

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Di dalam Al-Quran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya senantiasa berada “di jalan Allah”. Seperti yang terdapat pada QS. An Nahl 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

125. “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”. (Shohih, Muhammad dkk.,2007: 281)

Seiring kemajuan zaman, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah pengikut, metode, dan media yang digunakan oleh para penggerak dakwah itu sendiri. Hal ini tidak lepas dari zaman yang serba modern ini, dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media yang efisien dan mudah. Salah satunya adalah dengan munculnya internet yang diikuti oleh munculnya media-media sosial seperti facebook, twitter, line, path, instagram, dan lain sebagainya. Media sosial tersebut memudahkan orang untuk berkomunikasi di mana fungsinya hampir sama dengan SMS atau melakukan panggilan telepon.

Instagram adalah salah satu sarana yang dapat digunakan sebagai media dakwah. 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. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play. (Wikipedia)

Pengguna instagram di Indonesia 59 persen adalah anak muda usia 18-24 tahun yang terdidik dan mapan. Temuan lain yang dilakukan oleh TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris, mengenai studi “Pengguna Instagram di Indonesia, yaitu 88 persen pengguna menggunakan filter dan 97 persen menggunakan fitur search untuk mencari informasi yang lebih spesifik, 97 persen menuliskan komentar pada postingan dan menandai (mention) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di instagram, 85 persen pengguna di Indonesia juga memposting di media sosial lainnya langsung dari instagram (cross posting), mode dan teknologi menjadi produk yang paling populer diantara para pengguna instagram di Indonesia, masyarakat Indonesia menggunakan instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman saat bepergian, dan mencari informasi dan tren terbaru, kategori konten yang paling banyak dibagikan di instagram: selfie, makanan yang dimakan, barang yang dibeli, barang yang mau dijual, foto atau video dari keluarga, peristiwa khusus, binatang peliharaan, alam terbuka, tempat-tempat yang pernah dikunjungi, foto atau video dari perjalanan, kutipan atau meme, dan foto atau video yang ditemukan secara daring.

Fenomena yang terjadi pada kehidupan masyarakat sehari-sehari dalam penggunaan media sosial khususnya instagram adalah para penggunanya hanya menggunakan instagram sebagai ajang atau sarana untuk mendapatkan pujian dan memamerkan harta atau lain sebagainya melalui foto yang mereka unggah. Sehingga masyarakat khususnya anak muda

lebih banyak mendapatkan kemadharatan dibandingkan kemaslahatan dari perkembangan teknologi saat ini.

Dalam menghadapi fenomena yang banyak terjadi di lingkungan sehari-hari tersebut dan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang begitu cepat dan sangat dinamis ini, para da'i atau aktifis dakwah harus betul-betul bisa memanfaatkan media sosial, merubah tantangan menjadi suatu peluang dalam melakukan aktifitas dakwahnya. Kebutuhan masyarakat saat ini yang sangat tergantung pada kebutuhan informasi setidaknya bisa menjadi jalan dalam menyebarkan hal-hal kebaikan. Setiap da'i atau aktifis dakwah juga seharusnya dapat menciptakan konten-konten yang mengandung unsur syiar, sehingga para pengguna media sosial khususnya instagram yang para penggunanya didominasi oleh anak muda tidak hanya menggunakan instagram untuk kemadharatan tetapi juga mereka bisa mendapatkan ajakan kebaikan, hidayah atau renungan dari akun instagram yang berisi konten syi'ar yang dikemas secara menarik sehingga tidak membuat mereka merasa bosan untuk melihat atau membacanya. Tidak hanya membagikan sesuatu yang sudah ada tapi juga menjadi creator konten-konten agar banyaknya alternatif bacaan yang menyejukkan bagi para pengguna media sosial lainnya.

Akun islamiposter ialah salah satu dari beberapa akun instagram yang berisikan konten-konten islami. Namun yang berbeda dari akun islamiposter dibandingkan akun-akun instagram lainnya yaitu akun islamiposter menggunakan desain visual yang menarik. Selain itu, akun islamiposter selalu *update* dengan tema yang berbeda-beda sehingga para pengikutnya dapat belajar serta memahami Islam secara luas.

