

Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Netnografi Konten Ruqyah Syar'iyah pada Akun Tiktok Ustadz @eriabdulrohim)

Tika Mutia¹, M. Imam Taufiqurrahman², Tito Handoko³

^{1,2} UIN Sultan Syarif Kasim Riau

³ Universitas Riau

Email: tikamutia@uin-suska.ac.id

Abstract: *Eri Abdulrohim is a preacher who is also a trainer, and consultant who is popular with da'wah through Tiktok social media. He is known as an Ustadz who diligently uploads content related to treatment through Ruqyah Syar'iyah. The purpose of this study was to analyze how the use of social media, especially on the content of Ruqyah Syar'iyah in Tiktok as a means of preaching Ustadz Eri Abdulrohim. This research is qualitative research using the Netnographic method which focuses on observing the research subjects on Tiktok social media. The object of research is contained in the form of videos with the theme of Ruqyah Syar'iyah on the Tiktok account @eriabdulrohim. The results showed that from 1314 Ustadz Eri Abdulrohim's preaching video content on Tiktok since 2021, there were 3 videos that had a high number of viewers and went viral because they raised from the Alqur'an. The most popular content uploads for netizens contain tips on healing from magic through Ruqyah Syar'iyah. In addition, the da'wah content is packaged in a Short, uptodate, and in accordance with Islamic law.*

Keywords: *Da'wah, Social Media, Ruqyah Syar'iyah*

Abstrak: Eri Abdulrohim merupakan seorang da'i yang juga merupakan seorang trainer, konsultan yang populer dengan dakwah melalui media sosial Tiktok. Ia dikenal sebagai Ustadz yang rajin mengunggah konten berkenaan dengan pengobatan melalui Ruqyah Syar'iyah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penggunaan media sosial khususnya pada konten Ruqyah Syar'iyah di Tiktok sebagai sarana dakwah Ustadz Eri Abdulrohim. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode Netnografi yang menitikberatkan pengamatan pada subjek penelitian di media sosial Tiktok. Objek penelitian adalah konten yang berupa video bertema Ruqyah Syar'iyah pada akun Tiktok @eriabdulrohim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari seluruh konten video dakwah Ustadz Eri Abdulrohim di Tiktok sejak 2021, terdapat 3 Video yang tinggi jumlah viewersnya dan viral karena mengangkat tema Ruqyah Syar'iyah. Unggahan konten yang paling diminati netizen berisi terapi ayat Alqur'an untuk penyembuhan dari sihir. Selain itu, konten dakwah di Tiktok ustadz Eri memberikan kontribusi baru karena dikemas singkat, sesuai fenomena terkini, dan sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci: Dakwah, Media Sosial, Ruqyah Syar'iyah

Pendahuluan

Di era revolusi media dan teknologi yang kita hadapi saat ini, telah dirumuskan cara baru dalam mempermudah kehidupan (Fuchs, 2014). Disrupsi informasi menghadirkan

berbagai *platform* media baru yang dianggap efektif untuk menunjang proses penyampaian pesan tak terkecuali dakwah. Ini menjadi bukti internet berperan penting dalam proses kegiatan dakwah. Peluang berdakwah melalui media sosial menjadi besar, dan saat ini berkembang terus secara masif. Media sosial memberikan warna baru dalam perkembangan dakwah, sehingga dakwah dalam prakteknya mengalami pergeseran, saat ini para pendakwah tidak hanya dari mimbar ke mimbar saja, tetapi juga gencar melakukan dakwah melalui media sosial. Para mad'ujuga bisa menikmati dakwah tersebut karena dianggap praktis dan bisa diakses kapan dan dimana saja.

Media sosial saat ini muncul sebagai media baru yang merupakan bagian dari perkembangan internet (Kietzmann et al., 2011). Media sosial pada saat sekarang ini menjadi suatu hal yang sangat diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan baik itu dari kalangan anak-anak hingga dari kalangan orang dewasa. Orang menceritakan aktivitasnya sehari-hari melalui media sosial khususnya dalam bentuk microblogging (Java et al., 2007). Hal tersebut dikarenakan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial yang begitu praktis dan sangat mudah digunakan. Selain itu, kehadiran media sosial ini juga dapat mempermudah proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia baik dalam bentuk lisan, tulisan, audio maupun visual dengan cepat. Apalagi bagi mereka yang selalu haus akan informasi, para traveler, social media merupakan solusi (Xiang & Gretzel, 2010).

