membangun platform bisnisnya untuk memungkinkan bisnis memiliki profil bisnis yang tepat, untuk memberikan dukungan pelanggan, dan untuk berbagi pembaruan dengan pelanggan tentang pembelian mereka. Untuk usaha kecil, itu telah membangun aplikasi WhatsApp Business sementara untuk bisnis menengah dan besar, ada WhatsApp Business API.

3. Instagram – 1 miliar MAUs

Facebook dan Instagram sering disebut dengan istilah media sosial daring untuk berbagi foto. Pengertian Instagram merupakan platform berbagi foto dan video secara online dan gratis yang telah diakuisisi Facebook pada 2012. Ini memungkinkan Anda untuk berbagi berbagai konten seperti foto, video, Cerita, dan video langsung. Ini juga baru-baru ini meluncurkan IGTV untuk video dalam bentuk yang lebih panjang, Sebagai sebuah merek, Anda dapat memiliki profil bisnis Instagram, yang akan memberi Anda banyak analisis tentang profil dan pos Anda dan kemampuan untuk menjadwalkan posting Instagram menggunakan alat pihak ketiga.

~~Pengguna dapat unggah, ubah dan berbagi foto dengan pengguna lain~~ melalui situs Instagram, email dan layanan social media lainnya seperti Twitter, Facebook, Tumblr, Foursquare dan Flickr. Fitur editing Instagram dilengkapi beragam filter digital, one-click rotation dan border. Foto dapat dibagikan ke satu atau beberapa social media sekaligus dengan sekali klik saja. Demi memanjakan para pengguna setia, Instagram menawarkan aplikasi yang bisa terpasang pada smartphone berbasis Android dan iOS. Dalam fitur aplikasi terdapat tab "Explore" yang mempermudah pengguna untuk mencari akun pengguna atau foto tertentu berdasarkan hashtag. Pada tab "Home", pengguna Instagram dapat melihat foto/video dari akun pengguna lain yang telah di-follow, konsepnya tak jauh berbeda dari newsfeed milik Facebook.

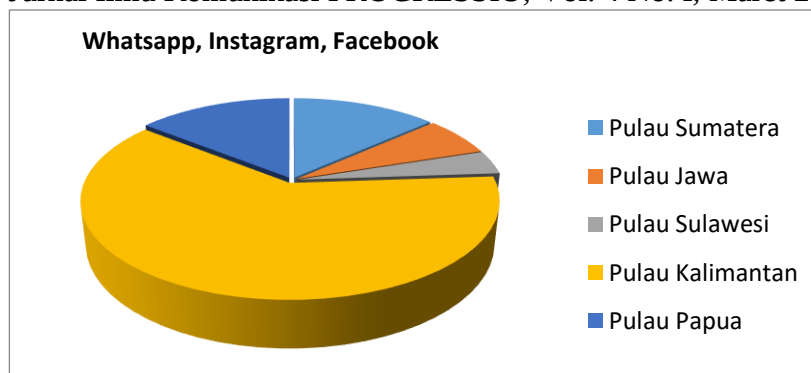
Pada semua konten foto/video, pengguna dapat memberi tanda suka atau like dan berkomentar. (<https://seon.co.id/pengertian-media-sosial/>)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode suvei. Metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Metode ini adalah yang paling sering dipakai di kalangan mahasiswa. Desainnya sederhana, prosesnya cepat. Tetapi bila dilakukan dengan sembrono, temuan survei ini cenderung superficial (dangkal) meskipun dalam analisisnya peneliti menggunakan statistik yang rumit. Penelitian survei dengan kuesioner ini memerlukan responden dalam jumlah yang cukup agar validitas temuan bisa dicapai dengan baik. Hal ini wajar, sebab apa yang digali dari kuesioner itu cenderung informasi umum tentang fakta atau opini yang diberikan oleh responden. Karena informasi bersifat umum dan (cenderung) dangkal maka diperlukan responden dalam jumlah cukup agar "pola" yang menggambarkan objek yang diteliti dapat dijelaskan dengan baik. (Morrison, 2017, Metode Penelitian Survei, Kencana: Jakarta)

