

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sejatinya umat muslim berkewajiban untuk senantiasa menyeru kepada kebaikan kapanpun dan dimanapun berada. Demi terwujudnya tatanan masyarakat yang maslahat dunia akhirat. Bertumpu pada di wajibkannya umat muslim untuk senantiasa menyeru kepada kebaikan, tentu haruslah dipahami terlebih dahulu mengenai pengertian dakwah.

Menurut Hafi Anshori, dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha mengajak orang untuk beriman dan mentaati Allah SWT., amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat dan nahi munkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah SWT (Aziz, 2009: 15).

Sedangkan menurut Nur Syam, dakwah adalah proses merealisasikan ajaran Islam dalam dataran kehidupan manusia dengan strategi, metodologi, dan sistem dengan mempertimbangkan dimensi religio-sosio-psikologis individu atau masyarakat agar target maksimalnya tercapai (Aziz, 2009: 16). Dari pengertian diatas menunjukkan makna spesifik mengenai dakwah, yaitu ajakan untuk beriman kepada Allah serta merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan bermasyarakat.

Aktifitas dakwah yang meningkat akan membawa pengaruh terhadap meningkatnya kualitas keagamaan. Sebaliknya, aktifitas dakwah yang

menurun akan berakibat pada kemunduran dalam keagamaan. Oleh karena itu, dapat dipahami, bahwa sejatinya Islam meletakkan kewajiban untuk berdakwah diatas pundak setiap pemeluknya.

Seiring dengan kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi, perlu adanya pengembangan dalam bidang dakwah. Da'i ditantang untuk mengemas pesan dakwah yang menarik sesuai situasi kondisi perkembangan teknologi yang saat ini berkembang semakin pesat, dengan tanpa melupakan isi pesan yang terkandung didalamnya. Disadari atau tidak bahwa dewasa ini masyarakat cenderung lebih banyak mengkonsumsi informasi atau hal-hal yang berasal dari hasil kemajuan teknologi. Saat ini pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis. Hal ini dapat berpengaruh terhadap jumlah penyerap misi dakwah.

Media sosial merupakan media yang memiliki peranan sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Hadirnya media sosial dapat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Penggunaan media sosial dinilai efektif dalam menyampaikan ajaran Islam. Pasalnya banyak masyarakat khususnya remaja yang saat ini menggunakan media sosial sebagai tempat untuk memperoleh informasi atau bahkan menjadi tempat untuk mengekspresikan diri. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah peluang bagi para aktivis dakwah dalam mengembangkan dakwahnya. Salah satunya menggunakan media sosial instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke

berbagai layanan jejaring sosial. Instagram berdiri pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger ([id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org)). Berdasarkan hasil survei PUSKAKOM yang bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2017 sudah mencapai 143,26 juta pengguna ([www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)). Sedangkan penggunaan *Instagram* berdasarkan survey *Monthly Active Users* (MAU) di Indonesia jumlah pengguna aktif bulanan *Instagram* mencapai 22 juta pengguna. Pengguna *Instagram* Indonesia (data Maret 2017) rata-rata berusia 18-34 tahun, dan sekitar 59% didominasi oleh pengguna yang masuk dalam kategori remaja ([www.dailysocial.id](http://www.dailysocial.id)).

Aspek keuntungan yang diperoleh dengan memanfaatkan jaringan sosial khususnya *instagram*, antara lain dapat mempererat jalinan persaudaraan antara satu dengan yang lainnya, dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat, dapat berdiskusi mengenai perkembangan Islam dengan cakupan sasaran yang lebih luas tanpa dibatasi oleh usia, status ekonomi, sosial dan pendidikan.

Instagram sebagai bagian dari media sosial, memiliki daya tarik yang sangat kuat dari kegunaan maupun fitur yang dimilikinya. Terutama daya tarik bagi remaja yang hampir lebih banyak menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan banyaknya remaja yang menggunakan aplikasi *instagram*, sudah seharusnya umat muslim sebagai pengemban dakwah memanfaatkan media sosial ini sebagai media untuk berdakwah, yaitu untuk menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Alquran dan Hadis dan mengajak manusia

untuk mengimplementasikan nilai-nilai ajaran Islam, agar tercipta tatanan masyarakat yang madani.

Melihat banyaknya remaja yang menggunakan aplikasi instagram, maka hal ini dirasa sangat efektif apabila digunakan sebagai media sarana untuk berdakwah. Beberapa fitur dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengimbangi kemajuan teknologi dengan proses dakwah. Hal ini juga dimaksudkan agar sebagian besar remaja pengguna *instagram* lebih mengenal *syariat* Islam dan tidak menganggap bahwa dakwah hanya berlaku dalam sebuah pengajian di masjid saja.

Instagram cukup efektif sebagai sarana untuk meningkatkan keimanan, menambah wawasan keagamaan, termasuk untuk menyampaikan syiar Islam (dakwah). Perlu ditekankan bahwa dalam hal ini cara menyampaikan pesan dakwah terhadap remaja haruslah dengan bahasa yang mudah dipahami dan menyentuh hati. Sebab seseorang dapat mempengaruhi orang lain dengan berbicara. Berbicara yang benar bukan hanya sebatas untuk perbincangan tatap muka, akan tetapi berbicara di ruang publik, seperti media sosial perlu diperhatikan kebenarannya.

@dakwahjomblo adalah salah satu akun instagram yang berisi renungan, inspirasi dalam berhijrah, serta motivasi Islam yang relevan dengan kaum remaja. Akun instagram ini mulai dirilis pada 21 Juni 2015, dan kini telah memiliki pengikut sebanyak 300k atau 300.000. Hal semacam ini dinilai sangat relevan untuk menyampaikan materi dakwah di kalangan remaja. Bahasa yang ringan, mudah dipahami dan pengemasan materi yang sangat

unik berbentuk quotes serta ditambahkan caption dibawah nya menjadi daya tarik tersendiri yang kemudian akan berlanjut pada sebuah perenungan pada diri mereka. .

Dari uraian diatas ada hal yang menarik untuk diteliti tentang isi pesan dakwah dalam akun Instagram @dakwahjomblo dalam proses pelaksanaan dakwah Islam dikalangan remaja. Karena itu penulis mengangkat sebuah uraian masalah mengenai isi pesan dakwah Islam, paling tidak keberadaannya menjadi penting dan berarti dalam meningkatkan syiar islam khususnya dikalangan remaja.

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini hanya pada pesan dakwah yang ada dalam akun instagram @dakwahjomblo periode November 2017, mengenai:

1. Bagaimana imbauan pesan dakwah dalam akun Instagram @dakwahjomblo?
2. Bagaimana kategorisasi pesan dakwah dalam akun Instagram @dakwahjomblo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan berpijak pada fokus penelitian diatas, secara garis besar tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui imbauan pesan dakwah dalam akun *Instagram* @dakwahjomblo

- b. Untuk mengetahui kategorisasi pesan dakwah dalam akun *Instagram* @dakwahjomblo

#### **D. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta sumbangsih keilmuan bagi civitas akademika di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memperkaya wawasan pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang keilmuan dakwah, khususnya yang berhubungan dengan materi dakwah sebagai salah satu unsur dalam kajian ilmu dakwah, serta mampu menjadi rujukan ilmiah dalam upaya menganalisis pesan – pesan dakwah dalam media sosial instagram.

- b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan khususnya untuk remaja, sehingga dapat terbentuk pribadi remaja muslim yang taat kepada Allah swt. Dan hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat serta dapat dijadikan masukan bagi tim kreatif @dakwahjomblo dalam meningkatkan dakwah di media sosial instagram.

#### **E. Landasan Pemikiran**

##### **1. Hasil Penelitian Sebelumnya**

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya, maka peneliti meninjau penelitian-penelitian terdahulu, diantaranya :

- a. Penelitian yang berjudul **“Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siauw”** karya Mumtaz Afif Saleh mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus pembahasan ialah mengenai analisis isi pesan dakwah pada akun twitter @felixsiauw. Persamaan penelitian milik Mumtaz dan peneliti, yakni terletak pada fokus pembahasan mengenai analisis isi pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya yakni terletak dari media sosial yang digunakan dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan media sosial instagram.
- b. Penelitian yang berjudul **“Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin)”** karya Restu Basuki mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi. Fokus pembahasan dalam penelitian milik Restu Basuki yaitu meneliti pesan dakwah dalam *Display Picture Blackberry Messenger*. Letak persamaan dengan penelitian ini yaitu pada fokus pembahasan mengenai pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya, yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, yang mana penelitian milik Restu Basuki menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan peneliti menggunakan metode analisis isi (*content analysis*).

- c. Penelitian yang berjudul **“Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram”** karya Fitriani Br Pane mahasiswi UIN Sumatera Utara Medan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitian yaitu meneliti pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun teladan rasul, yang mencakup pesan akidah, pesan syariah dan pesan akhlak. Perbedaan peneliti dengan penelitian milik Fitriani adalah objek akun yang diteliti yaitu @teladanrasul.
- d. Penelitian yang berjudul **“Analisis Pesan Dakwah Pada www.elhooda.net”** karya Dini Mulyani mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitian yaitu menganalisis pesan-pesan dakwah dalam website. Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu pada metode penelitian yang menggunakan Analisis isi, sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian milik Dini Mulyani yaitu terletak pada objek penelitiannya.
- e. Penelitian yang berjudul **“Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Siaran Nuansa Pagi Radio Ardan 105,9 FM Bandung”** karya Sari Sagitaria mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitian yakni meneliti pesan dakwah pada siaran nuansa pagi di radio ardan dengan menggunakan teori agenda setting. Persamaan peneliti dengan penelitian milik Sari Sagitaria yakni menganalisis pesan dakwah dengan



menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Adapun perbedaannya yaitu media yang menjadi objek penelitiannya yaitu melalui Siaran Radio.

## 2. Landasan Teoritis

### a. Pesan Dakwah

Dakwah merupakan suatu aktivitas menyampaikan pesan Islam yang bersumber dari Al-quran dan Hadis untuk mengajak, menyeru, dan mengundang manusia kejalan yang di ridhoi Allah demi meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pemahaman ini didasarkan pada penjelasan Allah dalam Q.S Yunus ayat 25 :

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ۝

Artinya : Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga) dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).

Dalam pandangan Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak, menyeru dan mengundang manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah agar memperoleh keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Omar, 1979: 1).

Sedangkan menurut pandangan Samsul Munir Amin, dakwah merupakan komponen yang sangat penting dalam kehidupan seorang muslim, dimana unsur terpentingnya berada pada ajakan dorongan (motvasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran demi keuntungan

penerima pesan dakwah bukan untuk kepentingan penyeru pesan dakwah (Amin, 2009: 6).

Menurut Susanto (1997: 7) Pesan merupakan ide, gagasan, informasi, dan opini yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mempengaruhi komunikan ke arah sikap dan perilaku yang disampaikan oleh komunikator. Pesan haruslah yang mengandung inti pesan (tema) sebagai acuan dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan, perlu diperhatikan bahwa hal terpenting dari keberhasilan komunikasi yaitu pesan yang disampaikan haruslah sampai kepada tujuan akhir komunikasi (Widjaja, 1986: 14).

Berdasarkan penjelasan di atas yang mana dakwah merupakan suatu aktivitas mengajak, menyeru, dan mengundang manusia kepada jalan kebaikan yang di ridhoi Allah. Maka dari itu, pesan dalam konteks ini merupakan pesan dakwah yang didalamnya mengandung keseluruhan ajaran Islam yang terdapat di dalam Al-Quran dan Hadis.

Menurut Safei (2003: 164) Hakikat pesan dakwah adalah al-Islam atau syari'at sebagaimana kebenaran hakiki yang datang dari Allah melalui malaikat jibril kepada para nabi nya dan terakhir kepada Nabi Muhammad Saw. Sebagaimana diungkapkan di dalam Al-qur'an dengan pembahasan yang beraneka ragam sesuai dengan fungsi kandungan ajaran-Nya, misalnya dalam Q.S an-Nahl: 125 disebut dengan *sabili rabbika* (jalan Tuhanmu).

## b. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu produk dari hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital seperti saat ini. Media sosial memfasilitasi para pengguna untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya tanpa batas dan tidak terikat oleh ruang dan waktu. Selain itu, media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi baru web berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri (Setyani, 2013: 6).

Dalam perkembangannya, media sosial muncul dengan beragam aplikasi yang tentu mudah di akses seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *line*, *blackberry messanger*, dan sebagainya. Seiring dengan banyaknya aplikasi terbaru yang bermunculan, tak jarang aplikasi yang lama di tinggalkan oleh para pengguna dan hilang dari dunia maya. Namun ada pula yang mampu bertahan dengan pengguna yang terus menambah. Tentunya hal tersebut tidak terlepas dari beragam fitur unik yang disediakan serta manfaat yang di dapatkan.

## c. Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial *microblogging* yang mana fungsi utamanya yaitu sebagai sarana berekspresi dengan cara mengunggah foto disertai tambahan keterangan yang menjelaskan isi gambar atau foto (*caption*). Begitu halnya penggunaan media sosial

Instagram dalam berdakwah yaitu dengan mengunggah pesan dakwah baik berupa gambar atau foto kemudian diberikan keterangan di kolom *caption* untuk selanjutnya di upload.

Untuk itu, dalam kerangka pemikiran ini penulis mengambil beberapa teori yang dijadikan sebagai penguat dalam penelitian, yaitu teori dari Jalaluddin Rakhmat tentang imbauan pesan dakwah yang terbagi kedalam imbauan motivasional, imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan ganjaran, dan imbauan takut dan teori dari Al-Bayanuniy tentang pesan dakwah yang dibagi ke dalam tiga aspek yaitu Akidah, Syariah dan Akhlak.

## **F. Langkah-langkah Penelitian**

Untuk mengkaji serta meneliti pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @dakwahjomblo, digunakan langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

### **1. Objek penelitian**

Objek penelitian ini dilakukan terhadap pesan-pesan dakwah yang di *posting* dalam akun Instagram @dakwahjomblo. Pemilihan akun Instagram @dakwahjomblo sebagai objek penelitian adalah selain karena sarat dengan pesan-pesan dakwah juga dilihat dari keberadaan akun Instagram ini dapat memberikan peranan yang sangat besar dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada objek yang ditujunya.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengungkap isi pesan, baik yang tersirat maupun yang tersurat dalam sebuah data dokumentasi. Menurut Jalaludin Rakhmat (1989: 89), “Analisis isi dipergunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang, analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, seperti : Surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato surat, peraturan undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, metode analisis isi dapat bertujuan untuk memaparkan secara detail terhadap objek yang di teliti, yaitu mengenai imbauan pesan dakwah dan kategorisasi pesan dakwah yang diunggah pada bulan November 2017 serta mengungkap isi pesan yang terkandung di dalam akun instagram @dakwahjomblo.

## 3. Jenis Data dan Sumber Data

### a. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Sedangkan sumber utama data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan (Maleong, 2002: 112). Namun dalam penelitian ini, karena gambar yang berisi kata-kata yang menjadi isi pesan dalam akun Instagram @dakwahjomblo, baik dari segi proses pengemasannya maupun isi tulisannya. Secara teknis, jenis data ini akan diangkat melalui penelaahan

terhadap postingan-postingan dalam akun instagram @dakwahjomblo, yaitu mengenai isi imbauan pesan dan kategorisasi pesan dakwah.

#### **b. Sumber Data**

##### 1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari postingan akun instagram @dakwahjomblo secara keseluruhan pada bulan November 2017.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini akan didasarkan pada berbagai literatur yang menunjang dan berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### a. Observasi

Pengamatan bermaksud mengumpulkan fakta, yaitu mengumpulkan pernyataan-pernyataan yang merupakan deskripsi, penggambaran dari kenyataan yang menjadi perhatinya (Bachtiar, 1997: 78). Observasi ini akan dilaksanakan dengan cara mengamati langsung dan intensif setiap *postingan* terbaru yang diunggah pada bulan November 2017.

##### b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual. Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data, yaitu berupa dokumen media atau arsip dimana

dapat melihat isi dari sebuah teks dan makna yang dipublikasikan melalui media sosial.

c. Wawancara

Wawancara yaitu sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui serangkaian tanya jawab melalui chat via *Direct Message* dan *WhatsApp Messenger* untuk memperoleh informasi yang di butuhkan. Wawancara ini dilakukan kepada para admin @dakwahjomblo yaitu Adhitiya Wicaksana dan Muhammad Handoko.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara untuk mengolah data yang terkumpul menjadi informasi yang kemudian dijadikan sebagai kesimpulan. Untuk itu, karena berupa penelitian kualitatif, sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini menyangkut permasalahan tentang proses penyampaian dan isi tulisan dari *postingan* @dakwahjomblo, maka langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisa datanya adalah melalui serangkaian proses, yakni:

- a. Mengkategorisasikan pesan dengan cara menentukan kategori. Kategori pesan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yakni imbauan pesan dan kategori isi pesan dakwah.
- b. Menganalisa pesan-pesan dakwah yang terdapat pada *postingan* @dakwahjomblo pada bulan November 2017.
- c. Kesimpulan.