

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini telah terjadi kemajuan yang sangat pesat dalam bidang komunikasi, yang berdampak banyak terutama dalam mempermudah manusia untuk berinteraksi. Kehadiran segala bentuk komunikasi yang semakin modern ini tidak terlepas dari inovasi-inovasi yang dilahirkan dari Teknologi & Informasi, sehingga pola komunikasi yang hadir di tengah-tengah masyarakat semakin berkualitas canggih. Dengan keadaan Teknologi Informasi yang semakin maju di tengah-tengah masyarakat seperti ini, kegiatan dakwah pun semakin didukung dan dipermudah dengan adanya berbagai inovasi media salah satunya yaitu media Internet.

Internet (kependekan dari *interconnection-networking*) adalah seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar sistem global *Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia (sumber : Wikipedia). Internet memberikan manfaat yang begitu besar tetapi di lain pihak internet menjadi suatu media informasi yang tidak mudah untuk di batasi. Berbagai macam informasi dalam berbagai bentuk dan tujuan bercampur menjadi satu di mana untuk mengaksesnya hanya perlu satu sentuhan jari saja.

Keadaan internet membuat orang semakin mudah mendapatkan informasi secara luas di dunia. Tidak hanya mudah saja, namun cepat dan murah dengan

jangkauan global sehingga memiliki sifat efisien. Itulah mengapa internet begitu mudah diterima sebagai media yang sangat multifungsi.

Mengikuti perkembangan dan dinamika peradaban manusia, dakwah seyogyanya melakukan pemberdayaan yang kreatif dan inovatif, hal ini dilakukan dengan menggunakan media yang *up to date* dan *acceptable*. Jika sebelumnya dakwah hanya dipandang sebagai proses penyampaian pesan agama melalui kegiatan interaksi lisan, sekarang dakwah telah berubah menjadi proses bermedia yang semakin canggih (Muhtadi, 2012: 200). Penggunaan media-media komunikasi modern sebagai media dakwah sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak *out of date*.

Media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media telah membantu “memperpendek” jarak ataupun “mempersempit” ruang (Muhtadi, 2012: 199).

Media komunikasi sangat berperan di dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman yang serba modern ini sangat canggih. Teknologi komunikasi paling dicari oleh semua orang untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita, sebab teknologi komunikasi semakin berkembang, maka semakin cepat, akurat, tepat, mudah, murah, efektif serta efisien. Berbagi informasi antarnegara dan benua di belahan dunia manapun sekarang semakin mudah. Kemajuan yang dialami media komunikasi ini yang kemudian akan beriringan dengan pembentukan perilaku masyarakat itu sendiri ke arah modernisasi.

Dari berbagai fenomena yang dapat diamati, salah satu ciri masyarakat modern yang paling menonjol ialah sikap mereka yang sangat agresif terhadap kemajuan (*progress*). Sampai saat ini, paradigma “*the idea of progress*” (gagasan tentang kemajuan) masih sangat dominan dalam alam pikiran masyarakat modern. Dan, diakui atau tidak, hal itu telah menjadi penyangga bagi kemajuan teknologi modern yang memiliki arti vital bagi kelangsungan hidup manusia (Sambas, 2004: 111).

Di era Teknologi Informasi ini dakwah pun dapat berperan aktif dalam penggunaan media. Salah satu cara untuk menyampaikan dakwah melalui media adalah dengan dakwah *bil qalam* (melalui tulisan). Dakwah *bil qalam* ini dapat dimanfaatkan para dai melalui media komunikasi salah satunya melalui media sosial instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Sumber: Wikipedia). Persoalannya, media sosial instagram ini adalah media sosial yang digunakan sebagai alat narsis, hampir setiap orang yang secara sadar maupun tidak sadar berulang kali mempraktikkannya. Justru dengan sejumlah keistimewaan yang telah disediakan oleh aplikasi seperti Instagram inilah setiap pengguna bisa memanfaatkannya untuk tujuan tertentu termasuk dalam hal berdakwah.

Media sosial Instagram semakin dikenal masyarakat secara lebih meluas terutama di Indonesia. Tidak sedikit masyarakat di Indonesia yang ikut berperan aktif

dalam memanfaatkan Instagram sebagai suatu media yang dinilai efektif untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, salah satunya oleh akun instagram *@kakries* atau yang dikenal dengan sebutan “Komunitas Error Instagram”.

Akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) adalah sebuah akun instagram yang bukan berbasis Islam, terlihat dari penggunaan nama akun tersebut yang begitu jelas menggunakan kata “Error” sudah dapat disimpulkan bahwa akun Instagram dengan pemilik admin yang bernama Tris Setiawan ini adalah sebuah akun Instagram yang di dalamnya bukan memuat konten-konten Islami melainkan konten-konten yang berbau hal-hal konyol. Dan memang terbukti setelah diteliti oleh penulis dengan membaca semua konten-kontennya, akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini banyak mengandung unsur humor sebagai media hiburan yang ditujukan untuk para pembaca.

Kehadiran akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) secara garis besar memuat konten-konten yang menjurus ke arah curahan hati anak-anak remaja, karena dilihat segi penggunaan bahasanya, admin pemilik akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini hampir keseluruhan memposting konten-konten dengan menggunakan kata-kata gaul. Penggunaan kata-kata gaul tersebut diperuntukkan bagi kalangan remaja karena setiap kontennya memuat hal-hal tentang realita cinta yang dihadapkan pada kehidupan remaja di zaman sekarang. Admin pemilik akun *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini sengaja menulis dengan menggunakan bahasa yang demikian agar terlihat khas dan menarik, sehingga para

pembaca dapat ikut terhanyut dan terbawa perasaannya ke dalam tulisan-tulisan yang diunggah oleh pemilik akun tersebut.

Meski akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini memang lebih bersifat menghibur dengan konten-konten yang banyak memuat hal-hal konyol, tetapi setelah diteliti lebih dalam lagi, akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini juga ternyata banyak memuat konten-konten yang mengandung nilai-nilai dan pesan-pesan dakwah. Dari segi penyampaian pesannya memang terbilang konyol, tetapi faktanya tidak sedikit konten-konten yang berisi tentang peringatan dalam hal beribadah dan hal lainnya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik mengangkat masalah yang ada pada akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) sebagai objek penelitian yang akan diteliti dalam proses penyusunan skripsi dengan alasan untuk memberikan kontribusi di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya pada ranah I'lam karena penelitian ini mengangkat masalah dalam wilayah salah satu kajian dalam ranah I'lam yaitu internet.

Selain itu akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) juga dinilai menarik untuk dijadikan bahan penelitian, karena akun instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini merupakan suatu akun instagram yang tidak berbasis Islam tetapi di dalamnya terdapat banyak konten yang mengandung nilai-nilai Islam dan pesan-pesan dakwah meskipun dalam menyampaikannya dengan menggunakan bahasa yang "Error". Error disini maksudnya adalah konten-konten pada akun instagram tersebut banyak mengandung unsur humor. Jadi dibalik nama errornya

sebuah “Komunitas Error Instagram” ini memuat banyak konten-konten religi dan memuat pesan-pesan dakwah yang dinilai tepat untuk dijadikan objek penelitian oleh penulis.

B. Rumusan Masalah

Dari pembahasan latar belakang di atas, penulis dapat menyusun perumusan masalah salam pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana Deskripsi Pesan Dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017 ?
2. Bagaimana Kategorisasi Pesan Dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017 ?
3. Bagaimana Frekuensi Pesan Dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017 ?
4. Bagaimana Kecenderungan Pesan Dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017 ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Deskripsi pesan dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017.

- b. Untuk mengetahui Kategorisasi pesan dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017.
- c. Untuk mengetahui Frekuensi pesan dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017.
- d. Untuk mengetahui Kecenderungan pesan dakwah dalam akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) edisi Agustus 2016 - Februari 2017.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan keilmuan dakwah dari segi penggunaan media sosial. Selain itu juga dapat menjadi perbandingan ataupun rujukan untuk penelitian selanjutnya oleh peneliti lain yang dinilai sejenis dengan tujuan agar dapat lebih menyempurnakan lagi. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memperkaya pengetahuan dalam upaya pengkajian yang lebih mendalam terhadap teori pesan-pesan dakwah dalam balutan keilmuannya yaitu ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat terutama para pembaca di media sosial terhadap kesadaran akan pentingnya sumber-sumber informasi yang mengandung nilai-nilai

keislaman, serta dapat dimanfaatkan para dai masa kini untuk menyempurnakan penggunaan media sosial sebagai media dakwah.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka (*Literature Review*) adalah proses penelusuran bahan pustaka untuk memilih dan menentukan teori yang akan digunakan dalam penelitian (Sadiah, 2015: 68). Dalam proses pembuatan penelitian ini, peneliti telah mengkaji beberapa contoh skripsi terlebih dahulu yang kasus penelitiannya hampir sama dengan kasus yang sedang diteliti oleh peneliti saat ini, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Penulis	Judul Skripsi	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Sofa Nurajijah (2015)	Pesan-Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram (Analisis Deskriptif Pesan-Pesan Dakwah	Menggunakan metode Analisis Deskriptif	Sama-sama meneliti tentang pesan dakwah yang ada di media sosial Instagram	Dalam segi penggunaan metodenya berbeda, dan akun media sosial Instagram yang diteliti

		Tentang Jilbab Pada Akun Instagram (@duniahijab)			oleh Sofa sangat berbasis Islam sedangkan akun yang diteliti oleh penulis tidak berbasis Islam (umum)
2	Ridwan (2004)	Pesan-Pesan Dakwah Rubrik Tarbiyah Majalah Swadaya (Studi Analisis Isi Karya Tulis Th.I Edisi 4/ Desember	Menggunakan metode Analisis Isi	Sama-sama meneliti tentang pesan dakwah dalam sebuah tulisan, dan penggunaan metodenya sama-sama menggunakan	Objek yang diteliti oleh Ridwan bukan di media sosial melainkan media cetak (Rubrik dalam sebuah majalah)

		2002 s.d Edisi 12/ Agustus 2003)		Analisis Isi	
3	Iman Kurniawan (2011)	Analisis Isi Pesan Tabligh Solikhin Abu Izzuddin dalam Buku The Way To Win	Menggunakan metode Analisis Isi	Penggunaan metodenya sama-sama menggunakan Analisis Isi	Objek yang diteliti oleh Iman bukan mengenai pesan dakwah melainkan pesan tabligh dalam sebuah media cetak (buku) bukan di media sosial

E. Kerangka Berpikir

Term “mediamorfosis” yang dipopulerkan oleh Fidler pada 1990-an memberikan semacam pengantar konsep bagaimana teknologi telah mengubah media menjadi baru. Perubahan akibat penemuan-penemuan teknologi itu tidak berimbas

pada sisi bisnis media saja, tetapi juga memberikan semacam determinasi terhadap khalayak di berbagai bidang (Nasrullah, 2016: 69).

Jika melihat keberadaan dan realitasnya di tengah khalayak, teknologi bisa ditempatkan dalam tiga konsep yang berbeda, yaitu :

1. **Utopian**, merujuk pada sesuatu yang diidealkan tanpa adanya batasan-batasan atau situasi/tempat yang diimpikan, seperti surga atau kesetaraan bagi semua orang. Dalam pandangan utopian, perkembangan teknologi komunikasi memberikan dampak tidak adanya sekat-sekat dan stratifikasi bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Teknologi komunikasi, internet, dan pengaruh yang muncul memberikan arah baru bagi perkembangan masyarakat kini dan yang akan datang.
2. **Dystopian**, konsep ini menjelaskan bagaimana teknologi komunikasi harus dipandang dengan sangat hati-hati. Kritik cultural yang muncul terhadap kemajuan teknologi komunikasi ini mengakibatkan akan munculnya alienasi sosial-politik hingga mengaburkan kekuatan dari realitas itu sendiri.
3. **Technorealism**, konsep ini memunculkan pandangan yang lebih realistis terhadap kemajuan dan teknologi dan pengaruhnya terhadap manusia. Tidak dapat dipungkiri internet memberikan pengaruh terhadap beragam aspek di tengah masyarakat. Akan tetapi, masyarakat tidak bisa menerima begitu saja atau menolak keberadaan teknologi tersebut (Nasrullah, 2016: 70-71).

Dalam pemanfaatan teknologi komunikasi seperti ini, dakwahpun ikut berperan aktif didalamnya. Menurut Enjang & Aliyudin (2009: 5), Dakwah adalah kegiatan menyeru manusia kepada jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh, baik

dengan lisan maupun tulisan, ataupun dengan dengan perbuatan sebagai ikhtiar (upaya) muslim mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi (*syahsiyah*), keluarga (*usrah*) dan masyarakat (*jama'ah*) dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairul ummah (masyarakat madani).

Dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam, tidak dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh berbagai faktor terlebih pada era globalisasi sekarang ini, dimana berbagai informasi masuk begitu cepat dan instan yang tidak dapat dibendung lagi. Umat Islam harus dapat memilah dan menyaring informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Suparta & Hefni, 2006: 5). Sehingga dalam perkembangan zaman yang semakin modern ini, dakwah banyak dihadapkan dengan beberapa tantangan.

Dari terdapat banyaknya beberapa tantangan dakwah yang dihadapi, maka dakwah harus memperhatikan beberapa hal yang dinyatakan sebagai konstruksi atau pembentuk dalam memperkuat dakwah itu sendiri sebagai suatu aktivitas yang dinilai penting dan dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Karena itu, untuk menjawab tantangan ke depan, baik secara akademis maupun pragmatis, pengembangan dakwah, termasuk pengembangan model serta pendekatan yang lebih relevan dengan tuntutan zaman, merupakan solusi yang tidak bisa ditunda lagi (Muhtadi, 2012: 61).

Dalam proses penyampaian dakwah, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar kegiatan dakwah dapat berlangsung dengan baik, yaitu memperhatikan salah satu unsur penting dalam dakwah yaitu Maudu' atau Pesan Dakwah. Karena dengan memperhatikan pesan dakwah dengan sebaik mungkin maka akan timbul suatu efek tertentu pada mad'u.

Maudu' atau Pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh dai (subjek dakwah) kepada mad'u (objek dakwah), yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya. Yang menjadi pesan dalam dakwah adalah syariat Islam sebagai kebenaran hakiki yang datang dari Allah melalui Malaikat Jibril dan disampaikan kepada Nabi Muhammad saw (Enjang & Aliyudin, 2009: 80-81). Oleh karena itu, dakwah memang mengacu pada satu tiang utama yang mengokohkannya yaitu kitab Al-Quran.

Al-Quran sering disebut sebagai kitab dakwah. Artinya, ia menjadi sumber rujukan dasar dan referensi otentik tentang *keapaan* dan *kebagaimanaan* dakwah. tentang posisi Al-Quran sebagai kitab dakwah ini, Sayyid Qutb menulis :

Al-Quran merupakan kitab dakwah. Yang memiliki ruh pembangkit. Yang berfungsi sebagai penguat. Yang merupakan suatu undang-undang dan konsep-konsep global. Dan yang merupakan tempat kembali satu-satunya bagi para penyeru dakwah dalam mengambil rujukan dalam melakukan kegiatan dakwah, dan dalam menyusun suatu konsep gerakan dakwah selanjutnya. (Asep Muhyiddin & Agus Ahmad Safei, 2002: 15)

Maudu' atau Pesan dakwah diungkapkan dalam Al-Quran dengan istilah yang beraneka ragam, yang kandungannya menunjukkan fungsi ajaran Islam (Enjang & Aliyudin, 2009: 81), salah satunya dalam firman Allah yang berbunyi :

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خُذُوا حَيَاتِكُمْ فِي حَسْبِ مَعْرِفَةٍ ۚ وَمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُضِلَّ قَوْمًا ۖ سَاءَ الَّذِي يُضِلُّ ۚ وَمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَهْدِيَ قَوْمًا ۖ لَسَاءَ الَّذِي يَهْدِي ۚ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ۚ﴾

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Depag, J-ART, 2004: 281).

Ayat di atas menjelaskan bahwa sekurang-kurangnya ada tiga cara atau metode dalam berdakwah, yakni *metode hikmah*, *metode mau'idzah hasanah* dan *metode mujadalah*. Ketiga metode tersebut dapat dipergunakan sesuai dengan objek yang dihadapi oleh seorang da'i atau da'iyah di medan dakwahnya (Muhyiddin & Ahmad Safei, 2002: xii). Dengan penggunaan metode yang telah disebutkan dalam Al-Quran tersebut, maka pesan-pesan dakwah pun akan sampai kepada mad'u sesuai dengan harapan da'i.

Tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah:

- 1) Pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. (isi pesan dan lambang).

- 2) Pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang.
- 3) Penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad'u atau objek dakwah.

Selain pesan dakwah, unsur dalam dakwah yang harus diperhatikan juga adalah *Wasilah Ad-dakwah* atau Media Dakwah. Menurut Enjang & Aliyudin (2009: 93), Media Dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat *urgent* dalam menentukan perjalanan dakwah.

Agar dakwah dapat tersampaikan dengan baik, maka diperlukan media dakwah sebagai penghantar pesan dakwah dari da'i kepada mad'u. Dalam buku *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (2009: 95) disebutkan bahwa Media Dakwah berdasarkan jenis dan peralatan yang melengkapinya terdiri dari media tradisional, media modern, dan perpaduan kedua media tradisional dan modern.

Penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Masyarakat dakwah kini bukan saja mereka yang berada di depan mata, melainkan mereka juga yang secara bersama-sama ada di ruang abstrak yang disebut dunia maya. Media telah menggiring individu memasuki ruang yang memungkinkan saling berinteraksi (Muhtadi, 2012: 60). Kehadiran media inilah yang kemudian menjadi tantangan dakwah itu sendiri karena harus mengikuti arus perkembangan zaman yang semakin aktif akan Teknologi Komunikasi dan

Informasi yang menghasilkan berbagai terobosan media yang salah satunya dengan kehadiran media sosial di tengah-tengah masyarakat.

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016: 11).

Kepintaran manusia membuat teknologi seperti internet dapat kita rasakan tidak hanya hanya dalam komputer. Teknologi baru seperti *Handphone* (Telepon Seluler), ternyata juga dapat mengakses internet dengan menggunakan media baru seperti *Yahoo Messenger*, *Blackberry Messenger* dan lain sebagainya seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain. Informasi menjadi sangat dekat dengan kita. Fenomena ini menjadikan masyarakat “ketergantungan” terhadap teknologi informasi. Faktanya di Indonesia (terutama di perkotaan) hampir setiap orang menggunakan *Handphone*, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Pengguna *smartphone* tak bisa lepas dengan penggunaan media sosial. Berbagai media sosial berkembang di Tanah Air dengan pengguna yang sangat banyak. Hampir semua pengguna *smartphone* memiliki beberapa aplikasi media sosial yang berkembang di Tanah Air. Media sosial digunakan sebagai media informasi sekaligus komunikasi dengan teman. Beberapa media sosial yang kini sangat populer di Tanah Air antara lain seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya.

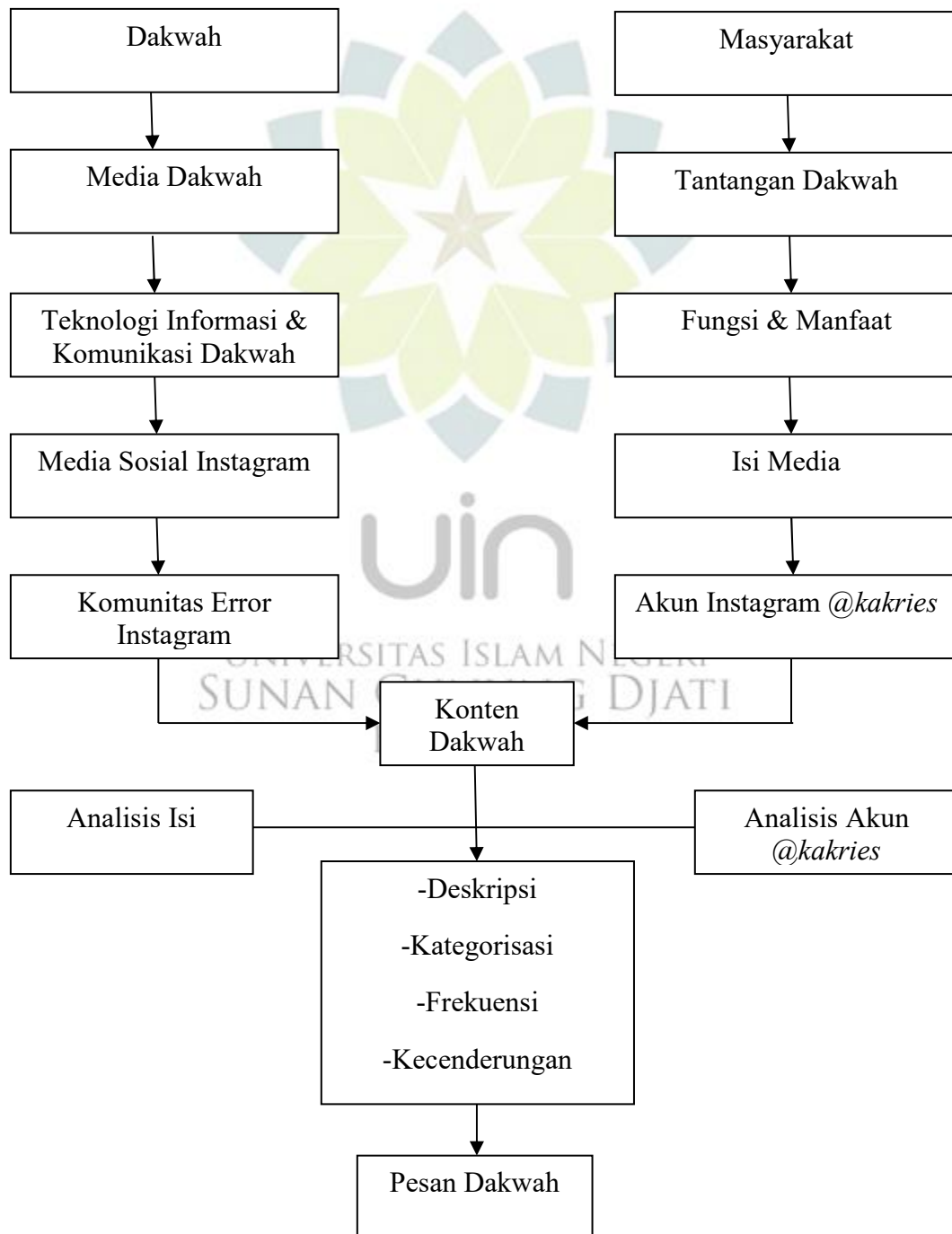
Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat terutama bagi mereka yang hobi dengan fotografi maupun selfie. Instagram ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger serta dirilis pada 6 Oktober 2010 silam. Untuk jejaring sosial ini pengguna dapat mengunggah hasil karya foto mereka dan melihat foto-foto karya orang lain melalui sistem “mengikuti” dan “diikuti”, maka dalam Instagram ini terdapat istilah “Pengikut” dan “Yang diikuti”. Saat ini Instagram telah diakuisisi oleh perusahaan sebesar Facebook. Jadi tidak heran jika Instagram merupakan jejaring sosial yang sangat besar dengan penggunanya yang sangat banyak pula.

Instagram memang dikenal sebagai sarana untuk mengunggah foto-foto sebagai media narsis, tetapi banyak pula yang menggunakan media Instagram ini sebagai media tulisan. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media tulisan disini maksudnya yaitu dengan cara mengunggah foto-foto, tetapi gambar yang diposting tersebut adalah berupa tulisan-tulisan yang dimaksudkan untuk dibaca oleh para pengikut (*followers*). Salah satu akun yang mengisi konten-konten Instagram dengan banyak mengunggah tulisan yaitu akun Instagram @kakries yang dikenal sebagai Komunitas Error Instagram.

Komunitas atau Kelompok merupakan bagian yang tidak dapat dilepaskan dari aktivitas kita sehari-hari. Kelompok baik bersifat primer maupun sekunder, merupakan wahana bagi setiap orang untuk dapat mewujudkan harapan dan keinginannya berbagi semua informasi dalam semua aspek kehidupan (Rohim, 2009: 87). Maka Kelompok atau Komunitas Error Instagram ini adalah sebuah sekumpulan

orang-orang yang menyebarkan konten-konten berupa tulisan dalam sebuah akun Instagram yang bernama *@kakries*.

