

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, teknologi sedang mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan ini mendorong masyarakat untuk memanfaatkan teknologi seoptimal mungkin, salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan yaitu internet. Penggunaan internet di Indonesia terbilang cukup tinggi. Menurut data penelitian dari Hootsuite (*We are Social*), di Indonesia jumlahnya mencapai 204,7 juta pada tahun 2022, dan telah mencapai 212,9 juta di tahun 2023.¹ Penggunaan internet telah menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk kehidupan beragama yang ditandai dengan adanya aktivitas dakwah.²

Dewasa ini banyak pelaku dakwah yang berusaha untuk menyebarkan segala bentuk kebaikan dalam kehidupan yang mengandung nilai-nilai keislaman. Sebelum ditemukannya teknologi media dan informasi, aktivitas dakwah banyak dilakukan dengan mengendalikan pertemuan langsung atau antarmuka antara da'i dan mad'u.³ Namun, kini kegiatan dakwah mengalami

¹ Riyanto, Andi Dwi, 'Hootsuite (*We Are Social*) : Indonesian Digital Report 2022', (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, Diakses Pada 20 Agustus 2023).

² A Rafik, 'Problematika Dakwah Di Dunia Maya', *Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 6.1 (2023), 2.

³ Salma Humaira S and Hendi Suhendi, 'Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan', *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.3 (2022), 10.

perkembangan seiring berjalannya waktu. Media *online* khususnya media sosial dapat dimanfaatkan untuk kegiatan dakwah.⁴

Salah satu media sosial yang digunakan sebagai sarana dakwah Islam adalah Telegram. Telegram merupakan salah satu aplikasi pengirim pesan yang instan berbasis *cloud* dengan mengutamakan keamanan dan kecepatan. Memiliki kapasitas ruang penyimpanan yang tidak terbatas, Telegram memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan segala jenis informasi dan file mulai dari pesan gambar, video, dan masih banyak file lainnya.⁵

Menurut data yang diulas berita *online* kompas.com, Telegram memiliki 700 juta pengguna aktif bulanan sepanjang tahun 2022, jumlah ini mengalami peningkatan sekitar 200 juta dari tahun 2021. Meningkatnya jumlah tersebut menjadikan Telegram sebagai salah satu dari lima aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia.⁶ Hal tersebut membuktikan bahwa peran Telegram sebagai wadah penyebaran informasi mampu mendukung perkembangan dakwah di Indonesia. Tidak heran jika seiring berjalannya waktu, berbagai akun media sosial berbasis Islam akan muncul dengan berbagai variasi, seperti *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa’.

Channel Materi Uyunul Masaail Linnisa’ merupakan salah satu bentuk komunikasi dakwah yang dibuat Ning Amiroh pengurus Pondok Pesantren Al-Ma’ruf Bandungsari melalui media sosial bagi para muslimah yang ingin

⁴ Muhammad Habibi, ‘Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial’, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12.1 (2018), 101.

⁵ Fifit Fitriyansyah dan Aryadillah, ‘Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online’, *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20.2 (2020), 113.

⁶ Maulida, Leli, ‘Telegram Kini Punya 700 Juta Pengguna dan Jadi Layanan Chat pertama Berbayar’, (<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/20/11004367/telegram-kini-punya-700-juta-pengguna-dan-jadi-layanan-chat-pertama-berbayar>, Diakses Pada 1 Desember 2022).

belajar dan masih belum memahami hukum-hukum seputar darah haid, nifas, dan istihadah. Sejauh ini, pelanggan *Channel* Materi Uyunul Masaail Linnisa' memiliki lebih dari 48.000 pelanggan per-November 2022. Alasan Ning Amiroh membuat *channel* dengan nama 'Materi Uyunul Masaail Linnisa'' karena mengikuti (*ittiba'*) dalam buku penjelasan tentang haid yang dicetak oleh santri Lirboyo. Meskipun buku utama yang menjadi referensi untuk studi adalah *Ibanah Wal Ifadloh* oleh Sayyid Abdurrahman Assegaf.

Pembahasan mengenai darah wanita di tengah kehidupan bermasyarakat sekarang ini sudah tidak asing lagi. Darah wanita dalam kajian Islam, dibagi menjadi tiga jenis yaitu haid, nifas, dan istihadah. Pembahasan fikih wanita mengenai haid, nifas, dan istihadah merupakan hal yang paling sering ditanyakan oleh kaum wanita dan menjadi salah satu pembahasan tersulit dalam masalah fikih. Meski sudah berkali-kali dikaji secara teori, namun apa yang terjadi di lapangan seringkali berbeda dengan teori yang ada. Pasalnya, terkadang darah-darah yang keluar dari pangkal paha wanita tersebut berbeda dengan teori yang telah ditetapkan dalam kitab fikih baik dari segi siklus maupun warnanya. Sehingga, seringkali hal ini menyebabkan kebingungan di kalangan wanita.⁷ Kebingungan ini berimplikasi pada pelaksanaan ibadah wanita sehari-harinya seperti shalat, puasa, haji, dan hal-hal yang berkaitan dengan pernikahan, dan lain-lainnya.

