

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Efektivitas

Dalam Bahasa Inggris, efektivitas berasal dari kata *effectif* yang artinya dilakukan dengan baik atau sukses. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas berarti keberhasilan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan.¹³ Menurut Susanto, efektivitas adalah daya pesan untuk mempengaruhi kemampuan pesan-pesan kepada khalayak. Sedangkan menurut Effendy, efektivitas diartikan sebagai sebagai indikator tercapainya tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan, dan sesuatu dikatakan efektif jika prosesnya sesuai rencana, bukan hanya tujuannya saja.¹⁴

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana tujuan yang telah tercapai. Efektivitas merupakan unsur terpenting dari rencana awal untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi, lembaga, dan

¹³ Irawani Anis, Usman Jaelan, dan Siri Rahmawati Arfah, 'Efektivitas Program Pelayanan Kolaborasi Administrasi Kependudukan Di Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Gowa', *Jurnal Unismuh*, 2.3 (2021), 1107.

¹⁴ Utari Wulandari dan Jhon Simon, 'Pengaruh Efektivitas Kerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Kelurahan Sidorame Barat I Kecamatan Medan Perjuangan', *Jurnal Publik Reform Undhar Medan*, 2019, 2.

tujuan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan kegiatan yang dilakukan atau dilaksanakan.¹⁵

2. Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, dunia virtual, dan forum dengan mudah. Media sosial dalam bentuk blog, jejaring sosial, dan wiki menjadi bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia, karena media sosial dapat dengan cepat dan tanpa batasan mendorong siapapun untuk berpartisipasi melalui kontribusi dan umpan balik terbuka, komentar, serta berbagi informasi.¹⁶

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai media berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dimana era web ini membuat semua orang yang terhubung ke web mampu menyediakan dan mendistribusikan konteks (teks, grafik, dan lain-lain) di web.¹⁷

Berkembangnya sebuah teknologi internet dan *mobile phone* juga memberikan perkembangan yang pesat pula terhadap media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan mudahnya mengakses dan menggunakan media sosial itu sendiri. Media sosial ini merupakan suatu produk yang dibentuk

¹⁵ Dwy Rahmawati dan Ahmad Zaini, 'Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru', *At Tabsyir*, 8.1 (2021), 164–65.

¹⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, ed. by Nunik Siti Nurbaya (Bandung: Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

¹⁷ Marianna Harahap, Firman, dan Riska Ahmad, 'Penggunaan Sosial Media Dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat', *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3.1 (2021), 137.

dan memiliki tujuan, dan pastinya memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media sosial tradisional lain meskipun semuanya tetap saja menyerukan pemikiran dan gagasan. Media sosial memiliki beragam kategori dengan fungsi dan cara penggunaan yang berbeda-beda, namun masih dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberikan kemudahan akses informasi.¹⁸

a. Jenis-jenis media sosial

Berdasarkan aspek presentasi diri dan kehadiran sosial, Kaplan dan Haenline membagi media sosial ke dalam 6 kategori, diantaranya:

19

- 1) *Blogs and Microblogs*, adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis secara runtut dan rinci tentang berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari, baik dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun gabungan dari ketiganya. Kedua jenis media sosial ini memiliki peran yang sangat penting dalam penyampaian informasi, dimana pihak pengguna internet dapat lebih dekat dengan mereka tanpa harus bertatap muka secara langsung. Contohnya yaitu Twitter.
- 2) *Collaborative Project*, adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global. *Collaborative*

¹⁸ Puti Sari Nova, 'Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru', *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*, 5.1 (2018), 6-7.

¹⁹ Eriyanto, *Analisis Jaringan Media Sosial Dasar-Dasar Dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial Untuk Membedah Percakapan Media Sosial* (Jakarta: Prenada Media, 2021), 62-64.

Projects dapat juga dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro-kontra mengenai kebenaran isi materi dalam situs tersebut. Contohnya yaitu WIKI atau Wikipedia.

- 3) *social networking sites* atau Situs jaringan sosial, adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan dapat saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui *private* pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Contohnya yaitu Facebook.
- 4) *Content Communities*, adalah jenis media sosial yang bertujuan untuk bisa saling berbagi dengan seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung, dimana dalam aplikasi ini penggunanya dapat berbagi video ataupun foto. Contohnya seperti Youtube.
- 5) *Virtual Social World*, adalah aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Contoh yaitu Second Life.
- 6) *Virtual Game Worlds*, adalah permainan *multiplayer* yang direplikasikan dalam lingkungan 3D, contohnya yaitu Gim Daring. Media sosial ini sangat mendukung dalam hal menarik perhatian konsumen untuk tahu lebih banyak dengan desain grafis yang mencolok dan permainan yang menarik sehingga terasa lebih informatif dan interaktif.

b. Aplikasi Telegram

Aplikasi Telegram dengan berlogo pesawat kertas putih di lingkaran biru ini adalah aplikasi *chatting* berbasis pesan, tetapi karena Telegram juga bisa membuat grup komunikasi tertentu dimana hanya member atau kontak yang terdaftar dalam grup, sehingga memungkinkan untuk mengkategorikannya sebagai media sosial. Telegram sudah populer sebelum era *smartphone*, dimana Telegram dulu merupakan fasilitas kantor pos yang digunakan untuk mengirim pesan tulis jarak jauh dengan cepat. Namun seiring pesatnya perkembangan teknologi, fasilitas tersebut terkikis dan tidak digunakan lagi, dan kini nama Telegram diambil alih oleh sebuah *star up* dan dikembangkan menjadi sebuah aplikasi.