Perkembangan media sosial pada saat sekarang ini sudah diprediksi oleh Marshall McLuhan dari awal tahun 190-an, seperti lahirnya kampanye online, pasar online, hingga gaya hidup keagamaan yang menggunakan internet dalam berbagai sifat dan fungsinya. Aguilar memperlihatkan bahwa media digital ialah sumber yang menghadirkan agama dalam berbagai dimensi, tetapi tidak jarang hal ini terjadi penolakan oleh sebagian kalangan umat dalam penggunaan internet, ada yang menganggap internet ini mengandung ancaman norma-norma sosial agama dan otoritas pemimpin agama (Rubawati, 2018).

Pada hakikatnya sebagian kalangan umat yang tidak menerima dengan perkembangan internet tersebut. Mereka telah mengetahui bahwa media sosial ini memiliki tantangan yang besar dalam berdakwah. Namun dengan adanya gejala respitualisasi yang telah mulai tampak pada saat sekarang, terjadinya semacam revivalisasi dan reugenisasi agama-agama besar dunia, maka para da'I dapat memanfaatkan berbagai peluang dalam mengatur kehidupan manusia. Maka dari pada itu, menurut Mohammed Arkaoun menyatakan bahwa kita harus memikirkan secara lebih jelas tantangan keadaan-keadaandan metode baru untuk memikirkan Islam pada masa sekarang (Rajab & Raha, 2014).

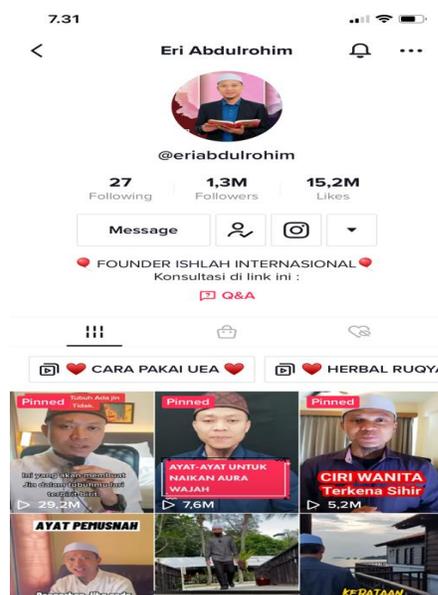
Masifnya penggunaan media sosial saat ini tidak hanya memberikan dampak dan respon positif bagi dunia dakwah (Murniaty, 2014). Khususnya metode pengobatan melalui ruqyah syar'iyah (selanjutnya disebut ruqyah). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pendakwah dalam menyampaikan ilmu agama melalui media sosial. Kehadiran dan akses terhadap media sosial komunikasi pada saat sekarang ini, sudah menjadi kebutuhan pokok (primer) bagi manusia. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan akan informasi yang menyangkut seluruh sendi kehidupan sangat mudah diakses melalui internet atau teknologi informasi.

Kebutuhan akan informasi baik menyangkut tentang sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, dan lainnya dapat kita peroleh melalui media sehingga hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa banyaknya informasi dan pengetahuan.

Melihat perkembangan media sosial yang semakin masif, sangat dibutuhkan adab bagi yang menggunakannya. Dalam ranah praktis berteknologi, para da'I dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam beretika sebagaimana dituntunkan di dalam al-Qur'an. Ini semua tercermin dalam berbagai bentuk akhlakul karimah yang kontekstual dalam kehidupan sehari-hari bahkan dalam menggunakan media sosial. Adapun adab di dalam bermedia sosial antara lain yaitu pengguna media sosial sebisa mungkin menghindari yang namanya ghibah atau membicarakan keburukan orang lain. Yang kedua yaitu mencantumkan sumber informasi yang dibagikannya. Ini semua bertujuan dalam rangka agar terhindar dari tuduhan penyebar hoax, jika ada sumbernya, maka informasi yang kita sebarkan itu bisa untuk dipertanggungjawabkan, dan yang terpenting adalah menata niat agar kita melakukannya dengan ikhlas yaitu untuk beribadah dan berdakwah. Jika niatnya benar, maka insyaallah dakwah yang kita sampaikan melalui media

Eri Abdulrohim merupakan seorang da'i yang juga merupakan seorang trainer, konsultan yang populer dengan dakwah melalui media sosial Tiktok Ia dikenal sebagai Ustadz yang rajin mengunggah konten berkenaan dengan pengobatan melalui Ruqyah Syari'iyah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penggunaan media sosial khususnya pada konten Ruqyah Syari'iyah di Tiktok sebagai sarana dakwah Ustadz Eri Abdulrohim. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode Netnografi yang menitikberatkan pengamatan pada subjek penelitian di media sosial Tiktok. Objek penelitian adalah konten yang berupa video bertema Ruqyah Syari'iyah pada akun Tiktok @eriabdulrohim.