⁷ Nurul Asiya Nadhifah dan Siti Tatmainul Qulub, 'Pemahaman Mahasiswa Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tentang Fiqh Perempuan', *AL-HUKAMA: The Indonesian Journal of Islamic Family Law*, 08.01 (2018), 241–243.

Rasulullah SAW dalam hadits-haditsnya juga banyak menerangkan masalah haid, nifas, dan istihadah. Keterangan-keterangan Nabi SAW tersebut mengindikasikan pentingnya mempelajari ilmu tentang perdarahan wanita tersebut. Hingga para ulama' memberikan hukum mempelajari ilmu perdarahan perempuan *fardhu 'ain* bagi perempuan baligh, dan *fardhu kifayah* bagi laki-laki yang baligh. Abu Hamid Muhammad Al-Ghazali berkata, "Seorang wanita diwajibkan mempelajari sesuatu yang berkaitan dengan hukum-hukum haid, nifas, dan istihadah. Jika suaminya mengerti, wajib mengajarnya. Jika tidak, perempuan diwajibkan bertanya kepada ulama dan suami diharamkan mencegah. Kecuali, suami mau bertanya kepada ulama selanjutnya memberi petunjuk pada istrinya atas masalah yang dihadapi".⁸

Berdasarkan hal tersebut, pengetahuan dan pemahaman tentang fikih wanita terutama mengenai haid, nifas, dan istihadah sangat penting untuk dimiliki, terutama oleh wanita. Urgensi dari mempelajari dan memahami fikih wanita adalah karena berkaitan dengan pelaksanaan ibadah seseorang. Seorang wanita wajib melaksanakan atau meninggalkan ibadah sangat bergantung pada pemahaman terhadap fikih tersebut.

Oleh karena itu, *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' ini dibuat sebagai wadah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terutama bagi kaum wanita tentang fikih wanita, khususnya mengenai haid, nifas, dan istihadah. Dapat dikatakan bahwa proses dakwah

⁸ Siti Tatmainul Qulub, 'Pemahaman Mahasiswa Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tentang Fiqh Perempuan', *AL-HUKAMA: The Indonesian Journal of Islamic Family Law*, 8.1 (2018), 243.

dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' ini efektif, jika terjadi sebuah efek atau perubahan pada komunikasi, yang mana perubahan tersebut tidak hanya pada satu orang, tetapi pada banyak orang. Selain itu, diharapkan mad'u atau pelanggan *channel* dapat memahami pesan yang telah disampaikan komunikator dan bisa mengaplikasikan pesan dakwahnya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti tertarik membahas lebih lanjut tentang bagaimana efektivitas dakwah dalam media sosial Telegram pada *channel* materi uyunul masaail linnisa' dalam pemenuhan informasi fikih kewanitaannya. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul: "Efektivitas Dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' Terhadap Pemenuhan Informasi Fikih Kewanitaan".

A. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa efektif dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaannya bagi pelanggan *channel*?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui seberapa efektif dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaannya bagi pelanggan *channel*.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan sebuah pembuktian dan pengetahuan mengenai efektivitas dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaan sebagai bahan referensi penelitian dalam lingkup program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber akademik yang bermanfaat, khususnya bagi mahasiswa yang ingin mendalami penelitian tentang efektivitas dakwah.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan informasi awal bagi penelitian yang serupa di waktu mendatang. Serta dapat dijadikan informasi sebagai bahan referensi untuk siapapun individu dalam mengonsumsi informasi khususnya informasi tentang fikih kewanitaan yang bersumber dari media sosial.

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian tidak mengalami perluasan topik, berikut batasan masalah yang ditemukan penulis berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas:

1. Penelitian difokuskan hanya pada dakwah pada *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaan.

2. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan *Channel Materi Uyunul Masaail Linnisa*'

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal karya Salma Humaira Supratman dan Hendi Suhendi dalam Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam Volume 2 Nomor 1, Tahun 2022, Mahasiswa Universitas Islam Bandung. Dengan Judul "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagaman".⁹ Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti bertujuan untuk mengetahui aktivitas dakwah pada akun TikTok @amaljarah.ku dan efektivitas dakwah akun TikTok @amaljarah.ku dalam meningkatkan nilai-nilai keberagaman. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teori *uses and gratification*. Hasil penelitian yang didapatkan adalah efektivitas dakwah melalui media sosial TikTok dalam meningkatkan nilai-nilai keberagaman pada akun tiktok @amaljarah.ku terbukti efektif meningkatkan nilai-nilai keberagaman *followers* akun TikTok @amaljarah.ku.

Letak Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya meneliti terkait efektivitas dakwah dalam media sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatannya. Pendekatan

⁹ Salma Humaira Supratman dan Hendi Suhendi, 'Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagaman', *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.1 (2022), 9–14.

penelitian ini yaitu kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti yaitu kuantitatif..

2. Jurnal karya Utia Rahman dan Achmad Beadie Busyroel Basyar dalam Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Volume 6 Nomor 7, Tahun 2023, Mahasiswa Institut Agama Islam Al-Qolam Malang. Dengan Judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Ning Sheila Husina Sebagai Sarana Belajar Fiqih Kewanitaan”.¹⁰ Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram Ning Sheila mampu memberikan dampak positif terhadap para pemudi khususnya para follower akun media sosial Instagram Ning Sheila hasina dalam menghadapi permasalahan fiqih kewanitaan seperti haid, istihadoh, dan lain-lain. Para wanita tersebut juga memanfaatkannya untuk menambah pengetahuan yang lebih dan menjadi ajang komunikasi tanya jawab terhadap permasalahan yang dihadapi selama ini.

Letak Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya meneliti terkait media sosial sebagai wadah belajar tentang fikih kewanitaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatannya. Pendekatan penelitian ini yaitu kualitatif, sedangkan pendekatan pada penelitian yang akan diteliti yaitu kuantitatif.

¹⁰ Utia Rahmah dan Achmad Beadie Busyroel Basyar, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Ning Sheila Husina Sebagai Sarana Belajar Fiqih Kewanitaan’, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.7 (2023), 5263–5270.

3. Jurnal karya Diky Arisandy dan Dahlan R dalam *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* Volume 6 Nomor 1, Tahun 2022, Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun. Dengan Judul “ Efektivitas Dakwah LDK Al-Intisyar Di Media Sosial Instagram Terhadap Sikap dan Kepercayaan Anggota LDK Al-Intisyar”.¹¹ Berdasarkan penelitian tersebut masalah yang diteliti adalah untuk mengetahui bagaimana respon *followers* yang merupakan anggota LDK Al-Intisyar terhadap efektivitas dakwah poster yang diunggah oleh akun Instagram @alintisyar_ldk dan bagaimana pesan poster dakwah yang didalamnya memiliki makna, ajakan, dan mengamalkan untuk berbuat kebaikan dalam ajaran agama Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat tiga poster dakwah yang dapat mempengaruhi sikap dan kepercayaan anggota yang merupakan *followers* Instagram LDK Al-Intisyar untuk mengajak berbuat kebaikan, tolong menolong terhadap sesama dan mempercayai peristiwa isra dan miraj Nabi Muhammad SAW.

Letak Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya meneliti terkait efektivitas dakwah dalam media sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatannya. Pendekatan penelitian ini yaitu kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti yaitu kuantitatif.

¹¹ Diky Arisandy dan Dahlan R, ‘Efektivitas Dakwah LDK Al-Intisyar Di Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Dan Kepercayaan Anggota LDK Al-Intisyar’, *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 6.1 (2022), 35–54.

4. Jurnal Karya Lutfiana Allisa dan Agus Triyono dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 7 Nomor 1, Tahun 2023, Mahasiswa Universitas Islam Muhammadiyah Surakarta. Dengan Judul "Pengaruh Dakwah di Media Sosial TikTok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja di Demak".¹² Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dakwah di media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas di Demak. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak.

Letak Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keduanya meneliti terkait dakwah dalam media sosial, pendekatan yang digunakan juga sama yaitu kuantitatif. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya. Objek penelitian ini yaitu pengaruh dakwah di media sosial TikTok terhadap tingkat religiusitas remaja di Demak, sedangkan objek penelitian yang akan diteliti yaitu efektivitas dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap Pemenuhan Informasi fikih kewanita.

F. Definisi Operasional

Berdasarkan judul "Efektivitas Dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap Pemenuhan Informasi Fikih Kewanitaan",

¹² Lutfiana Allisa dan Agus Triyono, 'Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2023), 26–38.

maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang ada untuk menghindari perbedaan penafsiran dan mewujudkan kesatuan pemikiran pembaca sebagai berikut:

1) Efektivitas

Penelitian dikatakan efektif apabila mencapai tujuan yang diharapkan yaitu pelanggan *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai permasalahan fikih wanita. Sedangkan dikatakan tidak efektif adalah ketika tujuan tidak dapat tercapai yaitu pelanggan *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' tidak dapat mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai permasalahan fikih wanita.

2) Dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa'

Pada penelitian ini yang akan diteliti adalah dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa'. Suatu konten dakwah yang mengandung pesan dakwah dapat dilihat melalui pesan-pesan yang disampaikan yakni mengenai informasi fikih kewanita. Pesan yang disampaikannya baik berupa tulisan, audio, video dari komunikator atau para pendakwah yang pastinya memiliki pemahaman lebih tentang permasalahan fikih wanita.

3) Pemenuhan informasi fikih kewanita

Pemenuhan informasi fikih kewanita disini adalah memberitahukan informasi mengenai ilmu fikih khususnya tentang fikih wanita kepada orang lain yakni pelanggan dari *channel* Telegram tersebut. Pemenuhan informasi ini bisa berupa menyebarkan materi tentang fikih wanita yang fokus

utamanya pada permasalahan haid, nifas, dan istihadah kepada pelanggan *channel*.