Telegram merupakan aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang artinya dapat dengan mudah memindahkan percakapan dari *smartphone*, tablet, web, ataupun desktop yang berfokus pada kecepatan dan keamanan. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkiriman pesan teks, audio, video, gambar, dan stiker serta berbagai format file dengan aman.

Menjadi layanan pesan yang cukup populer berbasis pada *platform open-source*, Telegram digagas oleh dua bersaudara asal Rusia, yakni Nikolai Durov dan Pavel Durov. Keduanya membagi pekerjaan, dimana Nikolai berkonsentrasi pada pengembangan aplikasi dengan menemukan protokol MTProto yang merupakan mesin dari Telegram.

Sedangkan Pavel bertanggung jawab atas keuangan dan infrastruktur *digital fortress*.

Telegram merupakan situs jejaring sosial yang masih populer dan bertahan hingga saat ini. Hasil survei *WeAreSocial*, mencatat bahwa Telegram menempati peringkat kelima sebagai *platform* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2023.²⁰ Kepopuleran Telegram ini tidak terlepas dari fitur-fitur yang disediakan oleh Telegram, serta kelebihan yang dimiliki meski Telegram juga memiliki beberapa kekuarangan didalamnya. Beberapa fitur yang disediakan oleh Telegram, yaitu: fitur bot, grup, *channel*, stiker, pesan rahasia, *polls*, *live stream*. Selain itu, Telegram juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan yang dimiliki Telegram, diantaranya:²¹

- 1) Telegram mampu mengirim pesan lebih cepat karena berbasis *cloud*
- 2) Telegram lebih ringan ketika dijalankan
- 3) Telegram dapat diakses dari berbagai perangkat secara bersamaan
- 4) Telegram mengizinkan berbagi foto, video, file (doc, zip, mp3) dengan ukuran maksimum 1,5 GB perfile
- 5) Grup pada Telegam memiliki kapasitas 200 orang dan dapat di *upgrade* menjadi Supergrup dengan kapasitas 500 orang
- 6) Fitur *channel* dapat menampung jumlah anggota yang tidak terbatas

²⁰ Riyanto, Andi Dwi, 'Hootsuite (We Are Social) : Indonesian Digital Report 2023', (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, Diakses Pada 4 Oktober 2023).

²¹ Sari Puti Nova, 'Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai Pt.Pos Indonesia (PERSERO) Kota Pekanbaru', *Jom Fisip*, 5.1 (2018), 6–7.

- 7) Telegram lebih aman untuk pengguna, karena mempunyai fitur *chat* yang mana isi *chat* pada fitur ini hanya diketahui oleh pihak penerima dan pihak pengirim saja, bahkan pihak Telegram tidak bisa mengetahui isi *chat* tersebut.
- 8) Terdapat fitur bot, adalah akun yang dijalankan aplikasi yang dapat melakukan apa saja seperti mengajar, bermain, *game*, melakukan penyiaran, mengingatkan, menghubungkan, dan lainnya

3. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Istilah “dakwah” berasal dari kata Bahasa Arab *da'aa-yad'uu-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengundang, mengajak, mendorong, dan memohon.

Secara istilah para tokoh atau ahli memiliki berbagai penafsiran tentang apa sebenarnya arti dakwah. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai ajakan kepada keinsyafan atau upaya untuk mengubah situasi yang ada menjadi situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah memiliki tujuan yang lebih besar dari sekedar berusaha meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perilaku dan pandangan hidup.²²

Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah adalah usaha yang dilakukan oleh para ulama dan orang-orang-orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk mendidik masyarakat sesuai dengan kapasitasnya

²² Rahmat Ramdhani, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. by Isdianingsih Nur Aini (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).

mengenai hal-hal yang perlu diketahui baik urusan dunia maupun urusan agama. Sedangkan Toya Yahya Omar menegaskan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana ke jalan yang lurus sesuai dengan perintah Tuhan demi kebaikan dan kebahagiaannya di dunia dan di akhirat.²³

Dari definisi dakwah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah menyeru seseorang kepada kebaikan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dengan cara yang bermacam-macam.

b. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada khalayak agar terwujudnya motif komunikasinya. Pada dasarnya pesan bersifat abstrak dan akan menjadi konkret jika pesan diterima oleh komunikan dalam bentuk simbol atau lambang, visual, audio, mimik, gerak-gerik, dan lain-lain.²⁴

Pesan adalah segala sesuatu yang terucap dari da'i yang disampaikan kepada mad'u. Dalam ilmu dakwah, pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan da'i dalam proses melaksanakan kegiatan dakwah. Da'i menyampaikan pesan dari materi ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an, Hadits, ijtihad dan fatwa ulama.

