

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah yaitu segala kegiatan dalam menyampaikan ajaran Islam oleh seorang *da'I* kepada orang lain dengan bertujuan agar terbentuknya masyarakat maupun individu yang taat dan dapat mengamalkan ajaran Islam yang telah disampaikan. Kata dakwah sendiri mempunyai arti suatu proses menyeru, mengajak dan membimbing untuk dapat mengikuti petunjuk dari Allah SWT dan Rasul-Nya. agar tercapainya kehidupan dunia dan akhirat maka dakwah diupayakan menggunakan cara yang bijaksana (Saerozi, 2013, hal. 11).

Pada pelaksanaan dakwah haruslah menggunakan dua komunikasi, yaitu komunikasi antara Allah dengan hamba-Nya maupun sebaliknya, begitupun dengan komunikasi antara hamba-hamba itu sendiri (Suhandang, 2013, hal. 13).

Seiring berjalannya waktu dakwah mengalami berbagai perkembangan yang cukup pesat, dari mulai metode, penyampaian pesan, dan media penyampaian yang digunakan oleh para penggiat dakwah itu sendiri. Di era *cyberspace* yang sangat erat dengan tantangan etik dan sosial sekarang ini, sekurang-kurangnya ada tiga agenda yang menjadi permasalahan penting berhubungan dengan ikhtiar dalam mengoptimalkan peran dakwah. *Pertama*, berhubungan dengan bagaimana bentuk inovasi dakwah yang hingga saat ini dilakukan para pendakwah, secara individu ataupun kelompok. *Kedua*, mengenai isi pesan yang disampaikan ketika

kesempatan dakwah itu dapat disampaikan. *Ketiga*, mengenai pentingnya perumusan ulang sebuah cara baru dalam memperkenalkan ajaran agama Islam secara persuasif dan komprehensif di tengah kemajuan media teknologi komunikasi dan informasi saat ini. Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan-tantangan kedepannya secara pragmatis maupun akademis, pengembangan dakwah juga termasuk ke dalam pengembangan model dan pendekatan yang relevan dengan tuntutan pada zaman sekarang ini, adalah sebuah solusi yang tidak dapat ditunda terus-menerus. Sebuah program pengembangan dakwah diminta agar dapat menawarkan sebuah alternatif, yaitu salah satunya dapat menyuguhkan pesan Islam dengan format sajian yang lebih relevan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini (Muhtadi, 2012, hal. 59).

Data penggunaan internet dan media sosial di Indonesia sebagaimana telah dirilis hootsuite (2020) bahwa pengguna internet dengan jumlah 175,4 juta orang dan dimana sebanyak 160 juta orang adalah pengguna aktif media sosial. Dakwah turut ambil bagian dalam keadaan sekarang ini, salah satunya yaitu dengan pola dakwah bil Qalam. Pola dakwah bil Qalam atau pola dakwah melalui sebuah tulisan ini dapat disalurkan pada media cetak maupun media sosial seperti Instagram, facebook, twitter, dan lain-lain. Model dari penyampaian dakwah *bil qalam* ini dibuat menarik dengan desain visual oleh beberapa pendakwah di media sosial.

Akun Instagram Hhohon merupakan salah satu akun yang menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan pola dakwah *bil Qalam* pada postingan-postingan yang diunggahnya di Instagram. Postingan tersebut berisi inspirasi untuk seseorang saat berhijrah, imbauan kebaikan dan motivasi Islami yang sesuai dengan para remaja saat ini. Akun Hhohon ini mulai dirilis tahun 2012 dan sekarang telah memiliki 67,8 ribu pengikut. Hal ini dipandang sangatlah sesuai jika kalangan remaja yang menjadi sasarannya dalam menyampaikan dakwah. Bahasanya mudah dimengerti juga dikemas dalam kemasan materi yang unik berbentuk sebuah gambar serta tambahan caption yang menarik dan desain visual yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para penerima pesan (*mad'u*) tersebut.

Postingan dakwah yang disampaikan oleh Hani Widiani selaku pemilik akun Hhohon ini adalah postingan-postingan berupa gambar berbentuk komik, *cartoon* dan beberapa postingan berupa vidgram. Akun Hhohon menerapkan beberapa bentuk komik strip dalam postingannya, dimana komik strip merupakan salah satu jenis komik yang cukup ringkas juga bisa menjadi pilihan alternatif yang cukup pas jika dipadukan dengan instagram. Karena dengan adanya perpaduan antara gambar dan tulisan maka dapat membuat para pembaca semakin tertarik dengan pesan yang terdapat dalam postingan tersebut. Hal itu dapat dibuktikan dari *like* postingan yang sudah mencapai 7.000 *like* dan 6.000 *view* dalam salah satu postingan vidgramnya.

Selain menyampaikan dakwah melalui media sosial Instagram, dimana bahasannya adalah mengenai jilbab, teman hijrah, pernikahan, akhlak, keluarga dan lainnya. Hani Widiani juga menyampaikan dakwahnya melalui media cetak. Beberapa buku yang telah diterbitkan Hani juga berisi penyampaian dakwah dan dikemas dalam bentuk semi komik, ada juga yang berupa komik. Kemudian selain itu Hani juga pernah beberapa kali diundang untuk mengisi sebuah acara sebagai tokoh inspirasi muda.

Dari latar belakang tersebut ada sesuatu yang unik untuk diteliti mengenai pesan tentang dakwah pada postingan-postingan dari akun Hhohon dalam prosesnya melaksanakan syiar Islam melalui media Instagram tersebut. Maka, berdasarkan hal tersebut penulis mencoba untuk mengangkat pesan dakwah yang terdapat dalam akun Instagram Hhohon melalui penelitian dengan judul “PESAN DAKWAH DI INSTAGRAM (Studi Analisis Isi Terhadap Akun Instagram @Hhohon)”

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana imbauan pesan dakwah yang tercantum dalam akun Instagram @Hhohon?
2. Bagaimana kategorisasi substansi pesan yang tercantum pada akun Instagram @Hhohon?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk memahami imbauan pesan dakwah pada akun Instagram @Hhohon

2. Untuk mengetahui kategorisasi substansi pesan yang terdapat pada akun Instagram @Hhonhon

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

Pada suatu penelitian tentunya diharapkan terdapat manfaat maupun kegunaan dari penelitian tersebut secara praktis ataupun teoritis.

1. Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat memberikan sebuah motivasi terhadap pengkajiannya dalam penelitian yang lebih dalam. Dan dapat mengembangkan wawasan terhadap teori pesan dakwah utamanya teori dakwah pada media Instagram.

2. Praktis

Diharapkan penelitian di atas dapat memberikan sedikitnya pemikiran khususnya bagi mahasiswa di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dalam melakukan penelitiannya. Juga dapat mengembangkan syiar Islam di era sekarang ini.

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

1. Landasan Teoritis

- 1.1 Teori Analisis Wacana

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis isi dengan teori analisis wacana. Analisis wacana adalah unit linguistik yang melibatkan pengirim pesan dan penerima pesan dalam proses komunikasi terhadap penggunaan bahasa yang disampaikan secara lisan maupun tulisan. Teori ini digunakan

karena objek yang diteliti merupakan sebuah teks dengan ilustrasi yang kemudian akan diambil inti pesan dari teks yang terdapat pada setiap postingannya untuk mendapatkan kesimpulan dan maksud dari unggahan yang terdapat pada akun instagram @Hhonhon tersebut.

### 1.2 Teori Kategorisasi Substansi Pesan

Dikemukakan oleh Endang Saifuddin Anshari bahwa para ulama banyak mengajukan pengkategorisasian mengenai pemetaan substansi pesan dakwah dalam Islam (Aziz, 2009, hal. 332).

Sebagai penguat daripada penelitian ini maka peneliti menggunakan teori yang dikemukakan Endang Saifuddin mengenai pembagian dari kategorisasi substansi pesan dakwah. Endang Saifuddin mengkategorikan materi dakwah secara umum menjadi tiga bagian, yaitu: Akidah, Syariah dan Akhlak. (Aziz, 2009, hal. 284)

### 1.3 Teori Imbauan Pesan

Imbauan pesan merupakan sebuah ajakan guna untuk mempengaruhi masyarakat agar timbul dorongan ataupun perubahan terhadap perilaku masyarakat tersebut dimana perannya adalah sebagai objek dakwah. Secara psikologis imbauan pesan adalah salah satu usaha menyeru agar masyarakat dapat menerima dan menerapkan gagasan yang telah kita sampaikan sebagai pengirim pesan. (Rakhmat, 2018, hal. 369) mengkategorikan pesan

kedalam lima kategori, yaitu: imbauan motivasional, emosional, rasional, rasa takut dan ganjaran.

## 2. Kerangka Konseptual

### 2.1 Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan suatu hal yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'unya* dalam suatu aktivitas dakwah untuk mencapai satu tujuan yang telah ditentukan (Sukayat, 2015, hal. 26).

Isi pesan dakwah merupakan ajaran sebagai halnya tercantum dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits. Agama Islam memiliki sifat menyeluruh hingga mengatur semua aspek kehidupan yang memiliki sifat abadi hingga akhir zaman juga memuat ajaran tauhid, ibadah dan akhlak.

### 2.2 Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat penghubung antara *da'i* dan *mad'u*. Dimana media dakwah memiliki beberapa jenis media diantaranya, yaitu media lisan dan media tulisan (Kusnawan, 2016, hal. 15).

Ketika agama Islam lahir, sebenarnya kalangan bangsa arab telah memiliki beberapa media komunikasi yang biasa digunakan. Akan tetapi ada yang masih digunakan sampai sekarang ada juga yang sudah tidak digunakan. Media yang masih dipelihara dan digunakan sampai sekarang diantaranya adalah kasidah syiar,

khutbah, *an-nadwat* (pertemuan-pertemuan) dan *al-aswaq* (pasar-pasar) (Suhandang, 2013, hal. 39).

Komunikasi pesan memiliki beberapa istilah lain seperti *content*, *information* dan *message*. Pada dasarnya segala pesan bisa dijadikan sebagai pusat dari dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya. Pada sumber tersebut terdapat pesan dakwah yang sangat lengkap dan global untuk pelaksanaan kegiatan dakwah sendiri. Tertuang juga nilai-nilai ajaran agama Islam pada sumber tersebut. Dakwah yang disampaikan harus bisa menarik dan tidak mudah membuat pendengarnya bosan, begitu juga harus dapat memikat objek dakwah untuk terus menerima dan mengamalkan ajaran Islam tersebut (Amin, 2013, hal. 88).

### 2.3 Media Sosial instagram

Saat ini media sosial telah menjadi bagian terpenting dalam melakukan kegiatan komunikasi, bahkan orang yang tinggal di pedalaman pun sudah dapat mengaksesnya untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan siapapun dan kapanpun.

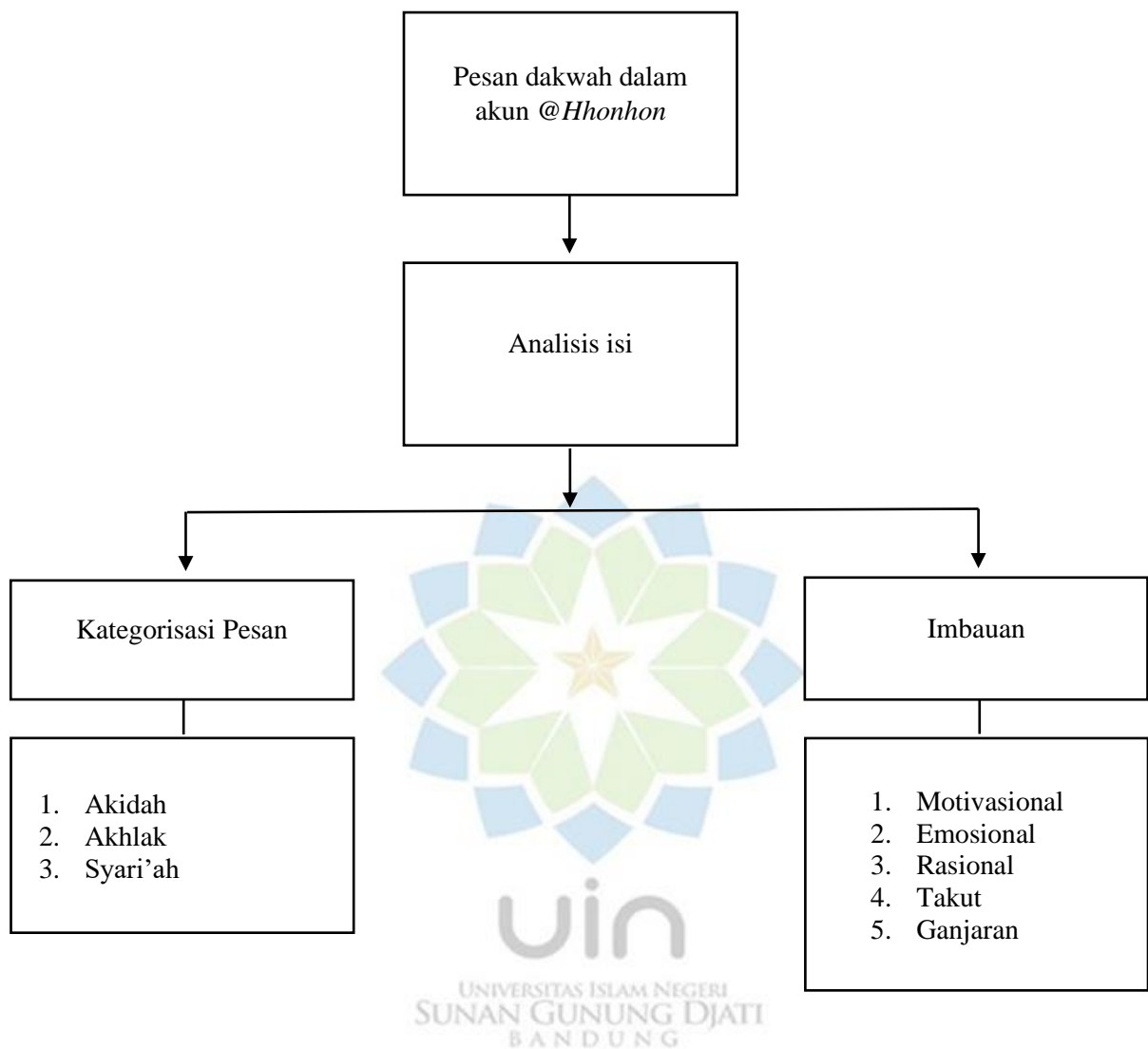
Umat muslim pada saat ini dapat dengan mudah menyebarkan dakwahnya melalui media sosial internet. Salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah ini adalah media Instagram sebagai aplikasi berbasis *Windows Phone*, *Android* dan *IOS*. Dakwah yang dilakukan melalui media Instagram ini yaitu menyampaikan pesan yang tertuang di dalam



sebuah gambar, desain grafis, animasi, foto maupun video yang di *upload* dan ditambahkan beberapa keterangan pada kolom *caption*.

Dengan demikian penelitian ini mengambil perhatian pada bahasan bagaimana imbauan dan kategorisasi isi pesan yang terdapat pada postingan dalam akun instagram Hhohon. Untuk mempermudah penelitian ini, kerangka pemikiran diatas digambarkan dengan skema sebagai berikut:





Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

### 3. Hasil Penelitian Yang Relevan

Untuk memperjelas keaslian dan objektivitas penelitian penulis mencantumkan beberapa manifestasi penelitian yang serupa dan relevan terhadap penelitian ini.

**Tabel 1.1 Hasil Penelitian Yang Relevan**

No.	Nama/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penulisan	Persamaan	Perbedaan
1.	Firdayanti Nopiana /2017/Analisis Pesan Dakwah Dalam Komik 90++ Nasihat Nabi Untuk Perempuan Karya Angga Priatna.	analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Menggunakan metode analisis isi.	Hanya untuk menganalisis pesan dakwah pada kategorinya saja. Menggunakan media cetak yaitu komik.
2.	Retno Fauziah Umami/2021/ PESAN DAKWAH MUHASABAH DALAM INSTAGRAM (Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @jendelamuslim.id)	analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Menggunakan metode analisis isi.	Objek akun yang akan diteliti dan pesan dakwah yang lebih spesifik yaitu penelitian tentang pesan dakwah muhasabah.

3.	Yana Yasir Amarulloh/2019/PE SAN DAKWAH DALAM BUKU PACARAN ISLAM, WHAT? (Studi Analisis Isi terhadap Buku Pacaran Islami, What? Karya Yusuf Gunawan)	analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Menggunakan metode analisis isi.	Objek akun yang akan diteliti dan pesan dakwah yang lebih spesifik yaitu penelitian tentang hubungan antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim.
----	--	--	--	--

## F. Langkah-langkah Penelitian

Peneliti menyusun langkah-langkah penelitian untuk dapat meneliti isi pesan yang terdapat pada postingan dalam akun Hhohon di Instagram, yaitu sebagai berikut:

### 1. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini yaitu postingan pada media sosial yang terdapat dalam akun Instagram Hhohon. Dipilihnya beberapa postingan dari akun Instagram Hhohon sebagai objek penelitian karena dalam postingan-postingannya terdapat pesan dakwah yang tersirat dan keberadaan akun ini dinilai lebih efektif untuk menyebarkan syiar

dakwah pada perkembangan media saat ini. Dengan fokus penelitian terhadap postingan tersebut adalah imbauan dan pengkategorian pesan yang disampaikan oleh akun Hhohon sebagai pengirim pesan.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi metode deskriptif guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Untuk mengetahui karakteristik tiap pesan maka metode yang dapat digunakan dan sesuai dengan hal tersebut yaitu metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Karena metode ini dapat digunakan untuk memperoleh isi pesan komunikasi yang disampaikan baik oleh media cetak maupun media elektronik (Jalaluddin, 2003).

## 3. Jenis dan Sumber Data

### 3.1 Jenis data

Postingan-postingan yang diunggah oleh akun Hhohon yang menjadi penelaahan yaitu berkenaan dengan imbauan dan ketegorisasi pesan, Jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif, karena penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan teknik analisis isi sehingga peneliti dalam prosesnya memusatkan pada penulisan kualitatif. Agar penulisan sesuai dengan keadaan di lapangan maka landasan teori digunakan sebagai penuntun penelitian. Landasan teori bermanfaat juga dalam memberikan

gambaran kasar terhadap penelitian sebagai materi pembahasan hasil akhir dari penelitian.

### 3.2 Sumber data

Postingan pada akun Hhonthon dan pemiliknya merupakan sumber data utama yang berkenaan dengan bahan yang akan dianalisis oleh peneliti, begitupun dengan sumber data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data ini terbagi ke dalam dua bagian yaitu bagian data primer dan sekunder.

#### 3.2.1 Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah data berupa tulisan motivasi yang berkaitan dengan pesan dakwah pada postingan yang diunggah oleh akun Hhonthon di Instagram mulai dari bulan Juli 2021 sampai Juli 2022. Dengan jumlah postingan sebanyak 80 postingan, dimana 46 postingan jika dihitung dengan postingan jenis *slide* dan 27 postingan jika dihitung tanpa jenis postingan *slide* adalah postingan yang berkaitan dengan kajian dakwah.

#### 3.2.2 Data sekunder

Yang menjadi sumber data sekunder pada penelitian ini adalah informasi yang berkaitan dan memang menunjang terhadap masalah penelitian. Dari mulai artikel dan buku-buku yang diterbitkan penulis.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### 4.1 Observasi

Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap pesan yang terkandung dalam postingan yang diunggah oleh akun Hhohon di Instagram. Observasi terhadap postingan pada akun Instagram @Hhohon dari bulan Juli 2021 hingga Juli 2022.

##### 4.2 Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik akun Hhohon (Hani Widiani) guna mendapatkan informasi yakni melalui *Direct Message* (DM) di media sosial Instagram dan melalui *Chat* di media sosial Whatsapp.

##### 4.3 Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan terhadap postingan-postingan akun Hhohon adalah proses pengumpulan data sebagai dukungan terhadap analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Data yang diperoleh baik berupa arsip ataupun media, data dokumentasi tersebut diperoleh dari instagram, website, youtube dan buku.

#### 5. Teknik Analisis Data

Berkaitan dengan masalah yang terdapat dalam penelitian ini terhadap pesan yang terkandung dalam postingan Hhohon, maka langkah penelitian yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

### 5.1 Pengumpulan data

Data dari hasil studi dokumentasi dan wawancara mengenai postingan-postingan yang diunggah oleh akun instagram Hhohonhon dalam melakukan dakwahnya melalui media sosial.

### 5.2 Reduksi data

Setelah memperoleh data maka selanjutnya dilakukan pembagian terhadap data primer dan sekunder. Postingan pada akun Hhohonhon yang berkenaan dengan pesan dakwah merupakan data yang bersifat primer. Sedangkan data atau informasi yang didapat dari sumber lain merupakan data yang bersifat sekunder.

### 5.3 Membuat *Coding Sheet*

Membuat lembar koding penelitian untuk menganalisis kategorisasi dan imbauan pesan dakwah yang telah ditentukan dan di isi oleh dua responden, yaitu *coder 1* dan *coder 2*, kemudian untuk mengetahui tingkat validitas kesesuaiannya yaitu dengan menggunakan formula

$$\text{holisti : } CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

### 5.4 Display data

Uraian singkat dan suguhan data yang berdasarkan dari hasil *coding* dan reduksi data.

### 5.5 Penarikan kesimpulan

Setelah data disuguhkan maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau inti dari penelitian yang dilakukan.