Akun Islamiposter di dirikan pada awal Februari 2015, pada mulanya akun ini memang dibuat untuk membagikan konten-konten dakwah Islam, terutama untuk mendistribusikan poster-poster islami karya Muslim Design Community yang pada saat itu belum banyak tersebar. Saat ini jumlah *followers* atau pengikut akun islamiposter sudah mencapai 185.000

pengikut dengan total jumlah postingan sebanyak 2288 konten dakwah, dan masih terus bertambah setiap harinya.

Dalam postingan akun instagram islamiposter terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca.

Segmentasi akun islamiposter ini adalah kalangan remaja dan anak muda sehingga akun tersebut memang sengaja membuat visual dan bahasa yang semenarik dan sesederhana mungkin dengan tetap menggunakan Al-Quran dan Hadits sebagai sumbernya.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk menjadikan akun islamiposter sebagai objek penelitian. Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis melakukan kategorisasi pada materi atau pesan dakwah yang akan diteliti, yaitu aqidah, ibadah, dan akhlak.

B. Rumusan Masalah

Untuk mengarahkan langkah-langkah dalam penelitian ini serta penelitian dapat difokuskan, maka perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana tema pokok dan kategorisasi pesan dalam postingan akun instagram islamiposter?
2. Bagaimana makna pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun instagram islamiposter?

C. Tujuan Penelitian

Seirama dengan permasalahan yang dikembangkan, maka tujuan penelitian diarahkan pada terwujudnya hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tema pokok dan kategorisasi pesan dalam postingan akun instagram islamiposter
2. Untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun instagram islamiposter

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta menambah pengetahuan bagi segenap civitas akademika jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam rangka memberikan stimulus atau rangsangan bagi peneliti-peneliti berikutnya dalam upaya mengkaji, menyempurnakan serta mengembangkan paradigma dakwah melalui media sosial.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial, terutama instagram dalam berbagai kegiatan komunikasi termasuk dalam berdakwah. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan pembaharuan dengan menambahkan media sosial sebagai media dakwah dan mengemasnya sedemikian rupa agar menarik dan mudah dipahami oleh orang yang melihatnya.

E. Kerangka Pemikiran

1. Tinjauan Teoritis

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu maupun organisasi dengan sasaran perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat.

Pada dasarnya dakwah merupakan penyampaian pesan-pesan agama yang bersumber dari Al-Qur'an dan As sunnah. Sedangkan pesan-pesan dakwah itu sendiri merupakan salah satu dari lima unsur dakwah (Da'i, mad'u, uslub, wasilah, maudu'). Dimana dakwah bisa dikatakan tidak berhasil dengan adanya pesan yang dibawa oleh subjek dakwah. Oleh karena fungsinya, dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang bernilai Islam sesuai Al-Qur'an dan hadits.

Kata "pesan" dalam bahasa Indonesia artinya adalah perintah, nasehat, permintaan, dan amanat yang disampaikan lewat orang lain (Suharsono dan Retnoningsih, 2012: 377). Sementara itu kata "pesan" dapat diartikan sebagai apa yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan (Ilaihi, 2010: 97). Pesan disampaikan dalam bentuk simbol, baik verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan adalah kata-kata, sedangkan simbol nonverbal adalah apa yang di sampaikan dengan nada suara atau gerak fisik (*gestures*) seperti gerak mata, ekspresi wajah, menggapaikan tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (*postures*) dan penampilan (*appearance*), atau isyarat, seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna (Hidayat, 2006, 43).

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *content*, atau *informasi*. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu'al-dakwah*. Istilah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Berdasarkan penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media (Ilaihi, 2010: 98). Pesan dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri (Munir dan Ilaihi, 2006: 24).