Pada hakikatnya sumber pesan dakwah yakni Al-Qur'an dan Hadits menjadi sumber utama dalam menyampaikan pesan dakwah,

²³ Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), 9-11.

²⁴ Wafda Ahmad, 'Klasifikasi Pesan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Resto Mr. Teto Yogyakarta)' (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017).

sedangkan ijtihad dan fatwa ulama menjadi sumber penjelas dan penguat terhadap Al-Qur'an dan Hadits.

Pesan menjadi sangat penting dalam kegiatan dakwah. Kegiatan dakwah tidak ada artinya tanpa adanya pesan. Kemampuan membuat seseorang menangis, tertawa, atau bahkan marah adalah bukti kekuatan pesan yang luar biasa.²⁵ Oleh karena itu, penting untuk dapat mengenali isi pesan dakwah guna menentukan jenis pesan yang akan disampaikan, bukan hanya memperhatikan *timing* dan *placing*.²⁶

c. Unsur-unsur komunikasi dalam dakwah²⁷

1) Sumber komunikasi

Sumber komunikasi dalam dunia komunikasi merupakan segala macam hal yang terjadi di alam semesta ini berupa data, fakta, atau fenomena yang menjadi latar belakang masalah atau pokok bahasan. Sumber komunikasi yang dijadikan pedoman bagi para da'i adalah ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.

2) Komunikator (Da'i)

Da'i menjadi komunikator dalam kegiatan dakwah karena mematuhi standar dan tuntutan yang ditentukan. Seorang da'i harus bisa memandang kehidupan dengan mata bernyala dan pandangan bersih, agar dapat dengan tegas meluruskan penyelewengan dalam

²⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), 139.

²⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. by Andriyani Kamsyah (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 99.

²⁷ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, ed. by Engkus Kuswandi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

masyarakat. Selain itu, para pendakwah juga harus mampu menjadi alarm peringatan, yang otomatis berbunyi setiap ada bahaya yang mengancam ajaran Islam.

3) Pesan komunikasi

Ajaran Islam berupa akidah, muamalah, dan akhlak dikomunikasikan melalui kegiatan dakwah oleh Allah dalam Al-Qur'an melalui Rasul-Nya. Seorang da'i juga dapat dianggap sebagai pesan atau materi dakwah, karena pelajaran yang disampaikan tidak hanya diajarkan melalui teori saja tetapi juga melalui perbuatan.

4) Media komunikasi

Media komunikasi merupakan alat atau metode komunikasi modern dan konvensional yang dapat digunakan untuk memudahkan kegiatan dakwah.

5) Komunikan (Mad'u)

Komunikan merupakan individu yang menerima pesan komunikasi oleh komunikator. Individu yang menjadi sasaran pembicara dalam pesan komunikasinya adalah semua orang (Islam, kafir, musyrik, *non muslim*, golongan Yahudi, Nasrani).

6) Tujuan

Tujuan dakwah adalah cara mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku masyarakat dengan cara yang lebih islami. Prinsip dari tujuan utama komunikasi di sini mengarah pada upaya mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sedangkan suasana yang islami

merupakan tujuan khusus dari upaya mengkomunikasikan ajaran Islam.

7) Akibat

Menurut sudut pandang komunikasi, akibat yang dimaksud mengarah pada perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku. Yang mana perubahan itu disebut dengan umpan balik. Kegiatan dakwah dapat dikatakan efektif jika umpan balik yang diterimanya sesuai dengan tujuannya.

d. Telegram Sebagai Media Dakwah

Di zaman teknologi sekarang ini, media sosial mengambil peranan penting pada kehidupan, salah satunya di bidang dakwah. Eksistensi media sosial menjadi tantangan sekaligus peluang untuk pengembangan kegiatan dakwah. Karena selama ini kegiatan dakwah banyak dilakukan melalui media konvensional seperti media cetak dan juga media seperti radio, serta media suara dan gambar seperti televisi. Yang mana media tersebut belum efektif karena masih terkendala tempat dan waktu. Tetapi sangat berbeda dengan kegiatan dakwah yang dilakukan media sosial yang mampu menjangkau khalayak lebih luas sampai ke penjuru Indonesia tanpa terkendala tempat dan waktu.²⁸

Telegram sebagai media dakwah akan membuka kesempatan bagi seorang da'i untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas, mengembangkan ajaran Islam semakin luas

²⁸ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2018), 160.

dan semakin berkembang mengingat nilai-nilai ajaran Islam kini menurun.²⁹

Telegram adalah sebuah aplikasi layanan pengirim pesan instan multi *platform*. Para pengguna dapat mengirim pesan dan bertukar video, foto, stiker, audio, dan berkas lainnya. Telegram merupakan jenis aplikasi *messages* yang tidak jauh berbeda dengan perangkat android lainnya seperti Messenger dan Wahatsapp, bahkan pengguna aplikasi Telegram jauh lebih muda dibandingkan aplikasi *messages* lainnya. Dakwah melalui Telegram memiliki kelebihan dan kelemahan. Diantaranya kelebihan yaitu dakwah dapat diakses dimanapun dan kapanpun, dakwah menjadi lebih variatif, hemat biaya dan energi, serta dapat dilihat berulang-ulang kapanpun oleh mad'u.

Dalam dinamikanya pemanfaatan Telegram sebagai media dakwah juga tidak terlepas dari kelemahannya, seperti munculnya beragam pro-kontra yang muncul dalam menyikapi keberadaan dakwah Telegram yang dikemas dalam bentuk tulisan, gambar, rekaman suara, dan video.³⁰

e. Dimensi Dakwah

Dimensi dakwah dalam penelitian ini mengacu pada sifat dasar dakwah yang dirumuskan oleh Ismail Raji Al-Faruqi, diantaranya sebagai berikut:³¹

²⁹ Adhitya Ridwan dan Umi Halwati, 'Komunikasi Dakwah Islam Pada Masyarakat Milenial Di Era Globalisasi', *Indonesian Community Development Journal*, 4.1 (2023), 35.

³⁰ Syarifah Mazidah, 'Pesan Dakwah Melalui Telegram (Studi Pada Channel Syiar Tauhid Aceh)', *Jurnal Peurawi*, 2.2 (2019), 75.

³¹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Jakarta: Kencana, 2004), 86-87.

- 1) *Persuasif*, artinya merujuk pada upaya membujuk orang untuk menjalani kehidupan beragama sesuai dengan kesadaran dan keinginan mereka sendiri. *Persuasif* kebalikan dari *koersif* atau pemaksaan, karena pemaksaan melibatkan perampasan kebebasan beragama orang. Etika manusia memandang pemaksaan dalam berdakwah sebagai pelanggaran hak asasi manusia yang berat.
- 2) *Anamnesis*, artinya berupaya mengembalikan fitrah manusia. Berdakwah menjadi salah satu cara untuk mengembalikan dan menyadarkan manusia kepada sifat aslinya yakni fitrah yang berarti suci. Sejak lahir sejatinya manusia secara kodrati akan menerima kebenaran.
- 3) Bukan prabawa psikotropik, dijelaskan bahwa aktivitas dakwah harus dilakukan secara sadar baik *da'i* dan *mad'unya*. Jadi tidak boleh pendakwah mempengaruhi *mad'unya* hingga melemahkan pola pikir sampai pada kehilangan akal. Karena kalau terjadi semacam itu, *mad'u* menerima suatu kebenaran tentang agama Islam dalam keadaan kurang sadar, dan itu bukan dakwah Islam.
- 4) *Rational intellection*, artinya pendakwah mampu menyampaikan pesan dakwah secara rasional dan dapat diterima oleh akal. Pendakwah adalah seorang pemikir, sehingga ia harus mengajak mitra dakwahnya untuk berpikir pula. Islam akan membantu memperkuat dakwahnya dengan pemikiran yang jernih, mampu dicerna oleh logika, dan argumentasi.

5) *Rational necessary*, artinya ajaran Islam yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran rasional. Berdakwah dengan menyuguhkan nilai-nilai kritis mengenai kebenaran atau fakta dan mengetahui relevansinya dengan manusia akan lebih mudah untuk diterima oleh mitra dakwah.

4. *Channel Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa'*

Beragamnya *channel* Telegram yang tersedia, *Channel* Materi Uyunul Masaail Linnisa' adalah salah satu dari sekian banyak *channel* Telegram yang tersedia, yang dikhususkan untuk media dakwah. Sesuai dengan namanya, *channel* Telegram ini membahas mengenai ilmu-ilmu yang berkaitan dengan fikih, khususnya fikih wanita yang fokus utamanya pada permasalahan haid, nifas, dan istihadah. Baik pembahasan tentang definisi, klasifikasi, siklus, maupun tentang implikasi hukumnya.

Channel Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' dibentuk atas prakarsa dari Ning Nur Amiroh, beliau adalah pengurus Pondok Pesantren Al-Ma'ruf Bandungsari, Ngaringan, Grobogan, Jawa Tengah. Sebelum membentuk *channel* Telegram, secara mandiri Ning Ami membuat grup Whatsapp dengan pembahasan yang sama dikarenakan keprihatinan Ning Ami terhadap fenomena banyaknya wanita yang kesulitan untuk memahami fikih yang berhubungan dengan wanita khususnya terkait cara menghukumi darah haid, nifas, maupun istihadah. Karena kapasitas grup Whatsapp yang terbatas sedangkan jumlah peminat setiap harinya terus bertambah membuat Ning Ami memutuskan untuk beralih ke Telegram dan membentuk *channel* tersebut.

Channel tersebut digunakan untuk menyiarkan materi-materi seputar darah haid, nifas, dan istihadah. Seperti definisi, klasifikasi, siklus, dan konsekuensi hukumnya. Karena sifat komunikasi *channel* hanya satu arah, maka dibentuklah grup diskusi untuk para pengikut *channel* yang ingin bertanya dan berkomentar terkait materi-materi yang disampaikan didalamnya.

5. Pemenuhan Informasi Fikih Kewanitaan

Informasi dapat disebut sebagai pesan komunikasi. Informasi merupakan pesan berbentuk data yang telah diproses dan memiliki arti sehingga data yang tadinya dikumpulkan dan tidak bermanfaat dapat menjadi berguna dan dimanfaatkan oleh penerima informasi tersebut. Informasi yang disampaikan oleh komunikator sebaiknya sesuai dengan kebutuhan informasi penerima sehingga informasi yang diberikan tidak terbuang begitu saja.

Istilah fiqh dalam Bahasa Indonesia, fikih berasal dari akar kata *fā*, *qāf*, dan *hā*, yang memiliki arti paham atau pengetahuan tentang sesuatu. Secara tegas bahwa perkataan fikih menunjuk kepada pengetahuan tentang hukum agama dan hukum-hukum syariat.³² Kemudian Secara istilah, pengertian fikih hampir sama dengan pengertian secara bahasa yang telah disebutkan sebelumnya. Abu Zahrah mendefinisikan bahwa fikih adalah ilmu tentang hukum-hukum syariat yang bersifat amaliyah, yang diambil dari dalil-dalilnya yang terperinci. Dengan demikian objek fikih ada dua

³² M Sarbani, 'Hak-Hak Wanita Dalam Fiqih Islam', *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, 611.

yaitu hukum-hukum amaliyah (perbuatan jasmaniah) dan dalil-dalil tentang hukum perbuatan itu.³³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, wanita diartikan sebagai perempuan dewasa, yakni orang yang mempunyai puki, dapat menstruasi, hamil, dan melahirkan anak. Lebih luas pengertian perempuan dikemukakan oleh Adil Athi Abdullah yaitu makhluk Allah SWT yang mulia, pasangan laki-laki, yang dilebihkan oleh Allah dengan ciri kehamlan, melahirkan, dan menyusui, serta ketajaman kejiwaan seperti kasih sayang yang tinggi, kesabaran yang dalam mendidik anak, dan kelembutan jiwa.

Berdasarkan pada pengertian yang telah dikemukakan, maka fikih wanita merupakan sebuah kajian ilmiah yang dikhususkan bagi para wanita dalam mempelajari berbagai syariat dan hukum Islam yang didalamnya membahas hal-hal yang berkaitan dengan masalah kewanitaan. Salah satu pembahasan yang ada dalam fikih wanita adalah terkait masalah *thaharah*, salat, puasa, haid, nifas, dan istihadah.

Bab mengenai haid, nifas, dan istihadah adalah salah satu dari sekian banyak segmen dalam buku khusus fikih wanita. Pembahasan dalam bab ini memiliki urgensi yang tinggi, karena realita yang dihadapi kaum muslimin saat ini adalah sulitnya memahami hukum-hukum yang berkaitan dengan masalah darah istihadah, nifas, dan haid.

Para ulama, baik di zaman klasik maupun kontemporer juga menaruh perhatian yang besar pada masalah wanita dan hukum serta adab-adab yang

³³ Muhammad Jufri, 'Fiqh Perempuan (Analisis Gender Dalam Fiqh Islam Konteks Keindonesiaan)', *Jurnal Maiyyah*, 7.1 (2014), 280.

berkenaan dengan wanita. Oleh karena itu, tujuan fikih wanita adalah untuk menghimpun apa-apa yang dibutuhkan oleh wanita muslimah khususnya dari bab-bab fikih yang berkaitan dengan ibadah dan muammalah.

Kurangnya pengetahuan muslimah terkait fikih wanita bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain lingkungan keluarga yang abai terhadap masalah agama, tidak adanya ahli yang mampu membimbing atau masalah internal seperti individu itu sendiri yang tidak mau belajar tentang agama, khususnya masalah fikih.³⁴

a. Dimensi Fikih Wanita

Dimensi fikih wanita dalam penelitian ini mengacu pada definisi, ketentuan darah, siklus, konsekuensi hukum dari haid, nifas, dan istihadah yang diuraikan sebagai berikut:

1) Haid

Secara harfiah, kata haid atau menstruasi mengandung arti mengalir. Definisi syara', haid adalah keluarnya darah dari farji wanita secara normal, tidak dikarenakan adanya penyakit pada rahim ataupun melahirkan dan terjadi ketika seorang wanita telah mencapai usia minimal 9 tahun kurang 16 hari.

Warna dan sifat darah mempengaruhi kuat dan lemahnya darah. Berikut beberapa warna darah sesuai dengan urutan yang

³⁴ Amelia Insani, 'Nsitasi Membaca Channel Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' Terhadap Pemahaman Tentang Fikih Perempuan Pada Pelanggan Channel' (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022).

paling kuat adalah hitam, merah, pirang, kuning, dan keruh (putih kekuning-kuningan).

Sifat darah adalah kental, berbau busuk atau anyir, cair dan tidak berbau. Untuk darah yang kental lebih kuat dari pada darah yang cair, dan darah yang berbau amis lebih kuat dari pada darah yang tidak berbau.

Warna, sifat, kuat, dan lemahnya darah tidak menjadi acuan dalam penentuan hukum darah haid. Hal ini dikarenakan pembahasan kuat dan lemahnya darah hanya untuk menentukan darah haid jika wanita mengalami istihadah (keluar darah lebih dari 15 hari 15 malam). Oleh karena itu, meskipun warna dan sifat darah berubah-ubah kalau masih dalam batasan haid, maka tetap dihukumi haid.

Setiap wanita memiliki masa atau lamanya haid yang berbeda-beda, karena masing-masing memiliki adat atau kebiasaan tertentu. Dalam menentukan masa atau lamanya haid, para ahli fikih berbeda pendapat. Iman syafi'i berpendapat bahwa masa haid bagi wanita adalah minimal sehari semalam, umumnya 6 atau 7 hari, dan maksimalnya adalah 15 hari. Sementara masa suci minimal antara 2 kali haid menurut Imam Syafi'i adalah 15 hari dan batas maksimalnya tidak dibatasi atau tidak ditentukan.³⁵

³⁵ LBM-PPL 2000 M, *Uyun Al-Masaail Linnisa'*; *Sumber Rujukan Peermasalahan Wanita* (Kediri: Lajnah Bahtsul Masail Madrasah Hidayatul Muftadiin Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri Jawa Timur, 2021), 2-20.

2) Nifas

Secara harfiah, nifas berarti melahirkan. Sedangkan menurut istilah syara' nifas adalah darah yang keluar melalui farji perempuan setelah melahirkan atau setelah rahim kosong seluruhnya.

Lamanya masa nifas paling sedikit adalah sebentar saja, dan umumnya masa nifas berlangsung selama 40 hari. Sedangkan masa nifas paling lama berlangsung selama 60 hari. Dimulainya dihukumi nifas dimulai saat terlihatnya darah. Jika darah belum keluar, maka durasi nifas belum dimulai. Jika secara hitungan, darah dianggap nifas dimulai setelah kosongnya rahim dari janin.³⁶

Berikut beberapa hal yang diharamkan ketika seseorang mengalami haid dan nifas, diantaranya: mengerjakan sholat wajib maupun sunnah, puasa (wajib dan sunnah), membaca Al-Qur'an, menyentuh dan membawah mushaf Al-Qur'an, berdiam diri di dalam masjid, thawaf (baik fardlu atau sunnah), diceraikan, bersetubuh, dan bersenang-senang dengan suatu (bagian badan) yang diantara pusar dan lutut.³⁷

3) Istihadah

Secara harfiah, Istihadah berarti mengalir. Sedangkan menurut istilah syara', istihadah adalah darah penyakit yang keluar dari farji perempuan yang tidak sesuai dengan ketentuan haid dan nifas.

³⁶ Ibid., hlm. 45-55.

³⁷ Ibid., hlm. 56-65.

Darah istihadah merupakan darah penyakit, dengan kata lain keluarnya darah ini menyebabkan terjadinya hadas. Efeknya, kegiatan berwudhu menjadi batal tetapi puasa dan shalat dihukumi wajib. Untuk itu, jika mengalami istihadah seorang wanita harus membasuh darah, mengganti pembalut, berwudhu (yang semuanya harus dilakukan setiap hendak shalat wajib), baru kemudian melaksanakan shalat.³⁸ Ada 7 macam orang dikatakan istihadah, di antaranya:³⁹

- a) *Mubtadiyah Mumayyizah*, yaitu wanita yang baru pertama kali haid dan mampu membedakan sifat-sifat darah yang keluar.
- b) *Mubtadi'ah Ghoiru Mumayyizah*, yaitu wanita yang baru pertama kali haid dan tidak mampu membedakan sifat-sifat darah yang keluar.
- c) *Mu'tadah Mumayyizah*, yaitu wanita yang sudah pernah haid dan mampu membedakan sifat-sifat darah yang keluar.
- d) *Mu'tadah Ghoiru Mumayyizah*, yaitu wanita yang pernah mengalami haid sebelumnya dan tidak mampu membedakan sifat-sifat darah yang keluar.
- e) *Mutahayyirah Muthlaqah*, yaitu wanita yang benar-benar tidak tahu bilangan haid sebelumnya, dan tidak bisa membedakan sifat darah yang keluar.

³⁸ Ibid., hlm. 72-74.

³⁹ Muhammad Nurudin, *Fiqh Darah Perempuan: Telaah Tuntas Tentang Darah Haid, Istihadah, Dan Nifas Serta Hubungannya Dengan Berbagai Hukum Ibadah*, ed. by Wahid Ahmadi, Taufiq Khudhori, and Saptorini (Solo: Era Intermedia, 2004), 119.

- f) *Mutahayyirah dzakirah lil waqt nasiyah lil 'adad*, yaitu wanita yang hanya ingat siklus waktu haid, akan tetapi tidak mengingat durasinya.
- g) *Mutahayyirah dzakirah lil 'adad nasiyah lil waqt*, yaitu wanita yang hanya mengingat durasi haid, akan tetapi tidak ingat terkait siklus waktunya.

6. Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*)

Teori kekayaan media (*Media Richness Theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Daft H. Lengel pada tahun 1984. Teori kesempurnaan media muncul berdasarkan perluasan dari teori pengolahan informasi sosial dan teori kontigensi.

Teori ini merupakan teori yang paling banyak digunakan dalam pemilihan media komunikasi. MRT menyatakan bahwa kegunaan suatu media ditentukan oleh “kekayaan” nya (*richness*). Kekayaan disini dimaksudkan untuk mengatasi perbedaan dan memperjelas masalah ambigu dalam proses komunikasi antara individu atau organisasi. Pada dasarnya teori kesempurnaan media merupakan teori media yang menekankan bahwa pertemuan antara tingkat kompleksitas sebuah pesan dan pemilihan saluran komunikasi merupakan sebuah kunci untuk mencapai efektivitas bagi seorang komunikan. Dalam penggunaan media untuk berkomunikasi, terdapat ambiguitas yang mengakibatkan informasi yang disalurkan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *media richness theory* memberikan karakteristik pada seluruh media komunikasi berdasarkan kekayaan dalam mengatasi pesan yang ambigu.

Dalam *media richness theory*, media yang dianggap paling kaya adalah tatap muka. Hal tersebut karena tatap muka memungkinkan terjadinya *feedback* secara langsung. Informasi yang disampaikan pun tidak hanya bersifat verbal tetapi juga *non-verbal* sehingga membuat komunikasi yang berlangsung menjadi lebih efektif. Sebaliknya, media berupa surat atau dokumen bersifat miskin karena *feedback* cenderung lamban, tetapi cocok untuk pesan yang memiliki tingkat kerancauan rendah seperti memo.⁴⁰

Hal ini menunjukkan bahwa semakin alami atau natural media yang digunakan untuk berkomunikasi maka pesan yang disampaikan dapat ditangkap secara sempurna daripada media yang bersifat lebih formal seperti surel maupun laporan statistik. Disamping itu, kemampuan komunikator dalam memilih media yang digunakan untuk menyampaikan pesan juga dinilai penting dalam proses komunikasi yang terkait dengan audiens yang dituju.

Menurut Daft, Lengel, dan Trevino ada empat kriteria dalam menentukan hirarki kekayaan media antara lain:⁴¹

a. Kesegaran (*immediacy*)

Kesegaran atau *immediacy* disebut sebagai *speed of feedback* yang merupakan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara berkala dan menerima umpan balik dengan cepat. Hal ini sangat

⁴⁰ Rizki Saga Putra and Irwansyah, 'Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi Media Richness Theory Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi Di Msa Pandemi', *Global Komuka*, 1.2 (2020), 2–3.

⁴¹ Verisha Erina Maharani and Amalia Djuwita, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang', *E-Proceeding of Management*, 7.2 (2020), 4571 -73.

berpengaruh dalam proses komunikasi karena apabila jika terdapat penundaan penyampaian pesan, maka pesan tersebut tidak akan relevan lagi.

b. Keragaman isyarat (*multiple cues*)

Keberagaman isyarat mengacu pada kapasitas untuk menghantarkan berbagai bentuk simbol, baik simbol verbal dan *non* verbal.

c. Variasi bahasa (*language variety*)

Variasi bahasa menunjukkan penggunaan kata yang berbeda untuk meningkatkan pemahaman, yaitu pada variasi cara dalam menyampaikan ide dan konsep melalui simbol bahasa.

d. Sumber personal (*personal source*)

Sumber personal memfokuskan pada kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Sumber personal ini penting dalam rangka penyampaian pesan kepada komunikan.

7. Teori Pembelajaran *Connectivisme* George Siemens

Teori konektivisme dicetuskan pertama kali oleh George Sinemens. Ia pertama kali memperkenalkan *connectivism* dalam artikel *online* yang ditulis pada 12 Desember 2004, dan kemudian diperbarui pada 5 April 2005 yang disebutkan dengan “teori pembelajaran untuk era digital atau *connectivism*”. *Connectivism* yang diusulkan merupakan teori belajar yang bercirikan “pengetahuan pembelajaran, pengetahuan dan pemahaman melalui perluasan jaringan pribadi. Teori *connectivisme* merupakan teori

pembelajaran di era digital, karena teori ini berusaha menjabarkan kegiatan pembelajaran yang kompleks di dunia digital sosial yang berkembang pesat.

Sejak awal teori *connectivisme* diposisikan sebagai teori belajar alternatif yang lebih konsisten dengan lingkungan yang selalu berubah dan respon alami dan logis terhadap perubahan teknologi. Teknologi telah merubah cara hidup kita baik dalam berkomunikasi, belajar, hingga cara mengajar. Perkembangan teknologi yang pesat ini memudahkan siswa, mahasiswa, dan pengguna pendidikan untuk mengakses pengetahuan kapan saja dan dimana saja tanpa batasan waktu, hanya dengan memanfaatkan peralatan kecil. Sehingga dapat dikatakan pekerjaan seseorang pendidik menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien. Menurut Siemens ada delapan prinsip konektivisme, diantaranya:

- a. Pembelajaran dan pengetahuan yang terletak pada keragaman pendapat .
- b. Belajar adalah proses menghubungkan node (simpul titik) atau sumber informasi.
- c. Belajar tidak hanya terletak pada alat-alat manusia.
- d. Kapasitas untuk mengetahui lebih banyak dan lebih penting daripada apa yang diketahui saat ini.
- e. Memelihara dan menjaga koneksi diperlukan untuk memfasilitasi pembelajaran berkelanjutan.
- f. Kemampuan untuk melihat hubungan antara bidang, ide, dan konsep adalah keterampilan inti.
- g. Pengetahuan yang akurat dan terkini adalah tujuan dari semua pembelajaran konektivis.

h. Pengambilan keputusan itu sendiri merupakan proses pembelajaran.

