

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Akhlak berarti tingkah laku dari kata khuluk dalam bahasa arab sebagai prangkai atau tabiat. Secara terminologi, akhlak terdorong dari dasar keinginan seseorang dalam bertingkah laku. Adapun, yang dikemukakan oleh Imam Al Ghazali, Akhlak yaitu perbuatan baik tertanam didiri orang itu sendiri yang dipicu tanpa pemikiran terlebih dahulu Diutusnya Nabi Muhamad SAW ke muka bumi untuk memperbaiki akhlaq di muka bumi, khususnya waktu itu bangsa Quraisy yang sangat melenceng perilakunya sebagai manusia, seperti zina dan mengubur anak perempuan, mabuk-mabukan, menyembah berhala, dan lainnya.

Oleh karena itu, perihal akhlak ini tidak sepatutnya untuk disepelekan, sampai ada yang berkata masalah moral dan masalah akhlak biar kita urus sendiri. Sebab sejatinya perihal akhlak ini tidak bisa dibiarkan begitu saja, supaya naluri kita sebagai manusia tidak melenceng seperti binatang, ingatkan terus bahwa kita sebagai manusia adalah makhluk yang diberi akal dan mengenal adab, jadi sebaiknya kita senantiasa mendakwahkan soal ahklaq agar senantiasa kita ingat tentang perangai yang baik itu, khususnya generasi muda zaman sekarang, jangan sampai mereka tidak mengenal soal akhlak.

Allah SWT sangat menyukai akhlak yang baik, “Sesungguhnya Allah Maha Pemurah menyukai kedermawanan dan akhlak yang mulia serta

membenci akhlak yang rendah (hina).” Hadits riwayat Bukhari, Muslim). Allah SWT sering menceritakan dalam Al-Qur’an tentang sosok atau sepeinggal kisah seseorang yang memiliki akhlak yang mulia, seperti kisah Lukman yang menasehati anaknya, dalam surat Luqman ayat 18: “Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri.

Melihat kondisi sekarang soal akhlak memang menjadi seperti disepelekan, pelan-pelan seperti dikesampingkan. Hal paling sederhana yang sering terjadi di sekitar kita seperti berlomba-lomba joged di depan kamera sambil memperlihatkan aurat ke mana-mana, anak muda yang memamerkan kemesraan pacaran kepada publik - berciuman, berpelukan, bahkan menvideokan aktivitas sex mereka. Parahnya lagi kita hari ini sering mendapat berita seorang anak yang membunuh orang tuanya, orang tua yang membuang bayinya, dan yang terbaru kemarin terjadi di Bandung anak yang menggugat ayahnya ke pengadilan hanya karena persoalan harta tidak terima rumah ayahnya yang mau disewa olehnya justru ternyata akan dijual.

Masalah-masalah itu merupakan potret masalah akhlak yang mulai terkikis dan dilupakan, maka tentu sepatutnya dakwah soal akhlak di zaman sekarang harus lebih digalakan lagi, terus diupayakan akan hal-hal yang terjadi tadi disebutkan tidak terjadi lagi. Mendakwahkan akhlak bisa kita lakukan dengan berbagai metode. Berdakwah merupakan proses dasar komunikasi menyampaikan nilai-nilai keislaman melalui berbagai media baik

secara lisan, tulisan maupun perbuatan. Efektivitas dakwah melalui media harus dimanfaatkan sebaik mungkin, oleh karenanya strategi dakwahpun harus menyesuaikan dengan perkembangan media itu sendiri.

Dakwah dalam etimologis berasal dari bahasa arab yaitu da',a yang berarti seruan; yad'u berupa panggilan dan da'watan yang berarti undangan atau do'a (Tajiri, 2015:15). "Pesan dakwah tersampaikan dalam kondisi tertentu berdasarkan waktu dan tempat dengan berbagai metode yang berisi media dalam menyampaikan pesan islam kepada khalayak dakwah"Artinya bahwa dakwah itu merupakan seruan atau panggilan kepada manusia secara umum dan umat islam khususnya dengan metode dan sarana yang sesuai dengan kondisi mad'u. Dalam prakteknya, Instrumen dakwah tidak hanya terfokus tentang kebaikan saja, akan tetapi lebih luas daripada itu, dakwah menyampaikan pesan lebih baik dengan komunikasi dalam silaturahmi dua arah.

Di masa ini dakwah mengalami kemajuan yang begitu cepat, banya perubahan muncul mulai dari jumlah pengikut, metode dan media yang digunakan oleh para pendakwah. Hal ini dipengaruhi oleh kehadiran internet yang merupakan produk dari perkembangan zaman modern. Karenanya kini dakwah bisa dilakukan dengan praktis dan efisien. Salah satu komoditas perkembangan zaman yang muncul ditengah-tengah masyarakat ialah media sosial. Facebook, twitter, line, path, Instagram dan lain sebagainya merupakan instrumen media sosial yang diciptakan untuk memudahkan orang berkomunikasi.

Berdakwah dengan media sosial terutama Instagram menjadi tempat yang paling efektif. Mengutip dari surveinya (WeAreSocial.net dan Hootsuite) disebutkan bahwa instagram memiliki pengguna terbanyak ke tujuh didunia dalam kategori platform media sosial. Dikarenakan bukan hanya sebagai tempat berbagi foto, penggunaan pemasaran produk bisnis juga termasuk fitur dari Instagram itu sendiri. Di Indonesia pengguna Instagram mencapai 800 juta dan berperingkat ke 3 didunia dalam kurun waktu Januari 2018.

Pengertian Instagram sendiri yang sering disebut IG yaitu aplikasi android yang didalamnya berisikan berbagi foto yang sangat mungkin pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial media, termasuk milik Instagram sendiri. Dari sekian banyak akun dakwah di Instagram, salah satu akun yang menarik untuk diteliti ialah akun @abun_nada. Akun yang memiliki jumlah pengikut ratusan ribu followers ini ternyata milik seseorang yang telah lama bekerja di dunia pendidikan anak dan telah menjadi pakar dalam urusan parenting anak, tetapi tidak banyak yang dikenali. Dikarenakan setelah pembuatan buku-buku hijrahnya beliau tidak menetapkan nama anak pertamanya, melainkan menggunakan kun-yah (Abu atau Ummu yang tergolong nama gelar)

Abun_nada bergabung di Instagram sejak tahun 2016 dengan jumlah pengikut mencapai 296 ribu Followers hingga saat ini. Setiap gambar, foto maupun video yang di unggah Di Feed nya selalu mendapat respon positif. Para pengikut juga dapat melakukan Tag akun milik atau menggunakan fitur Share to Post agar postingan milik akun @abun_nada dapat dilihat oleh

berbagai macam lapisan masyarakat dalam kurun waktu yang cepat keseluruh belahan dunia tanpa harus bertatap muka. Akun ini juga mengaktifkan kolom komentar agar pengikut dapat meninggalkan jejak komentar pada kolom Comment yang memungkinkan admin akun @abun_nada untuk memberi respon dengan membalas komentar sehingga terjadi interaksi antara komunikator dengan komunikan.

Akun @abun_nada berisi ilustrasi atau gambar dengan caption yang mengandung makna dakwah. Adapun alasan peneliti memilih untuk meneliti akun Instagram @abun_nada sebagai media dakwah diantaranya. Pertama, Instagram merupakan media dakwah yang tepat untuk mensyiarkan ajaran islam melalui konten dakwah berupa foto maupun video yang dilengkapi dengan caption atau teks yang mempertegas isi dari unggahan. Selain itu karena seperempat pengguna media sosial di Indonesia merupakan pengguna Instagram maka sangat memungkinkan untuk diakses oleh berbagai kalangan baik itu dari segi usia maupun jenis kelamin.

Kedua, postingan yang di unggah akun Instagram @abun_nada ini berbeda dengan akun milik content creator dan selebgram pada umumnya, yang dimana pada setiap gambar yang dipostingnya berisi ilustrasi islami yang unik dan mengangkat tema-tema kehidupan yang sederhana namun cukup menampar karena sesuai dengan realita kehidupan yang ada.

Dengan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, yaitu bagaimana pengemasan pesan dakwah pada seriap postingan akun @abun_nada di tambah dengan keunikan subjek penelitian, dimana hal tersebut dipengaruhi

konsep dan tema gambar yang mempunyai ciri khas tersendiri membuat peneliti tertarik untuk mengambilnya dalam pembahasan penelitian yang berjudul **Pesan Dakwah Ahlak Dalam Instagram (Analisis Isi akun Instagram @abun_nada Periode Januari - Februari 2021).**

B. Fokus Penelitian

Rumusan masalah di dapatkan berdasarkan latarbelakang yang diuraikan diatas maka dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengemasan pesan pesan dakwah akhlak dalam akun instagram @abun_nada periode Januari - Februari 2021.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengemasan pesan dakwah akhlak dalam akun periode Januari 2021

D. Manfaat Penelitian

Hasil dan penelitian ini diharapkan berguna baik secara teoritik maupun praktik, sebagai berikut:

- 1) Secara akademis

Harapan dari semua penelitian yang dilakukan dapat menjadi sumbangsih keilmuan dilingkungan civitas akademia UIN Bandung Sunan

Gunung Jati. Khususnya penyiaran Islam dalam bidang komunikasi, yang dapat memperkaya wawasan mereka tentang pengetahuan ilmiah dari pengembangan informasi dalam keilmuan dakwah, terkhusus lagi yang bersangkutan dengan unsur unsur kajian materi dakwah dalam memperkaya ilmu dakwah, juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang berupaya menganalisis pesan dakwah di Instagram.

2) Secara praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran cara menyampaikan pesan dakwah dengan memanfaatkan fitur media sosial Instagram sebagai media baru untuk berdakwah bagi da'i selaku komunikator. Memberi inspirasi para pengguna Instagram agar memperkaya aktivitas di dunia maya dan menyebarkan nilai-nilai islam.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Landasan Teoritis

Teori Semiotika Charles Sanders Peirce, menurut beliau sendiri dilakukan penalaran dari sebuah tanda yang dipelajari berdasarkan bagaimana orang tersebut (logika) bernalar itulah teori yang dipakai dalam penelitian ini. Peirce menulis teori semiotika ini pada tahun 1860-an. Istilah semiosis ini diadopsi dan didefinisikan sebagai tindakan atau pengaruh yang melibatkan kerja sama tiga subjek yaitu : Sign (tanda), Objek dan interpretan (penafsiran). Bersifat menyeluruh dan struktural dari semua sistem penandaan, oleh sebab itu teori peirce sering disebut sebagai "*Grand Theory*"

dalam kajian ilmu semiotik. Yang dilakukan oleh Pierce adalah identifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Charles S Pierce mendefinisikan tanda atau *representamen* sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Pierce dinamakan dengan *interpretant* dari tanda yang pertama yang pada gilirannya akan memacu pada objek tertentu. Tanda yang disebut oleh Pierce sebagai *Representamen* memiliki relasi “triadik” langsung dengan interpretant dan objeknya. (Indiawan, 2013 :167)

E.2 Landasan Konseptual

Dakwah, tabligh dan pesan dakwah. Secara bahasa dakwah berarti mengajak, menyeru, mengundang dan memanggil. Sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan pengertian dakwah yang lebih spesifik yakni dakwah islam yang berarti upaya untuk merubah situasi, mendorong, menyeru dan menghimpun manusia kepada ajaran islam dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar, dengan maksud agar manusia bahagia di dunia dan akhirat (Ardi, 2013: 4). Dalam prosesnya dakwah tidak hanya dikategorikan sebagai fenomena keagamaan yang hanya menerapkan ajaran akidah dan syari'ah namun juga merupakan fenomena sosial yang mengajarkan tentang muamalah agar terciptanya kebajikan dan mencegah kemungkar.

Dakwah juga dapat berupa kegiatan mengkomunikasikan ajaran Allah sesuai dalil tentunya, dari Al-Qur'an dan juga hadits sunnah nabi, sebagai

sumber pemerataan agama Islam dengan ajaran dakwah. Tabligh menurut kamus besar bahasa arab berarti menyampaikan yang berdasar kata yubalighu, tabligan, ballagha. Tabligh juga dalam ajaran Islam berproses tentang penyampaian berita kepada umat manusia yang berisi ajaran-ajaran Islam, yang dari penyampaian berita tersebut lah, pihak menyampaikan berita terlepas dari kewajibannya dan pendengar harus menjadi terikat dengan penyampaiannya (Sukayat, 2009:88). Lebih spesifik, yang identik adalah kitabah dari tablig itu sendiri. Tabligh dalam kitabah memperlakukan media yang harus mengandung pesan dakwah; risalah berupa majalah; artikel yang ada di buku ataupun di internet, dan dijadikan sebuah foto cerpen ataupun poster yang terlukis pesan-pesan Islam berupa kaligrafi.

Kategorisasi pesan dakwah dalam buku Ilmu Dakwah terbagi kedalam tiga kategori yaitu: Pesan akhlak, pesan syariah dan pesan akidah. (Samsul Munir Amin 2013: 90). Dalam konteks ini dakwah termasuk model komunikasi verbal dan sejenisnya yang mampu mempengaruhi seseorang yang dituju, model itu adalah model yang paling dasar dalam ilmu komunikasi.

Dalam penelitian ini masalah yang diangkat yaitu mengenai bagaimana pengemasan pesan dan gaya bahasa pesan dakwah ahlak dalam postingan akun instagram @abun_nada. Dan dalam menyelesaikan masalah yang diangkat tersebut, penulis menggunakan analisis semiotik dikarenakan penulis meneliti mengenai tanda yang ada dalam postingan akun @abun_nada periode januari 2021 dengan menggunakan teori dari Charles

Sanders Pierce yang terkenal dengan semiotiknya. Pendekatan tersebut sangat mengupas secara menyeluruh sehingga hasil penelitian akan jadi lebih valid.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang penulis ambil pada penelitian ini adalah :

1) Menentukan Permasalahan

Dalam penelitian ini penulis mengambil permasalahan pengemasan pesan dakwah akhlak dan gaya bahasa yang digunakan dalam postingan akun instagram @abun_nada periode Januari - Februari 2021.

2) Melakukan Studi Literatur

Penulis mencoba mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Selain itu penulis juga menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Adapun hasil sumber-sumber tulisan tersebut penulis rangkum dalam sebuah tabel dibawah ini.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Subjek penelitian	Pendekatan dan analisis	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ulfa Fauzia Zahra /2016	“Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah”	@islami poster	Analisis Isi	Hasil dari penelitian milik Ulfa ini adalah terdapat pesan dengan kategori akidah sejumlah 4 postingan ,pesan dengan kategori ibadah 8 postingan,dan pesan dengan kategori akhlak 8 postingan.	Metode yang dipakai yakni analisis Isi	Subjek Penelitian
2	Nuraisah Ismail/2018	“Pesan Dakwah tentang Nikah di Sosial media Instagram’	@Nikahbaroka h	Analisis Semiotika	Pesan dakwah tentang nikah yang diposting pengelola akun @nikahbarokah selama bulan Oktober sampai Desember 2016 terdapat 8 quote. Pesan dakwah diklasifikasikan berdasarkan tahap pernikahan yaitu taaruf, nikah dan pasca nikah dalam aspek fisiologis (sakinah), psikologis (mawadah), dan sosiologis (rahmah). Secara denotatif	Variabel yang digunakan yakni pesan dakwah di instagram	Subjek dan Analisis

No	Nama peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Subjek penelitian	Pendekatan dan analisis	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
					postingan yang terdapat pada gambar mengandung unsur gambar, tulisan kata-kata dan secara konotatif yang berkaitan dengan makna yang terdapat pada denotasi, dan secara makna mitos yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.		
3	Siti Ulya Faza Adilah/2019	“Komik sebagai Media Dakwah.”	@Blackm Etalisticomah	Analisis Deskriptif, semiotika Charles SPierche.	Materi dakwah telah digambar oleh komikus, memiliki pola yang berlandaskan Al-Quran dan hadis.	Objek penelitian yaitu tentang komik/ ilustrasi dakwah akun instag ram, teori yang digunakan teori charles Sanders Pierce	Subjek Penelitian

3) Penetapan Lokasi

Karena pada penelitian ini penulis meneliti mengenai media sosial instagram maka untuk subjek penelitian penulis memilih akun instagram @abun_nada sebagai subjek penelitian.

4) Melakukan Studi Pendahuluan

Penulis akan mengamati aktivitas akun isntagram @abun_nada, observasi akan aktivitas penggunaan akun media sosial @abun_nada dalam Instagram sebagai berikut :

a. Banyaknya folowers akun

Mengamati berapa jumlah followers akun @abun_nada

b. Jumlah Following

Mengamati berapa jumlah following, akun @abun_nada

c. Jumlah Foto yang diunggah.

Mengamati berapa jumlah postingan berupa foto yang diunggah akun @abun_nada.

d. Jumlah Video

Mengamati berapa jumlah video yang di unggah

e. Komentar

Mengamati komentar-komentar di setiap postingan @abun_nada

f. Like

Jumlah like yang diamati setiap unggahan postingannya.

5) Menetapkan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis meliputi :

(1) Postingan akun@abun_nada periode Januari-Februari 2021

(2) Mengumpulkan data berupa link, gambar, dan caption

6) Teknik Analisis Data

- a) Menyatukan atau menghimpun data-data yang sebelumnya sudah didapatkan oleh peneliti dan kemudian disusun sedemikian rupa.
- b) Mengelompokkan data tersebut kedalam bagian data primer dan data sekunder
- c) Mengkaji data yang sudah diperoleh dan terkumpul sesuai dengan permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian tersebut.
- d) Menganalisis dan kemudian menjabarkan kembali secara rinci dan objektif sesuai dengan teori analisis isi.
- e) Menarik kesimpulan atas semua data yang telah diperoleh.