Sedangkan Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menyatakan bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah (Aziz, 2009: 318). Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Alquran dan Hadits. Dalam kedua sumber tersebut tersedia materi dakwah yang komprehensif untuk pelaksanaan dakwah. Nilai-nilai ajaran Islam juga tertuang dalam kedua sumber tersebut. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk menerima dan mengamalkannya (Amin, 2009: 88).

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis melakukan kategorisasi pada materi atau pesan dakwah yang akan diteliti, yaitu akidah, ibadah, dan akhlak. Akidah adalah aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi rukun iman atau segala sesuatu yang harus diimani atau diyakini menurut ajaran Al-Quran dan Al-Sunnah. Ibadah adalah aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan kegiatan ritual dalam rangka pengabdian kepada Allah SWT. Akhlak adalah aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan

tata perilaku manusia sebagai hamba Allah, anggota masyarakat, dan bagian dari alam sekitarnya

Wasilah atau media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi atau pesan dakwah kepada mad'u. Dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah atau media. Ya'qub (1981) membagi wasilah atau media dakwah menjadi lima macam, yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Diantara media-media yang ada sebagai pendukung atau alat dakwah, internet juga bisa digunakan sebagai media tersebut, karena internet termasuk kepada media massa. Menurut Ahmad Subandi (1994: 88) media massa adalah media yang digunakan dalam suatu komunikasi di mana pesan yang disebarkan untuk kepentingan umum. Bentuk-bentuk media massa terdiri dari surat kabar, majalah, radio, televisi, internet, dan lain-lain.

Media massa telah berubah begitu banyak dimulai dari abad ke-20 yang bersifat satu arah, arus yang serupa kepada massa yang seragam. Semakin berkembangnya zaman maka semakin bermunculan media-media baru yang mempermudah proses komunikasi massa yang disebut *new media* atau yang sering kita sebut dengan media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".

Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang bermunculan dan menjadi salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah Islam.

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. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak (Wikipedia).

2. Teori yang Digunakan

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori makna model Alston. Pada intinya, teori ini mencakup teori acuan (*referential theory*), teori ideasi (*ideational theory*), dan teori tingkah laku (*behavioral theory*).

Teori Acuan (*Referential Theory*). Menurut Alston, teori acuan atau teori referensial ini merupakan salah satu jenis teori makna yang mengenali atau mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya, atau dengan hubungan acuan itu. Istilah referen itu sendiri yaitu hubungan antara unsur-unsur linguistik berupa kata-kata, kalimat-kalimat, dan dunia pengalaman yang nonlinguistik.

Teori Ideasional (*The Ideational Theory*). Menurut Alston, teori ideasional ini adalah suatu jenis teori makna yang mengenali atau mengidentifikasi makna ungkapan dengan gagasan –gagasan yang berhubungan dengan ungkapan tersebut. Teori ini melatarbelakangi pola berpikir orang mengenai bahasa suatu makna atau alat (instrumen) bagi komunikasi pikiran atau gagasan, atau sebagai suatu gambaran fisik dan eksternal dari suatu keadaan internal. Bahasa hanya dipandang sebagai alat atau instrumen dan gambaran lahiriah dari pikiran atau gagasan manusia.

Teori Tingkah Laku (*Behavioral Theory*). Menurut Alston, teori tingkah laku ini merupakan salah satu jenis teori makna mengenai makna suatu kata atau ungkapan bahasa dengan rangsangan-rangsangan (stimuli) yang menimbulkan ucapan tersebut. Makna, menurut

teori ini merupakan rangsangan untuk menimbulkan perilaku tertentu sebagai respons kepada rangsangan itu tadi.

Terdapat beberapa kesamaan prinsip diantara teori tingkah laku ini dengan teori ideasional. Pertama, teori tingkah laku ini juga memusatkan perhatiannya pada sesuatu yang terlihat dalam penggunaan bahasa di dalam komunikasi. Kedua, teori tingkah laku ini juga mengandaikan adanya situasi dan tanggapan tertentu umum sifatnya dan selalu sama manakala kata atau ungkapan bahasa itu dikatakan mempunyai makna yang sama. Perbedaannya, teori tingkah laku ini lebih memfokuskan perhatiannya pada aspek-aspek yang dapat diamati di depan umum dan situasi komunikasi (Alex, 259-261 : 2013).