Mengacu pendapat Corbett dan Spinello terdapat empat unsur dalam belajar, diantaranya:⁴²

a. Otonomi

Otonomi mengacu pada sesuatu yang mengatur dirinya sendiri, sehingga pada *connectivisme* berkaitan tentang bagaimana seorang pelajar mandiri dalam bertindak dan berperilaku terhadap pembelajaran digital. Mereka diharapkan memilih koneksi, sumber informasi yang relevan untuk mendapatkan pengetahuan tanpa dipandu guru.

b. Keterhubungan

Dalam *connectivisme*, keterhubungan mengacu pada pembelajaran terjadi ketika antar siswa, siswa dengan guru, guru dengan guru terhubung dan berbagi pendapat, ilmu, ide melalui proses kolaboratif.

c. Keragaman

Dalam *connectivisme*, keragaman mewakili perspektif unik dan kreativitas anggota dalam jaringan yang berkontribusi secara keseluruhan. Siswa didorong untuk menyampaikan pendapat, memberi saran, dan gagasan pada orang lain, karena guru bukan satu-satunya sumber belajar dan pengetahuan.

⁴² Siti Malika, Endang Fauziati, and Maryadi, 'Perspektif Connectivisme Terhadap Pembelajaran Daring Berbasis Google Workspace For Edukation', *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4.2 (2022), 3–4.

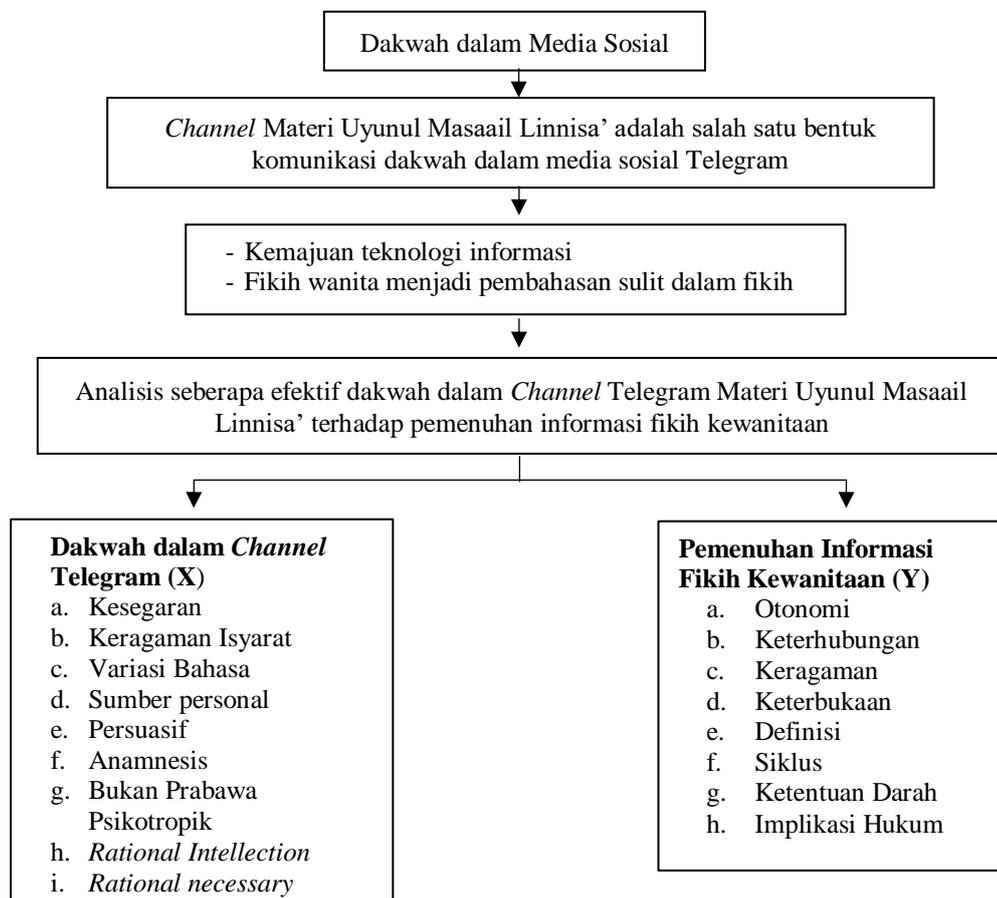
d. Keterbukaan

Dalam *connectivisme*, keterbukaan disebut sebagai tukar pendapat, ide, gagasan, dalam sistem jaringan untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi sesuatu yang diharapkan.

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Berdasarkan penelitian yang akan diteliti yaitu efektivitas dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaannya, maka kerangka pemikirannya dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1: kerangka berpikir



C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjabaran dari identifikasi masalah dan melalui kerangka berfikir yang sudah dikemukakan, maka dalam penelitian ini mengambil hipotesis atau dugaan sementara yaitu:

H0 : dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' tidak efektif terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaan

H1 : dakwah dalam *Channel* Telegram Materi Uyunul Masaail Linnisa' efektif terhadap pemenuhan informasi fikih kewanitaan.