Gambar 1. Kerangka Operasional Penelitian



Diolah oleh peneliti

F. Langkah-Langkah Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan dapat tersistematis dengan baik, maka digunakan langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram), dijadikannya akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram) ini karena akun ini merupakan akun instagram yang mengangkat konten-konten tentang realita cinta kehidupan remaja masa kini. Meski dari segi penggunaan bahasanya cukup konyol dan lebih bersifat menghibur, tetapi dalam akun Instagram *@kakries* ini terdapat konten-konten yang banyak mengandung pesan-pesan dakwah jika diteliti lebih dalam lagi.

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram *@kakries* (Komunitas Error Instagram), dijadikannya akun Instagram

@*kakries* (Komunitas Error Instagram) ini karena akun ini merupakan akun Instagram yang meskipun dominan mengangkat konten-konten tentang realita cinta kehidupan remaja masa kini dan bahasa yang digunakannya pun menggunakan bahasa informal dan sifatnya lebih menghibur, tetapi jika diteliti lebih dalam lagi di dalamnya terdapat banyak konten yang mengandung pesan-pesan dakwah.

2. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara-cara berpikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya (hati-hati, kritis dalam mencari fakta, prinsip-prinsip) untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian (Sadiah, 2015: 2). Dan dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode Analisis Isi.

Menurut Krippendorff (1980: 21; 2006: 8) dalam Eriyanto (2011: 15) dijelaskan bahwa Analisis Isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memerhatikan konteksnya.

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan Ilmu Komunikasi. Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media cetak maupun elektronik.

Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (*teks*). Pada titik inilah, analisis isi kemudian banyak dipakai oleh disiplin ilmu lain. Karena banyak bidang studi yang memanfaatkan dan menggunakan dokumen sebagai bahan penelitian. Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek. *Pertama*, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. *Kedua*, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. *Ketiga*, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.

Jadi dengan menggunakan metode Analisis Isi ini bertujuan untuk membantu dalam proses penelitian yaitu menafsirkan pesan-pesan dakwah dari beberapa konten yang terdapat pada akun instagram @kakries (Komunitas Error Instagram). Alasan menggunakan metode ini karena dapat memberikan gambaran dalam menafsirkan objek penelitian secara lebih spesifik dan sistematis.

3. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah berupa dokumentasi tentang pesan-pesan dakwah dalam akun instagram @kakries (Komunitas Error Instagram) melalui konten-konten akun instagram tersebut, serta untuk mengetahui pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah oleh

admin akun instagram @kakries (Komunitas Error Instagram) melalui kata-kata yang digunakan dalam tulisan yang diunggahnya.

b. Sumber Data

Sumber data yang diteliti adalah :

- 1) Sumber data primer, diperoleh dari tulisan-tulisan yang diunggah oleh admin akun instagram @kakries (Komunitas Error Instagram) dan komentar netizen dari bulan Agustus 2016 – Februari 2017.
- 2) Sumber data sekunder, diperoleh dari buku-buku dan sumber lainnya seperti internet dan lain-lain yang terkait dengan masalah penelitian.

4. Analisis Data

Menurut Sugiono (dalam Sadiah, 2015: 91-92), Analisis Data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang secara tepat dan mendalam digunakan langkah-langkah berikut ini:

- a. Memeriksa semua data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara, angket, atau dokumentasi, termasuk dilakukan editing dan penyortiran terhadap data yang tidak diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis benar-benar sesuai dengan kebutuhan.

- b. Membuat kategori-kategori data sesuai dengan jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian.
 - c. Membuat kode terhadap pertanyaan yang diajukan untuk mempermudah proses pembuatan tabulasi data.
 - d. Membuat tabulasi data, yakni membuat tabel-tabel dan memasukkan data ke dalam tabel-tabel tersebut sesuai dengan variabel-variabel pertanyaan dan item-itemnya.
 - e. Pembahasan data (hasil penelitian) sesuai dengan pendekatan penelitian yang dilakukan, kuantitatif atau kualitatif. Penelitian kuantitatif tentu pembahasan hasil penelitiannya dilakukan dengan menggunakan tes-tes uji statistik, dan penelitian kualitatif pembahasan hasil penelitian dengan menggunakan prosedur kerja analisis kualitatif.
 - f. Penafsiran terhadap hasil pembahasan data penelitian, sehingga dapat diperoleh jawaban terhadap masalah-masalah penelitian yang diajukan.
- (Panduan Penyusunan Skripsi, 2014 : 85-86).