HASIL DAN PEMBAHASAN

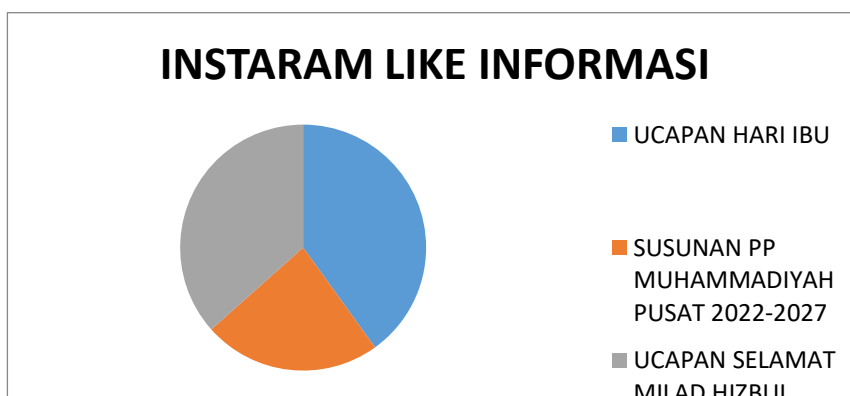
Berdasarkan survey penggunaan dan pemantauan penggunaan akun media sosial (Facebook, Instagram, Whatsapp)



Gambar 1: Metode Survei, melalui akun yang dipantau tim peneliti, sepanjang tahun 2022.

Berdasarkan pengamatan peneliti, Kader Tua dan Kader Muda, pertama lebih menggunakan Insatgram, berdasarkan followers, dan kedua facebook, berdasarkan pengikut, ketiga whatsapp. Berdasarkan akun daerah masing-masing.

2. INFORMASI KEGIATAN DI AKUN INSTAGRAM @LENSAMU



Gambar 2 : Hasil Penelitian Survey

Berdasarkan melalui survey, di Media Sosial Instagram analisa diatas ucapan hari ibu mendapat like terbanyak , 11.867. pada tanggal 22 Desember 2022. Kemudian, Ucapan selamat milad hizbul wathan like sebanyak, 10,672, kemudian like terbanyak ke tiga 6.817.pada informasi susunan PP Muhammadiyah pusat 2022-2027.

3 .INFORMASI WHATSAPP

NO	GRUP PP PUSAT MUHAMMADIYAH	GRUP PWM MUHAMMADIYAH	GRUP PDM MUHAMMADIYAH
1	SERING	SERING	SERING
2	JARANG		
3	TIDAK SAMA SEKALI		

Keterangan di atas, wawancara salah satu pengurus di grup masing-masing. Baik pusat, wilayah provinsi, wilayah kabupaten.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan pengamatan peneliti, Kader Tua dan Kader Muda, pertama lebih menggunakan Insatgram, berdasarkan followers, dan kedua facebook, berdasarkan pengikut, ketiga whatsapp. Berdasarkan akun daerah masing-masing.
2. Berdasarkan melalui survey, di Media Sosial Instagram analisa diatas ucapan hari ibu mendapat like terbanyak , 11.867. pada tanggal 22 Desember 2022. Kemudian, Ucapan selamat milad hizbul wathan like sebanyak, 10,672, kemudian like terbanyak ke tiga 6.817.pada informasi susunan PP Muhammadiyah pusat 2022-2027
3. Berdasarkan survey salah satu pengurus di grup masing-masing. Baik pusat, wilayah provinsi, wilayah kabupaten, sering mendapat informasi.

DAFTAR RUJUKAN

Buku:

Morrisan, 2017, *Metode Penelitian Surevi*, Kencana: Jakarta)
Legino, 2021, *Pendidikan Kemuhammadiyah SMA/K/MA Muhammadiyah X Semester 1 Dan 2 Untuk SMA/MA*, deepublish:Jakarta

Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO, Vol. 4 No. I, Maret 2023
Curriculum Construction. Australia: Pearson Education Australia. [28]
Madaus F. George, dkk, (2000).
Jalaludin Rakhmat, 2021, *Metode penelitian komunikasi dilengkapi contoh analisis statistik*, Rosda Karya: Bandung

Internet :

<https://kemuhammadiyah.com/kaderisasi-muhammadiyah/> diakses, 27 Desember 2022)

(<https://seon.co.id/pengertian-media-sosial/>)