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian akan diuraikan sebagai berikut :

1. Penentuan Objek Penelitian

Sebelum dilakukan penelitian, maka terlebih dahulu harus ditentukan objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menentukan postingan-postingan akun islamiposter sebagai objek penelitian.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Content Analisis* atau “analisis isi”. Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, metode ini digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan baik oleh media cetak, radio, televisi, dan sebagainya. (Rakhmat, 1999 : 89)

Adapun alasan menggunakan metode penelitian *content analisis* ini, karena dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitiannya adalah postingan-postingan yang berisikan konten dakwah islam pada akun instagram islamiposter, karena metode tersebut memiliki

tujuan yang diduga akan menjawab sebagai pertanyaan yang telah dirumuskan dalam permasalahan penelitian ini, diharapkan dengan metode tersebut dapat terurai materi dakwah yang selama ini telah disampaikan dalam postingan-postingan akun instagram islamiposter serta sesuai dengan penelitian Clause bahwa analisis isi merupakan tehnik riset untuk mendeskripsikan tujuan, sistematis dan deskriptif kuantitatif yang menunjukkan isi komunikasi atau analisis isi dapat juga menggunakan data-data yang bersifat kualitatif untuk mengungkap pesan yang terdapat dalam sebuah dokumentasi.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diambil. Sumber data ini dapat berupa benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data (Arikunto,1998:116), dan dalam penelitian ini sumber datanya terbagi menjadi kepada :

- a. Sumber data primer, yaitu postingan-postingan berupa foto, gambar atau tulisan yang terdapat dalam akun instagram islamiposter periode 1-30 Juni 2016 yang terabagi ke dalam tiga kategori yaitu Aqidah, Ibadah, dan Akhlak. Selain itu juga orang yang terlibat langsung dalam pembuatan foto atau gambar yang berisi konten islami tersebut.
- b. Sumber data sekunder, yaitu buku, internet, dan arsip untuk proses penelitian dan dengan mengumpulkan data-data melalui kegiatan wawancara berupa tanya jawab dengan pihak yang berkaitan dengan tujuan memperoleh berbagai informasi mengenai instagram sebagai media dakwah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu: observasi, dan wawancara.

- a. Observasi

Dalam penelitian ini peneliti mengadakan penganalisisan langsung terhadap isi atau makna yang terdapat dalam postingan islamiposter.

b. Wawancara

Narasumber (objek wawancara) pada penelitian ini yaitu Mar'ie Ahmad, beliau merupakan admin atau pengelola akun instagram islamiposter dan beliau juga merupakan anggota atau pengurus Muslim Designer Community.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Meleong, 2004: 4). Pendekatan kualitatif diarahkan langsung pada subjek penelitian (kelompok, individu, teks, atau artefak) dan melihat variable-variabel penelitian sebagai dari keseluruhan gejala yang diamati.

Dalam penelitian ini dilakukan pendeskripsian terhadap postingan-postingan tulisan, gambar atau poster dalam akun instagram islamiposter, yang selanjutnya dari pendeskripsian tersebut dapat diketahui pokok-pokok materi yang dapat dikategorikan ke dalam pesan dakwah islam.

Data yang terhimpun akan dianalisis secara kualitatif melalui tahapan sebagai berikut :

- a. Pengolahan secara editing, yaitu memeriksa data secara cermat dari segi kelengkapannya, kejelasannya dan dari segi makna relevansinya dengan orang lain.
- b. Pengorganisasian data, yaitu pengaturan dan penyusunan data yang berhasil dihimpun dengan bahasan yang direncanakan.
- c. Melakukan analisis terhadap pengorganisasian data sehingga akan memperoleh kesimpulan yang valid.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG