

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya kemajuan teknologi telah membuat banyak perubahan di berbagai bidang kehidupan. Salah satu bentuk kemajuan ini, bisa kita temukan pada semakin majunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi guna mempermudah manusia berinteraksi. Saat ini, segala informasi bisa diakses secara cepat dan mudah, sehingga orang bisa mengetahui segala informasi maupun peristiwa terbaru yang sedang terjadi. Baik di lingkungannya ataupun di penjuru dunia yang lain hanya dengan mengakses ragam media sesuai dengan kebutuhannya.

Salah satu bentuk pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini yaitu dengan munculnya ragam media yang berbasis akses internet atau yang saat ini disebut sebagai media baru (*new media*). Karena salah satu karakteristiknya yang bersifat *network* (jejaring), dimana *network* ini merupakan jembatan yang menghubungkan satu pengguna dengan pengguna yang lain, serta dengan perangkat eksternal lain sehingga memungkinkan pengguna untuk dapat berkomunikasi dan bertukar informasi secara luas.

Media baru merupakan media yang dirasa efektif dan efisien dalam berkomunikasi maupun bertukar informasi saat ini. Media baru menjadi salah satu media yang kini sering digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada

khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau yang sering disebut dengan jaringan teknologi informasi dan komunikasi, beberapa media yang masuk pada kategori media baru adalah internet, *website*, serta komputer multimedia. Dalam media baru memiliki berbagai fitur yang merupakan konsekuensi dari ciri kovergensi, diantaranya media *online* yaitu media sosial, *chat room*, *email* (Nawiroh, 2016: 88).

Banyak hal yang dapat diakses dan dicari melalui media baru. Baik yang bersifat hiburan maupun edukasi. Salah satu media baru yang memberikan keluasan informasi dalam kehidupan saat ini yaitu melalui media sosial.

Media sosial dapat diartikan sebagai alat yang dipakai oleh orang-orang untuk berinteraksi maupun bertukar informasi dengan pengguna lain yang terkoneksi dengan jaringan internet dalam bentuk komunikasi virtual. Media sosial adalah sebuah medium yang terkoneksi dengan jaringan internet dimana setiap penggunaannya bisa secara mudah berbagi serta berpartisipasi (Kusnawan, 2016: 207). Melalui media sosial pengguna bisa saling berbagi maupun bertukar informasi dalam waktu yang terbilang cepat.

Karena sifatnya yang akseibilitas atau menggambarkan kemudahan, membuat pengguna mudah untuk mengakses media sosial. Sehingga media sosial tak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia saat ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *wearesocial.com* pada tahun 2018, tercatat bahwa sebanyak 130 juta orang Indonesia merupakan pengguna media sosial yang aktif dengan penetrasi 49 %. Adapun jenis-jenis media sosial yang banyak diakses oleh orang Indonesia, yaitu *Youtube* 43%, *Facebook* 41%,

Whatsapp 40 %, *Instagram* 38%, *Line* 33%, *BBM* 28%, *Twitter* 27%, *Google+*25%, *FB Messenger* 24%, *LinkedIn* 16%, *Skype* 15%, dan *WeChat* 14%. (www.detik.news.com).

Hal ini menjelaskan bahwa Indonesia termasuk dalam salah satu negara dengan pengguna aktif terbanyak di media sosial. Melihat banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa penerapan media sosial dalam kehidupan saat ini mampu mengubah ragam interaksi manusia secara signifikan.

Seiring pesatnya teknologi informasi saat ini, membuat pengguna dapat menyerap berbagai informasi dari berbagai belahan dunia manapun. Tidak dipungkiri bahwa pertukaran informasi tersebut juga membawa budaya lain masuk ke dalam kehidupan seseorang. Baik budaya yang berdampak positif maupun negatif.

Salah satu bentuk masuknya budaya luar ke dalam kehidupan adalah budaya pacaran atau menjalin hubungan dengan lawan jenis tanpa adanya ikatan yang sah. Pacaran yang dekat dengan aktivitas saling berpandangan, saling berdekatan, berpegangan tangan, dan lain-lain sangat tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Di Indonesia tidak sedikit remaja muslim yang melakukan hubungan pacaran, serta tidak sedikit pula bahwa pertemuan mereka berawal melalui media sosial. Bahkan media sosial juga membawa pengaruh yang signifikan pada gaya pacaran mereka. Dari sekadar hanya mengunggah foto mesra berdua, hingga melakukan hubungan-hubungan yang tidak semestinya mereka lakukan sebelum adanya ikatan pernikahan. Hal ini membuat kejahatan asusila semakin banyak terjadi. Ini dapat dilihat dari berbagai kasus asusila yang terjadi sepanjang tahun

2018. Seperti dilansir dalam platform *news.detik.com* yang memberitakan bahwa seorang ABG di Bekasi diperkosa oleh pacarnya yang terpaut usia 20 tahun hingga hamil. Gaya pacaran saat ini bisa dikatakan semakin berani dan lebih dekat dengan gaya pacaran orang-orang barat, tidak hanya mengumbar foto-foto mesra di media sosial, melakukan hubungan terlarang pun kini sanggup dilakukan.

Menurut data Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyebutkan bahwa angka kehamilan di luar nikah secara nasional di tahun 2017 sebesar 10,2 %. Hal ini terjadi disebabkan oleh faktor ekonomi dan faktor pergaulan bebas (khususnya di media sosial).

Hal ini tentu membuat dakwah di media sosial dirasa sangat perlu dilakukan. Guna menghalau masuknya budaya maupun pengaruh luar yang tidak baik serta tidak sesuai dengan ajaran Islam salah satunya yaitu berpacaran. dalam Islam seseorang yang merasa tertarik dengan lawan jenisnya, diperintahkan untuk melakukan proses *ta'aruf*, *mengkhitbah*, hingga ke jenjang pernikahan. Sebelum adanya ikatan yang sah, Allah Swt memerintahkan semua laki laki yang beriman untuk selalu menjaga pandangan serta menjaga diri. Hendaknya kepada setiap laki-laki yang beriman mengamalkannya dengan tidak menjalankan hubungan pacaran. Hal ini tercantum dalam QS. An-Nur ayat 30.

Berpacaran merupakan salah satu bentuk kemunkaran yang harus di jauhi bagi setiap ummat Islam, karena berpacaran termasuk ke dalam salah satu bentuk zina. Pada hakikatnya dakwah Islam adalah sebuah upaya untuk menyampaikan ajaran Islam kepada seluruh ummat manusia. Sebagai sebuah proses, dakwah tidak hanya diartikan sebagai usaha menyampaikan, namun dakwah dapat diartikan

sebagai kegiatan untuk merubah pola pikir, merasakan serta cara hidup manusia sebagai target dakwah guna meraih hidup yang lebih baik.

Dakwah lewat internet adalah salah satu inovasi baru di dalam proses mensyiarkan Islam, dan hal ini tentu akan membuat para *da'i* lebih mudah dalam melebarkan cakupan dakwahnya. Dengan memanfaatkan internet sebagai sarana berdakwah merupakan suatu kesempatan untuk mengembangkan serta memperluas cakrawala dakwah Islamiyah.

Namun, tidak bisa dipungkiri jika berdakwah melalui media internetpun memiliki pengaruh yang positif dan negatif. Diantara pengaruh positif berdakwah di media internet adalah jangkauan pesan yang dapat tersampaikan secara luas dan dapat diakses kapanpun oleh *mad'u*. Sedangkan salah satu dampak negatifnya yaitu, karena *da'i* dalam arti ini disamaratakan dengan pengguna internet yang lain, maka informasi yang disampaikan pun perlu diperhatikan kebenarannya.

Dengan adanya media dakwah yang beragam saat ini, membuat proses penyebaran dakwah dapat mudah dilakukan. Kehadiran internet sebagai ruang sosial baru, merupakan suatu peluang baru dalam aktivitas dakwah.

Terdapat beberapa cara serta metode yang dapat digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah di media baru khususnya media sosial. Bentuk media sosial yang saat ini digemari dan banyak digunakan yaitu media sosial instagram.

Instagram adalah sebuah media untuk membuat foto kemudian mengirimkannya ke dalam akun pengguna instagram tersebut. Dewasa ini, media sosial instagram tidak hanya berfungsi untuk meng-*upload* foto, bahkan videopun

sudah bisa diunggah melalui media sosial instagram, dan tak jarang pengguna instagram selalu menambahkan kata-kata maupun keterangan dalam setiap unggahannya.

Hal ini tentu menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang besar bagi umat muslim agar mampu memanfaatkan media sosial instagram sebagai media penyebar dakwah. Sebagaimana diketahui bahwa media sosial menjadi salah satu penyebar informasi yang mudah dan cepat. Memanfaatkannya sebagai media untuk berdakwah dinilai sangat efektif dan efisien untuk dilakukan di masa ini. Pesan maupun ajaran dakwah yang disebar melalui media sosial bisa tersosialisasikan secara baik dan tepat. Untuk membuat aktivitas penyampaian pesan-pesan dakwah ini menarik pengguna media sosial instagram lain, maka proses penyampaian pesan-pesan dakwah tersebut harus dilakukan dengan cara yang kekinian serta dikemas dengan cara yang menarik pula.

Geliat umat Islam dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah di media sosial, kini marak dilakukan. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya akun-akun di media sosial instagram yang memfungsikannya sebagai sarana untuk berdakwah. Baik itu melalui foto-foto yang bertemakan nilai-nilai keislaman, maupun melalui video-video pendek yang sarat akan makna-makna dakwahnya. Sebagai contoh terdapat akun dakwah @Nikahbarokah, @pemudahijrah, @kartun.muslimah, @dakwahjomblo dan masih banyak akun-akun lainnya. Dari setiap akun-akun dakwah tersebut memiliki fokus pesan yang berbeda-beda, sesuai dengan tujuan serta tema yang mereka tanamkan.

Kini, tidak sedikit juga para *da'i* yang mulai melirik media sosial sebagai sarana untuk berdakwah, seperti Ustadz Hanan Attaki dengan akun @Pemudahijrah, Ustadz Abdullah Gymnastiar dengan akun @aagym, Ustadz Felix Siauw, dan masih banyak *da'i* lainnya. Dengan tujuan sama-sama menyebarkan dakwah Islam melalui media sosial. Instagram bisa menjadi media alternatif dalam penyebaran dan pengembangan ajaran Islam yang disajikan dalam bentuk foto maupun video yang disertai dengan keterangan maupun penjelasan mengenai suatu permasalahan tertentu.

Semakin maraknya akun-akun yang bernapaskan keislaman di media sosial instagram, membuktikan bahwa manusia saat ini bukan hanya menjadikan media sosial sebagai gaya hidup, melainkan juga sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi khususnya terkait keagamaan. Hal ini juga membuktikan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui media apapun.

Sama halnya dengan media sosial yang lain, instagrampun memiliki dampak negatif dan positif dalam penggunaannya. Positifnya dapat dijadikan sebagai sarana untuk berdakwah maupun bermuamalah, dan sisi negatifnya tak sedikit pengguna instagram inipun menjadikannya sebagai sarana untuk pamer kekayaan, jabatan, serta mengumbar-umbar foto mesra bersama sang kekasih yang belum memiliki ikatan yang sah secara agama.

Oleh karena itu, berdakwah melalui media sosial khususnya instagram dapat menjadi salah satu cara yang dinilai tepat khususnya bagi kalangan remaja. Dari sekian banyaknya akun-akun yang bertemakan dakwah Islam di instagram, terdapat satu akun instagram yang mengangkat tema tentang larangan berpacaran dalam

Islam. Hal ini terlihat dalam setiap unggahannya yang mengangkat tentang larangan-larangan berpacaran dalam Islam. Baik itu berupa unggahan yang bersifat foto yang diberi keterangan, maupun yang bersifat video-video ceramah serta kata-kata motivasi yang menyinggung seputar larangan berpacaran dalam Islam. Akun instagram yang bernama @Indonesiatanpapacaran ini memiliki tujuan untuk mengajak remaja maupun pemuda-pemudi muslim di Indonesia untuk tidak melakukan hubungan berpacaran. Hal ini direspon baik oleh para pengguna instagram lainnya, terbukti dengan jumlah *followers* yang berjumlah sekitar 910 ribu lebih pengikut dan terdapat 30 ribu *posting*-an per bulan Februari 2019 di akun @Indonesiatanpapacaran tersebut.