Gambar 1. Preview Profil Akun Tiktok @eriabdulrohim



Sumber : Tiktok @eriabdulrohim

Pengikut pada akun Tiktok Ustadz Eri saat ini menjapai 1.3 juta orang, dengan jumlah like sebanyak 15.2 juta kali. Beberapa videonya mengenai ruqyah telah ditonton lebih dari 29.2 juta orang. Meskipun akun Tiktok ustadz Eri masih tergolong baru yakni sejak Juni 2021 namun, ia telah mengunggah sebanyak 1314 konten video dakwah yang Sebagian besar memang berisi konten ruqyah syar'iyah yang memfokuskan pada metode penyembuhan pasien yang terkena gangguan sihir, gangguan jin dan lain sebagainya. Konten ini tergolong unik dan tidak banyak ustadz yang memanfaatkan media sosial Tiktok dalam dakwah melalui ruqyah. Sehingga dalam sekejap saja, setiap postingan video terbaru dari ustadz Eri menjadi viral atau yang lebih *familiar* disebut dalam Tiktok yakni muncul di FYP (*For Your Page*) setiap pengguna media sosial Tiktok. Kontribusi baru dalam penelitian ini adalah bagaimana media sosial Tiktok diminati sebagai sarana dalam penyampaian dakwah Ustadz Eri Abdulrohim.

Seorang da'i yang menyampaikan dakwah di era gempuran berbagai platform media sosial saat ini menghadapi tantangan dan intensitas perubahan zaman yang selalu dituntut menghadirkan kajian baru (Adib et al., 2019). Bukan hanya itu, mengingat semakin beragamnya kepentingan dan kebutuhan umat manusia lebih kritis sebagai akibat perluasan informasi yang diterimanya. Dalam menghadapi masalah tersebut, para da'I tentu perlu merumuskan dan melaksanakan kiat-kiat dakwah yang mampu menjawab tantangan-tantangan tersebut (Karim, 2015).

Masalah media atau wasilah begitu urgen bagi kelangsungan hidup dalam dunia dakwah. Ditinjau dari kemajuan teknologi dan informasi dewasa ini, dakwah dihadapkan dengan persoalan tentang bagaimana caranya menyampaikan pesan-pesan Islam dalam konteks masyarakat modern yang semakin maju (Rahman, 2020). Maka, disinilah para pendakwah/Da'I harus mampu mengambil perannya, para da'I harus mampu masuk dan diterimanya dalam media-media modern dengan melihat kemajuan teknologi yang sedemikian cepat dan hebat. Dengan begitu suka tidak suka para da'I harus memberikan respon positif dan tidak ada paksaan atas terlibatnya secara aktif dalam menghadapi fenomena- fenomena yang terjadi disegala penjuru dunia, dengan menggunakan kemajuan media sosial harapannya dakwah mampu dinikmati tidak hanya disatu kelompok atau satu tempat saja, tetapi hendaknya dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat penjuru dunia. Dengan hadirnya media sosial di tengah-tengah masyarakat bisa membuat seolah-olah dunia berada di telapak tangan.

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian, ajakan atau seruan kepada manusia lain agar tertarik untuk memahami mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama secara sadar, sehingga membangkitkan dan mengembalikan potensi fitri orang itu, sehingga dapat meraih kebahagiaan hidup bahagia di dunia dan akhirat (Rahardjo, 2007). Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surah Ali-Imran ayat ke 104 yang artinya: "*Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeruh kepada kebajikan, menyeruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*"

Sesuai dengan artinya bahwa makna dakwah yang sesungguhnya adalah kegiatan "mengajak" seseorang untuk berada di jalan Allah SWT, dengan menjalankan segala apa yang diperintahkannya dan menjauhi apa yang dilarangnya, dan itulah tujuan inti dan yang paling

utama dalam dakwah. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi banyak kalangan yang memanfaatkan hal tersebut untuk kegiatan berdakwah di media sosial baik oleh ustadz maupun kalangan remaja milineal.

Makna dakwah sejatinya merupakan seni mempengaruhi pendengar atau mad'u untuk mengikuti ajaran yang bersifat kebaikan. Terkait dengan penggunaan media sosial dalam melakukan aktivitas dakwah, semuanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan dan juga bagaimana seorang da'inya menyampaikan pesan dakwah konsep yang menarik khalayak pendengar sehingga tujuan dari penyampaian dakwah itu mempengaruhi mad'unya untuk senantiasa berada pada titik atau jalan kebaikan (Haris Fiardi, 2021)

Penelitian terdahulu mengenai dakwah di media sosial pernah dilakukan oleh Abdul Karim Syekh (2015) mengenai Pola Dakwah dalam Era Informasi. Ada beberapa kiat dalam pola dakwah di era media baru seperti media sosial saat ini diantaranya, makna da'I harus lebih diperluas, tidak hanya terbatas pada ustadz atau alim ulama, yang selalu menyampaikan ceramah, namun juga bisa dilakukan oleh seorang dokter yang merupakan muslim, pekerja sosial, pekerja media yang juga merupakan seorang muslim (Karim, 2015).

Penelitian selanjutnya yakni oleh Trisakti (2021) mengenai Cyber Dakwah: Narasi Konten Video Sebagai Metode Dakwah Non-Ulama Pada Media Sosial Tiktok. Pada keseluruhan konten Tiktok akun Yudhi Darmawan, yang paling banyak diminati oleh netizen ialah video "Salam Dari Surga!", dan metode dakwah yang diaplikasikan oleh Yudhi termasuk pada dakwah *bil al hikmah*. Metode dakwah (*ushlub al-Da'wah*) yang dilakukan merupakan gabungan dari sisi kreatif dan sumber kredibel Islami di mana pendakwah menyesuaikan target audiens dengan isi pesan dakwah melalui konten visual yang baik (Trisakti, 2021).

Metode

Paradigma dalam penelitian adalah paradigma konstruktivis. Paradigma ini menyepakati bahwa setiap orang akan berupaya untuk memahami lingkungan sekitar dimana mereka hidup. interpretasi makna subjektif dari pengalaman yang mereka alami, lantas makna didapat para objek tertentu (Creswell, 2013). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Netnografi yang memfokuskan pengamatan pada kampung di internet dan bagaimana interaktivitas postingan berupa like dan komentar di Instagram sebagai objek penelitian. Netnografi menyuguhkan pilihan pada partisipasi dengan keterlibatan (*engagement*). makna *engagement* dalam netnografi, peneliti tidak diharuskan ikut dengan kegiatan informan yang diteliti, misalnya dengan ikut mengirim atau mengomentari posting dari pengguna, memberi like, dll. Partisipasi sulit dilakukan karena dalam Netnografi, data umumnya telah ada sebelum peneliti melakukan penelitian. *Engagement* merupakan bentuk keterlibatan peneliti dengan data, bagaimana peneliti mencurahkan dan terlibat dengan data yang diteliti. Berikut adalah tingkatan keterlibatan dalam netnografi (Kozinets, 2019).

Metode netnografi dalam penelitian ini memfokuskan pengamatan pada subjek penelitian di Instagram dan Youtube. Netnografi bisa mengeksplorasi komunikasi online di media sosial. Melalui pendekatan netnografi peneliti bisa menemukan faktor-faktor kesuksesan online (Loureiro et al., 2019). Objek penelitian adalah konten yang berupa video bertema

Ruqyah Syar'iyah pada akun Tiktok @eriabdulrohim. Ada 3 video yang diteliti berdasarkan jumlah viewers/penonton, jumlah like dan komentar dari netizen.

Hasil dan Pembahasan

Tiktok Sebagai Kontribusi Baru Dalam Penyampaian Dakwah Melalui Ruqyah

Ustadz Eri Abdulrohim merupakan seorang da'i yang juga merupakan seorang trainer, konsultan yang populer dengan dakwah melalui media sosial Tiktok. Ia dikenal sebagai Ustadz yang rajin mengunggah konten berkenaan dengan pengobatan melalui Ruqyah Syari'iyah. Pengikut pada akun Tiktok Ustadz Eri saat ini menjapai 1,3 juta orang, dengan jumlah like sebanyak 15,2juta kali. Beberapa videonya mengenai ruqyah telah ditonton lebih dari 29,2 juta orang.

Meskipun akun Tiktok ustadz Eri masih tergolong baru yakni sejak Juni 2021 namun, ia telah mengunggah sebanyak 1314 konten video dakwah yang Sebagian besar memang berisi konten ruqyah syar'iyah yang memfokuskan pada metode penyembuhan pasien yang terkena gangguan sihir, gangguan jin dan lain sebagainya. Konten ini tergolong unik dan tidak banyak ustadz yang memanfaatkan media sosial Tiktok dalam dakwah melalui ruqyah. Sehingga dalam sekejap saja, setiap postingan video terbaru dari ustadz Eri menjadi viral atau yang lebih *familiar* disebut dalam Tiktok yakni muncul di FYP (*For Your Page*) setiap pengguna media sosial Tiktok. Kontribusi baru dalam penelitian ini adalah bagaimana media sosial Tiktok diminati sebagai sarana dalam penyampaian dakwah Ustadz Eri Abdulrohim.

Sejatinnya yang menjadi fokus dakwah para ustadz melalui ruqyah saat ini, baik itu dakwah melalui media sosial maupun melalui media lainnya adalah menargetkan bagaimana pendakwah atau seorang da'I itu sendiri bisa memoles agar dakwah yang disampaikan itu menarik bagi perhatian khalayak atau mad'unya (Haris Fiardi, 2021). Selain itu, media sosial Tiktok sendiri menjadi tantangan bagi Ustadz Eri abdul rohim dalam melakukan dakwah melalui Ruqyah karena memang kaitannya adalah pada penyembuhan penyakit terutama akibat gangguan jin dan sihir. Tema-tema konten ruqyah yang diangkat oleh ustadz Eri kebanyakan bertema rumah tangga yang terkena gangguan jin, bisnis yang terkena sihir dan cara untuk menghindari gangguan tersebut.

Dari keseluruhan jumlah postingan video konten ustadz Eri Abdulrohim yakni berjumlah 1314 video di akun Tiktoknya, terdapat 3 video yang paling viral, dan ditandai pin oleh ustadz Eri. 3 video konten dakwah melalui ruqyah ini berhasil menembus jumlah penonton puluhan juta akun. Video konten tersebut diantaranya berjudul "Cek dalam Tubuh ada Jin atau Tidak". Konten ini diunggah pada 14 Agustus 2021, ditonton 29.2 juta kali oleh netizen, dikomentari oleh 2.4 juta orang, like sebanyak 151.600 ribu orang dan dishare atau *copy link* sebanyak 118.000 kali.

Gambar 2. Video Konten Ustadz Eri Abdulrohimi “Cek dalam Tubuh Ada Jin atau Tidak”



Sumber : akun Tiktok @eriabdulrohimi

Video konten ini tergolong singkat, hanya berdurasi 3 menit dan merupakan video ter viral Ustadz Eri pada akun Tiktoknya karena berhasil meraih penonton sebanyak 29.2 juta orang. Ustadz Eri dalam konten tersebut membacakan ayat-ayat Ruqyah Syar’iyah yang berasal dari Alqur’an dan mengajak netizen untuk mendengarkan potongan ayat tersebut agar bisa mendeteksi apakah ada jin didalam tubuh netizen yang mendengarkan. Jika ada, maka ustadz Eri menyatakan bahwa jin tersebut akan lari terburit-burit dari tubuh manusia. Postingan konten ini juga meraih paling banyak jumlah tanda “like” yakni 151 ribu orang.

Gambar 3. Kolom Komentar Video Konten “Cek Cek dalam Tubuh Ada Jin atau Tidak”



Sumber: akun Tiktok @eriabdulrohimi

Dalam kolom komentar terdapat banyak sekali tanggapan dari netizen di Tiktok diantaranya menyatakan bahwa mereka merasakan sensasi panas, dingin, jantung berdebar, mual,

pusing, dan lain sebagainya. Efek ini diyakini merupakan efek samping dari mendengarkan ayat ruqyah. Salah satu netizen mengatakan:

“Telinga saya panas Pak Ustadz padahal sudah banyak diulang” (Raula, Des 2021).

Komentar tersebut menunjukkan bahwa terdapat reaksi dari salah satu netizen dengan akun Tiktok bernama Raula setelah mendengarkan ayat ruqyah dari Ustadz Eri dalam video konten “Cek Cek dalam Tubuh Ada Jin atau Tidak”. Sensasi yang dirasakan oleh Raula berupa panas di telinga walaupun sudah didengarkan berulang-ulang. Video konten ruqyah yang kedua berjudul “Ingin Aura Meningkatkan?”. Video Tiktok Ustadz Eri ini diunggah pada 19 Agustus 2021 dan sudah ditonton sebanyak 7.6 juta orang. Lalu dikomentari 1.1 juta kali, disukai 35.2 ribu akun, dan dishare sebanyak 29.7 kali.

Gambar 4. Video Konten Ustadz Eri Abdulrohim “Ingin Aura Meningkatkan?”



Sumber: Tiktok @eriabdulrohim

Dalam caption pada konten tersebut, ustadz Eri menyebutkan bahwa ini adalah ayat untuk naikkan aura wajah kita. Video konten yang hanya berdurasi 3 menit ini memperdengarkan ayat-ayat Alqur’an yang memberi ketenangan dan membuka aura orang yang menyimaknya. Banyak netizen yang berkomentar hingga mencapai 35.176 komentar. Diantaranya:

“Semoga aura wajahku bersinar membawa keberkahan untukku aamiin” (Rindi, November 2021).

“Yaa Allah semoga saya menjadi wanita sholehah dibukakan rejeki kesuksesan didekatkan jodohnya diberi Kesehatan aamiin” (Aries, November 2021).

Berdasarkan beberapa komentar tersebut dapat kita lihat bahwa postingan ustadz Eri mengenai cara meningkatkan aura memperoleh respon positif dari netizen. Hal ini terbukti,

berdasarkan penelusuran online peneliti, lebih banyak yang memberikan respon positif terhadap unggahan konten ruqyah dari Ustadz Eri.

Selanjutnya, video konten terakhir yang juga viral bertajuk “Ciri Wanita Terkena Sihir” yang diunggah pada 17 September 2021. Video unggahan ini juga mendapatkan jumlah penonton yang tidak kalah banyak jumlahnya yakni 5.2 juta kali. Dikomentari sebanyak 8070 orang dan diberi like sebanyak 237 ribu kali. Dalam konten ini ustadz Eri menyebutkan bahwa ciri-ciri wanita yang terkena sihir sering sakit pada kepala, wajah, sesak di dada, sakit di perut, pundak belakang dan pinggang. Tanda yang lain juga bisa dilihat jika sering mendapatkan mimpi buruk.

Gambar 5. Video Konten Ustadz Eri Abdulrohimi “Ciri Wanita Terkena Sihir”



Sumber: Tiktok @eriabdulrohimi

Oleh karena tema konten yang ketiga ini lebih ditujukan kepada kaum wanita, maka, di kolom komentar memang sebagian besar diisi oleh komentar dari pengguna Tiktok kalangan wanita. Ada netizen yang mengaitkan gangguan sihir dengan penyakit lumpuh yang diderita, ada yang tidak kunjung hamil, dan ada yang memang merasa sembuh setelah mendengarkan ruqyah dari konten ustadz Eri.

Dari pemaparan temuan penelitian di atas dapat kita simpulkan bahwa konten ruqyah syar'iyah yang diunggah oleh ustadz Eri di akun Tiktoknya memang menjadi kontribusi baru dalam penyampaian dakwah khususnya Melalui Ruqyah. Hal ini terbukti dengan banyaknya netizen yang berkomentar bahwa mereka menemukan kesembuhan melalui metode ruqyah yang dilakukan oleh ustadz Eri. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Hayat (2020) bahwa pengobatan ruqyah syar'iyah memang salah satu metode yang dipraktikkan pada masa Rasulullah SAW. Pengobatan ruqyah ini telah populer di Indonesia karena memang adat budaya

masyarakat Indonesia yang mempercayai adanya gangguan gaib seperti sihir bisa mencelakai manusia (Hayat, 2020).

Selain itu, hal lain yang menentukan dakwah di media sosial menjadi menarik dan diminati masyarakat. Hal tersebut yakni penyampaian ayat yang sesuai syariat Islam disampaikan dengan tema yang juga disesuaikan dengan fenomena terkini atau peristiwa yang sedang terjadi dan akan menarik lagi jika ditambahkan dengan sedikit lelucon ataupun ilustrasi. Agar dakwah melalui media sosial terus mengalami peningkatan peminat adalah dengan terus memperbaiki kualitas dan kuantitasnya. Kualitasnya yaitu terdapat pada konten yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Kuantitas yaitu pada kemampuan untuk konsisten dalam mengunggah atau update materi. Semakin sering update materi dengan kualitas yang dipertahankan maka, akan semakin berpeluang diminati masyarakat. Konten dakwah yang bagus akan memungkinkan menyadarkan orang lain dari hal-hal yang kurang benar dan mendorong untuk berbuat kebaikan.

Menyampaikan dakwah sudah menjadi kewajiban bagi setiap muslim. Hal ini sudah dijelaskan dalam surah al-Ashr, namun tidak semua orang pandai berdakwah. Di zaman dulu, yang biasa menyampaikan dakwah adalah seorang kyai pemilik pesantren, berbeda dengan zaman sekarang dimana semua orang bisa menyampaikan dakwahnya menggunakan media sosial. Seiring dengan perkembangan zaman penggunaan media sosial sudah menjadi hal yang penting karena pada saat sekarang metode berdakwah tidak hanya di sampaikan di satu majlis atau satu kelompok saja, tetapi dakwah juga bisa dilakukan dengan cara yang lebih modern dengan memanfaatkan media sosial yang kita punya. Dengan adanya media sosial ini dapat memberi kemudahan untuk lebih menjangkau masyarakat luas. Kemudian media sosial juga dapat memberikan kemudahan lain seperti lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara singkat, simple dan luas.

Kemudian konsep dakwah di media sosial dalam temuan penelitian ini menunjukkan bahwa netizen lebih menyukai konten yang singkat, padat, dan tanpa mengeluarkan biaya tambahan jika ingin menonton konten dakwah tersebut. Hal ini terbukti dari banyaknya jumlah netizen yang berpartisipasi pada live streaming Tiktok yang diadakan Ustadz Eri beberapa kali dalam sepekan. Hal ini sejalan dengan pendapat Wai Weng (2018) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa dakwah yang dilaksanakan secara virtual di media bisa dikemas lebih kreatif dan saling punya kelebihan masing-masing disbanding dengan dakwah yang dilakukan secara visual atau offline. Ditambah lagi kekuatan media sosial bisa menjangkau berbagai kalangan anak muda muslim di Indonesia bahkan dunia (Hew, 2018).

Makna dakwah sejatinya merupakan seni mempengaruhi pendengar atau mad'u untuk mengikuti ajaran yang bersifat kebaikan (Toni et al., 2021). Terkait dengan penggunaan media sosial dalam melakukan aktivitas dakwah, semuanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan dan juga bagaimana seorang da'inya menyampaikan pesan dakwah konsep yang menarik khalayak pendengar sehingga tujuan dari penyampaian dakwah itu mempengaruhi mad'unya untuk senantiasa berada pada titik atau jalan kebaikan. Melihat perkembangan media sosial yang semakin masif, sangat dibutuhkan adab bagi yang menggunakannya. Dalam ranah

praktis berteknologi, para da'I dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam beretika sebagaimana dituntunkan di dalam al-Qur'an. Ini semua tercermin dalam berbagai bentuk ahklakul karimah yang kontekstual dalam kehidupan sehari-hari bahkan dalam menggunakan media sosial.

Adapun adab di dalam bermedia sosial antara lain yaitu pengguna media sosial sebisa mungkin menghindari yang namanya ghibah atau membicarakan keburukan orang lain. Yang kedua yaitu mencantumkan sumber informasi yang dibagikannya. Ini semua bertujuan dalam rangka agar terhindar dari tuduhan penyebar hoax, jika ada sumbernya, maka informasi yang kita sebarkan itu bisa untuk dipertanggungjawabkan, dan yang terpenting adalah menata niat agar kita melakukannya dengan ikhlas yaitu untuk beribadah dan berdakwah. Jika niatnya benar, maka insyaallah dakwah yang kita sampaikan melalui media sosial ini akan memberikan banyak manfaat, namun jika niat kita saja sudah salah pasti akan mendatangkan mudharatnya.

Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa dari seluruh konten video dakwah Ustadz Eri Abdulrohim yang diunggah terdapat 3 Video yang tinggi jumlah penonton/*viewers*nya dan viral karena mengangkat tema Ruqyah Syar'iyah. Pengikut pada akun Tiktok Ustadz Eri saat ini menjapai 1.3 juta orang, dengan jumlah like sebanyak 15.2 juta kali. Beberapa videonya mengenai ruqyah telah ditonton lebih dari 29.2 juta orang. Meskipun akun Tiktok ustadz Eri masih tergolong baru yakni sejak Juni 2021 namun, ia telah mengunggah sebanyak 1314 konten video dakwah yang Sebagian besar memang berisi konten ruqyah syar'iyah yang memfokuskan pada metode penyembuhan pasien yang terkena gangguan sihir, gangguan jin dan lain sebagainya. Unggahan konten yang paling diminati netizen berisi terapi ayat Alqur'an untuk penyembuhan/pengobatan dari sihir. Konten ruqyah syar'iyah yang diunggah oleh ustadz Eri di akun Tiktoknya memang menjadi kontribusi baru dalam penyampaian dakwah khususnya melalui ruqyah. Hal ini terbukti dengan banyaknya netizen yang berkomentar bahwa mereka menemukan kesembuhan melalui metode ruqyah yang dilakukan oleh ustadz Eri. Kemudian konsep dakwah di media sosial dalam temuan penelitian ini menunjukkan bahwa netizen lebih menyukai konten yang singkat, padat, sesuai dengan fenomena terkini dan yang paling penting adalah sesuai dengan syariat Islam. Dan semua unsur ini sudah dilakukan oleh ustadz Eri Abdulrohim dalam unggahan konten tiktoknya, hal ini terbukti dari banyaknya jumlah netizen yang berpartisipasi kolom komentar, memberi like dan pada *live streaming* Tiktok yang diadakan Ustadz Eri Abdulrohim.

Referensi

- Adib, M., Salih, M., Mohd, H., Rosmila, K., Kahar, A., Mardhiah, W. A., & Zahari, W. (2019). Analisis terhadap Model-model Penilaian Laman Web Islam Berbentuk Dakwah Di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(3), 263–282. <https://doi.org/10.1109/ITSIM.2010.5561334>
- Creswell, J. . (2013). *Research Design; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Metode Campuran*(Revisi 4). Pustaka Pelajar.

- Fuchs, C. (2014). Social Media: A Critical Introduction. In *Social Media: A Critical Introduction*. <https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Haris Fiardi, M. (2021). PERAN DAKWAHTAINMENT AKUN CHANNEL YOUTUBE JEDA NULIS TERHADAP PEMUDA TERSESAT OLEH HABIB HUSEIN JA'FAR. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 76–85. <https://doi.org/10.24014/JRMDK.V3I2.12891>
- Hayat, M. (2020). Ruqyah Syar'iyah: Upaya Mencari Kesembuhan. *Emik*, 3(2), 206–222. <https://doi.org/10.46918/EMIK.V3I2.705>
- Hew, W. W. (2018). THE ART OF DAKWAH: social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Https://Doi.Org/10.1080/13639811.2018.1416757*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities. *Joint Ninth WebKDD and First SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis*, 56–65. <https://doi.org/10.1145/1348549.1348556>
- Karim, S. (2015). POLA DAKWAH DALAM ERA INFORMASI | Karim Syekh | *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*. *Jurnal Al Bayan*. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/151/129>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2011.01.005>
- Kozinets, R. (2019). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research, Edition 3*. SAGE PublicationsSage UK: London, England.
- Loureiro, S. M. C., Serra, J., & Guerreiro, J. (2019). How Fashion Brands Engage on Social Media: A Netnography Approach. *Https://Doi.Org/10.1080/10496491.2019.1557815*, 25(3), 367–378. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1557815>
- Murniaty, S. (2014). *PENGEMBANGAN STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA INTERNET (Peluang dan Tantangan)*. Al Irsyad-An-Nafs. https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Irsyad_Al-Nafs/article/view/2550
- Rahardjo, B. (2007). *KONSEP DAKWAH DALAM ISLAM*. Publikasi Ilmiah : Suhuf. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/904>
- Rahman, T. (2020). KOMUNIKASI DAKWAH UNTUK KAUM MILLENIAL MELALUI MEDIA SOSIAL. *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(2), 67–85. <http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/211>
- Rajab, M., & Raha, S. (2014). Dakwah Dan Tantangannya Dalam Media Teknologi Komunikasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 69–90. <https://doi.org/10.24252/JDT.V15I1.339>
- Rubawati, E. (2018). “Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah.” *Studi Komunikasi*, 2 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>
- Toni, H., Rolando, D. M., Yazid, Y., & Putra, R. A. (2021). Fenomena Cyber Religion sebagai Ekspresi Keberagamaan di Internet pada Komunitas Shift (Cyber Religion Phenomenon as a Religious Expression on the Internet in the Shift Community). *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 56. <https://doi.org/10.24014/JDR.V32I1.11626>
- Trisakti, F. A. (2021). Cyber-Da'wah: Narasi Konten Video Sebagai Metode Dakwah Non-Ulama Pada Media Sosial Tiktok. *Idarotuna*, 3(3), 258–271. <https://doi.org/10.24014/IDAROTUNA.V3I3.16645>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2009.02.016>