Maka dari itu, peneliti merasa tertarik dengan mejadikan akun @Indonesiatanpapacaran ini sebagai objek penelitian peneliti. Dengan judul **“Dakwah Nahi Mungkar di Media Sosial (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun @Indonesiatanpapacaran)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang dipaparkan tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang peneliti jadikan sebagai bahan penelitian:

1. Bagaimana pesan dakwah nahi mungkar bentuk penjelasan dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran?
2. Bagaimana pesan dakwah nahi mungkar bentuk nasihat dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran?
3. Bagaimana pesan dakwah nahi mungkar bentuk pencegahan dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang dijelaskan peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pesan dakwah nahi mungkar yang termasuk ke dalam bentuk penjelasan dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran
2. Untuk mengetahui pesan dakwah nahi mungkar yang termasuk ke dalam bentuk nasihat dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran
3. Untuk mengetahui pesan dakwah nahi mungkar yang termasuk ke dalam bentuk pencegahan dalam akun instagram @Indonesiatanpapacaran

D. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritik

Diharapkan melalui hasil penelitian ini, dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional dari mimbar ke mimbar, namun dakwah juga bisa dilakukan dengan membuat konten-konten di media sosial seperti instagram yang bisa menjadi tuntunan bagi pengikutnya, serta mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian dakwah melalui media sosial khususnya instagram.

b. Secara Praktik

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjelaskan kepada khalayak untuk mampu memanfaatkan media massa sekarang sebagai media penyampaian pesan dakwah seperti halnya media sosial instagram.

E. Landasan Pemikiran

a. Hasil Penelitian Sebelumnya

Untuk menghindari adanya kesamaan terhadap penelitian peneliti, maka peneliti menampilkan beberapa penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian peneliti, diantaranya:

1. Penelitian dengan judul “Penggunaan Fitur Vidgram sebagai Tren media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @Yuvid.tv di Instagram)”. Karya Ahmad Pakhri M mahasiswa UIN Alaudin Makassar ,Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi. Fokus pembahasan penelitian ini ialah bagaimana pemanfaatan fitur instagram vidgram sebagai media dakwah. Persamaan dalam penelitian ini dengan peneliti adalah media sosial instagram yang menjadi objek penelitiannya. Namun perbedaannya terdapat dalam fokus permasalahan penelitian dimana dalam penelitian ini, analisis isi pesan dakwah pada akun @indonesiatanpapacarun yang menjadi pembahasan peneliti.
2. Penelitian dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Sinopsis Film mengaku Rasul”. Karya Rusti Yanti. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fokus penelitiannya yaitu mengenai pesan dakwah dalam sinopsis film Mengaku Rasul dengan menggunakan metode analisis isi. Persamaan penelitian ini dengan peneliti terletak pada fokus penelitiannya yang membahas mengenai analisis isi pesan dakwah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu pada objek penelitiannya dimana objek penelitian peneliti yaitu media sosial instagram.

3. Penelitian dengan judul “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 pada penelitian ini yakni terletak pada fokus pembahasan mengenai analisis isi pesan dakwah. Namun perbedaan penelitian ini terletak dalam media sosial yang digunakan, dimana dalam penelitian ini yaitu media sosial instagram.

b. Landasan Teoritis

Dakwah adalah proses menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam kepada umat manusia. Secara lebih operasional, dakwah merupakan kegiatan mengajak maupun mendorong manusia kepada tujuan yang pasti dimana sumbernya diambil dari Alquran maupun Hadis. Ali Mahfudz (dalam buku Enjang, Aliyudin, 2009: 6) mendefinisikan bahwa dakwah merupakan sebuah proses mendorong manusia untuk melakukan kebaikan serta menuruti petunjuk, menyuruh mereka untuk berbuat kebaikan dan melarang mereka dari perbuatan-perbuatan mungkar guna memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam Islam berdakwah merupakan sebuah kewajiban bagi seluruh umat, sebagai usaha untuk saling mengingatkan antara satu sama lain kepada kebaikan. Dakwah ditujukan kepada manusia yang berjiwa, berpikir, merasa, yang menerima, serta menolak sesuai dengan persepsinya terhadap dakwah yang diterima (Faizah, 2006).

Salah satu unsur yang terdapat dalam dakwah, yaitu *maudhu* (pesan dakwah). Pesan dakwah merupakan isi atau materi yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Baik yang secara langsung maupun tidak langsung (melalui media perantara). Pesan dakwah tersebut dapat meliputi bidang akidah (keimanan), syariah (hukum), ibadah, muamalah, dan akhlak (tabiat). Seiring berkembangnya jaman, maka berkembang pula cara untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah.

Pesan dakwah menjadi salah satu unsur penting dalam dakwah. *Maudhu* atau pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang disampaikan oleh *da'i* (subjek dakwah) kepada *mad'u* (objek dakwah), yaitu mengenai keseluruhan ajaran Islam, baik yang berada di dalam Alquran maupun hadis (Aliyudin, 2009:80).

Pesan dakwah menjadi bagian penting dalam penyampaian dakwah. Banyak para *da'i* yang menyampaikan pesan dakwah tentang amar makruf, namun sedikit yang menyinggung persoalan nahi mungkar. Sebagaimana tercantum dalam QS. Ali Imran ayat 104.

Dan harus ada segolongan diantara kamu yang mengajak (orang lain) melakukan kebaikan dan menganjurkan kebaikan dan melarang keburukan, dan merekalah yang akan beruntung (Al-huda, 2003: 274).

Salah satu pesan dakwah yang terkandung dalam ayat tersebut yaitu mencegah manusia kepada kemungkar. Sehingga orang tersebut tidak melakukan perbuatan-perbuatan yang dilarang oleh Allah swt.

Nahi mungkar merupakan proses pencegahan agar seseorang tidak melakukan serta menjauhkan diri dari berbagai perbuatan yang dilarang oleh Allah swt.

Nahi mungkar merupakan suatu usaha untuk melenyapkan dan menghapus kemungkaran pada diri seseorang atau kelompok orang, sehingga mereka berhenti dari perbuatan munkar yang mereka lakukan dan menggantinya dengan perbuatan-perbuatan yang ma'ruf. (Ikhwani dan Muhammad Iqbal, 2016:52).

Terdapat berbagai macam pesan yang berkaitan dengan kemungkaran yang diharamkan di dalam Islam diantaranya syirik, membunuh, mengambil harta orang lain, judi, zina, durhaka kepada kedua orangtua, serta hal-hal yang dianggap bertentangan dengan ajaran Islam.

Seseorang yang ingin mencegah kemungkaran, haruslah dengan menggunakan langkah-langkah yang benar. Terdapat beberapa hal yang mesti diperhatikan dalam pencegahan kemungkaran, seperti kemungkaran tersebut nyata adanya dan benar-benar terjadi, serta kemungkaran tersebut bukanlah berbentuk berbeda paham dalam mazhab.

Konsep dakwah nahi mungkar, mengikuti kerangka dari Ikhwani dan Muhammad Iqbal (2016: 56) menuturkan bahwa di dalam proses dakwah nahi mungkar terdapat tiga fase pencegahan. Diantaranya yaitu dengan memberi penjelasan, memberi nasihat, dan mencegahnya dengan perkataan.

Penjelasan, di dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI, 2008) diartikan sebagai sesuatu yang dianggap benar untuk alasan atau pengutaraan pendapat, penjelasan dapat berupa proses, cara, dan perbuatan menjelaskan. Nasihat diartikan sebagai ajaran atau anjuran yang baik. Nasihat dapat berupa petunjuk, peringatan,

dan teguran. Sebagaimana terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125, maka peneliti membagi nasihat menjadi tiga bagian yaitu nasihat berupa hikmah, nasihat berupa *mauidzah hasanah*, dan nasihat berupa *mujadalah*. Sedangkan pencegahan didefinisikan menahan agar sesuatu tidak terjadi. Bentuk pencegahan ini dapat berupa proses, cara, dan penolakan. Adapun pencegahan, mengikuti kerangka dari Syarbaini (2016: 138) tentang pengendalian sosial, maka dalam fase mencegah nahi mungkar, peneliti membaginya menjadi pencegahan preventif, represif, dan kuratif.

Sebagaimana komunikasi, aktivitas dakwah dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan, dan salah satu kegiatan atau aktivitas dakwah yang saat ini marak digunakan untuk menarik *mad'u* yaitu dengan menghadirkan konsep dakwah yang baru. Dengan mengikuti perkembangan teknologi yang sedang ramai atau digunakan oleh khalayak, yaitu berdakwah melalui media sosial. Dengan merepresentasikan pesan-pesan dakwah tersebut kedalam sebuah gambar maupun video yang ditambahkan keterangan atau tulisan yang bertemakan dakwah yang kemudian diunggah di media sosial.

Media sosial merupakan salah satu media yang saat ini banyak digemari dan digunakan. Karena karakteristiknya yang mudah diakses, membuat media sosial banyak digunakan sebagai media berinteraksi maupun berkomunikasi dari pengguna ke pengguna lainnya. "Media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual" (Nasrulloh, 2016: 11).

Media sosial, selain berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi, media sosial juga berfungsi sebagai tempat untuk berbagi foto, video, serta status atau ungkapan dari penggunanya. Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk berbagai informasi yaitu media sosial instagram.

Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis *android* untuk *smartphone*, *iOS* untuk *iPhone*, *Blackberry*, *Windows Phone*, dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer. Pada umumnya, orang-orang menggunakan instagram untuk saling *men-sharing* atau membagikan foto maupun video.

Instagram termasuk ke dalam salah satu media sosial yang mudah dan ringan yang memberikan keluasaan penggunanya untuk berinteraksi. Menurut Bambang Atmoko (2012: 10), instagram merupakan sebuah aplikasi yang berasal dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial dan merupakan salah satu dari media digital yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terdapat pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya serta dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Dakwah melalui media sosial instagram, merupakan cara atau metode dakwah yang cukup tepat untuk digunakan sebagai sarana dakwah saat ini, baik itu dengan berupa unggahan foto maupun video yang disertai dengan tulisan-tulisan atau keterangan yang bertemakan dakwah Islam. "Instagram bisa menjadi media

alternatif dalam pengembangan syiar agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dali-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah” (Ma’arif, 2010: 172).

F. Langkah-langkah Penelitian

a. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang peneliti gunakan yaitu metode analisis isi (*content analysis*) guna mengungkap isi sebuah pesan, baik dalam bentuk pesan tersirat maupun pesan tersurat pada suatu objek. Jalaludin Rakhmat (1989: 89) mengatakan bahwa analisis isi dipakai guna mendapat suatu keterangan dari sebuah isi komunikasi yang disampaikan di dalam bentuk lambang, metode analisis isi ini juga digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi, seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato atau surat, peraturan undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk memaparkan secara detail terhadap objek yang diteliti, yaitu mengenai pesan dakwah nahi munkar bentuk penjelasan, nasihat, dan pencegahan, yang diunggah oleh akun instagram @Indonesiatanpapacaran dalam setiap *posting-an* yang diunggah selama bulan Februari tahun 2019.

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang peneliti kumpulkan, terbagi menjadi dua jenis data, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer di dalam penelitian ini adalah foto atau gambar serta video-video unggahan akun instagram @indonesiatanpapacaran yang terdapat tulisan atau keterangan bertemakan dakwah. Adapun data yang peneliti kumpulkan yaitu setiap postingan yang diunggah oleh akun instagram @indonesiatanpapacaran selama bulan Februari tahun 2019.

2. Data Sekunder

Merupakan data-data penunjang data primer guna memperkuat data-data yang peneliti peroleh. Adapun data-data sekunder tersebut diambil berdasarkan responden dalam penelitian yang merupakan pengikut (*followers*) dari akun instagram @indonesiatanpapacaran. Sedangkan untuk kelengkapan data penelitian didapatkan dari literatur, jurnal, buku, serta situs-situs yang berhubungan dengan objek penelitian peneliti.

c. Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu:

1. Observasi

Merupakan sebuah proses pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap suatu gejala yang diteliti. Tehnik observasi digunakan dalam penelitian ini agar memungkinkan bahwa data dikumpulkan secara efektif apabila mengamati objek yang diteliti secara langsung. Tehnik ini dilakukan dengan melakukan observasi terhadap *posting*-an akun instagram

@Indonesiatanpapacaran selama bulan Februari 2019 terkait pesan dakwah nahi mungkar.

2. Dokumentasi

Adapun tehnik dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari dan megambil informasi yang bersifat gambar teks maupun video yang menjelaskan serta menguraikan mengenai pesan dakwah nahi mungkar dalam instagram @Indonesiatanpapacaran.

d. Tehnik Analisis data

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis isi kualitatif, yaitu melakukan penyusunan data-data yang nantinya dijelaskan, dianalisis, yang dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Namun, sebelum dikualitatifkan data terlebih dahulu dikuantitatifkan guna mendapatkan jumlah data secara akurat. Proses analisis data ini ditempuh melalui beberapa tahapan:

1. Membuat *Coding sheet* sederhana, hal ini dilakukan dengan cara membuat lembar penelitian, yang diisi oleh koder satu dan koder dua sebagai responden untuk menganalisis pesan-pesan dakwah sesuai dengan kategorinya, yang nantinya kemudian dicari angka persamaannya.
2. Menentukan tingkat validitas kesamaan dengan menggunakan rumus formula Hostli: $CR = \frac{2M}{N1+N2}$
3. Menganalisa pesan-pesan dakwah yang terdapat pada postingan @Indonesiatanpapacaran selama bulan Februari 2019.
4. Menyimpulkan hasil penelitian.