

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan media sosial menjadi salah satu bukti kemajuan dalam suatu proses komunikasi massa. Seperti diketahui, arti dari komunikasi massa itu sendiri merupakan komunikasi yang berlangsung melalui media massa. Dapat dikatakan, media massa merupakan bagian atau cakupan dari definisi komunikasi massa tersebut.¹ Media massa memiliki jenis dan bentuk yang beragam, dapat berupa majalah, surat kabar, televisi, radio, dan film. Bahkan, pada media massa yang modern, segala macam kecanggihan teknologi yang memudahkan dalam akses informasi menggunakan internet yang merupakan bagian dari teknologi modern juga merupakan bagian dari media massa. Karena itu, berbagai platform sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, dapat dikategorikan sebagai suatu media dalam penyampaian komunikasi massa.

Kaitannya dengan media massa, Instagram merupakan media sosial yang diperkenalkan kepada publik pada 6 Oktober 2010, sebagai penyempurnaan dari facebook. Sama seperti kemunculan media sosial pada umumnya, instagram merubah konsep penyebaran pesan komunikasi massa secara konvensional yang cenderung lebih lama, dapat menjadi lebih cepat, mudah, juga jangkauannya yang jauh lebih luas.² Jika media lama seperti majalah, surat kabar, televisi, dan radio membutuhkan komunikator yang harus dikelola oleh suatu lembaga pers, maka hal ini tidak berlaku pada media sosial seperti instagram. Proses penyebaran pesan di media sosial bisa dikendalikan oleh siapa saja, setiap pengguna juga dapat menjadi komunikator sekaligus komunikan. Maka dari itu, media sosial kini dianggap lebih efektif sebagai media penyampaian pesan menuju khalayak.

¹ Latif Syaipudin, "Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)," *Kalijaga: Jurnal of Communication* 2, no. 1 (2020): 26, diakses pada 28 Oktober 2022, <https://core.ac.uk/download/pdf/328152364.pdf>.

² Ulfa Khairina, "Strategi Komunikasi Islam Felix Siau Di Instagram," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 3, no. 2 (2020): 15, diakses pada 28 Oktober 2022, <http://dx.doi.org/10.22373/jp.v3i2.8279>.

Efektivitas Instagram sebagai media komunikasi massa ini perlu dimanfaatkan sebaik mungkin, misalnya dengan menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam. Pada umumnya, dakwah dimaknai dengan kegiatan ceramah yang dilakukan “bil Lisan”, seperti berkhotbah di atas mimbar misalnya. Namun, kemajuan teknologi membuat proses dakwah mengalami perkembangan. Hingga masyarakat pun tak semata menjadikan pemuka agama sebagai satu-satunya sumber pengetahuan dalam keagamaan, namun juga menggunakan internet sebagai media yang praktis dan mudah untuk mencari tahu perihal persoalan keagamaan. Pergeseran kebiasaan masyarakat ini tentunya juga diikuti oleh para ulama, da’i, hingga organisasi dakwah di Indonesia, yang mulai memanfaatkan instagram sebagai media dakwah.

Para aktivis agama, baik seorang individu maupun kelompok orang yang paham akan agama ini memanfaatkan Instagram sebagai media dalam mendakwahkan pesan agama Islam yang dipahaminya. Campbell mengungkapkan, internet dideskripsikan pula sebagai suatu alat yang mempunyai kemampuan untuk mempublikasikan pemberian agama dan praktik keagamaan. Kaintanya dengan hal tersebut, agama merujuk pada suatu sistem terstruktur terkait suatu kepercayaan spiritual.³ Karenanya, pesan agama yang disebarkan melalui internet, diharapkan dapat mudah diterima oleh pengguna internet, dalam hal ini instagram, sebagai media dalam mendapatkan pesan moral atau *moral value* sesuai dengan keyakinan yang dianutnya.

Ditinjau dari konsep komunikasi sendiri, dakwah ialah kegiatan mengkomunikasikan ajaran Allah SWT yang termuat dalam Al-Qur’an dan Sunnah, sehingga manusia mampu menjadikannya sebagai pedoman dalam hidupnya. Dengan kata lain, dakwah juga dikatakan dengan proses mengkomunikasikan ajaran-ajaran Islam, dengan menyeru serta mengajak manusia untuk memeluk agama Islam, memberikan pemahaman terkait *amar ma’ruf nahi munkar*, dengan tujuan agar manusia dapat menjalani hidup sesuai perintah Allah SWT, agar dapat tercapai kesejahteraan di dunia dan akhirat. Pada pelaksanaannya, proses dakwah hendaknya dijalankan dengan sufat-sifat komunikasi

³ Agus Triyono and Nifsya Khaira Marhuda, “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid,” *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2020): 53, diakses pada 28 Oktober 2022, 10.30596/interaksi.v4i1.3944 .

melalui cara yang senantiasa berhubungan dengan Allah dan manusia. Dalam artian, ketika melakukan dakwah Islamiyah, seseorang melakukan dua jenis komunikasi, yakni komunikasi antara Allah dengan umat-Nya maupun sebaliknya, dan komunikasi antar umat manusia itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, dilihat dari kedudukan, fungsi, maupun derajatnya, komunikasi antara Allah dengan umat-Nya begitu pula sebaiknya digolongkan sebagai komunikasi vertikal. Sedangkan komunikasi antar sesama makhluk-Nya digolongkan sebagai jenis komunikasi horizontal. Adapun dakwah melalui media sosia merupakan salah satu contoh proses komunikasi massa.

Efektivitas Instagram sebagai media dakwah tak terlepas dari perannya sebagai media komunikasi massa yang bersifat persuasif. Informasi yang dikomunikasikan dalam media sosial, seperti instagram, mampu merubah serta memengaruhi keyakinan, sikap, dan tindakan seseorang selaras dengan hal yang menjadi tujuan komunikasi. Efektivitas komunikasi yang persuasif pada proses dakwah merujuk pada suatu pembahasan, yakni seberapa jauh pesan-pesan serta aktivitas dakwah tersebut mampu meyakinkan serta memengaruhi sasaran dakwah.⁴

Salah satu bukti pergeseran dakwah *offline* menuju *online* adalah lahirnya akun instagram penyebar konten dakwah, salah satunya akun @islamichistories. Akun yang memiliki 154 ribu followers dengan 980 postingan ini memulai kegiatan dakwah Islam pada Maret 2019. Hasil pengamatan di Instagram @islamichistories pada tanggal 28 Oktober 2020 pukul 11.49. Sesuai dengan *username* yang digunakan, akun @islamichistories fokus pada pesan dakwah berupa sejarah Islam. Dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di instagram, akun ini menyebarkan sejarah Islam melalui postingan, *story*, hingga *reels* instagram. Tak hanya membahas sejarah, akun @islamichistories juga rutin mereview buku, kajian, maupun film. Baru-baru ini, admin akun tersebut juga membuka WhatsApp Group bagi para pengikut akun @islamichistories untuk saling *sharing* dan diskusi seputar sejarah Islam.

⁴ Ulya Dinillah and Aka Kurnia SF, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam Dan @harakahislamiyah)," *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science* 1, no. 1 (2019): 56, diakses pada 28 Oktober 2022, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>.

Urgensi penting akan pengetahuan sejarah Islam bagi Umat Islam menjadi landasan tersendiri dalam mendakwahkan pesan-pesan tentang sejarah Islam. Mempelajari sejarah Islam pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui berbagai permasalahan hidup umat manusia berkaitan dengan hukum-hukum Islam. Dengan mengetahui sejarah Islam, kita dapat mengetahui berbagai masalah kehidupan umat Islam dari masa ke masa, sehingga dapat dijadikan pembelajaran bahkan solusi bagi berbagai macam permasalahan yang kita hadapi di masa sekarang. Allah SWT juga memerintahkan umatnya untuk mempelajari kisah-kisah umat terdahulu, untuk mencontoh hal-hal yang baik kemudian menghindari hal-hal yang buruk dari kejadian di masa lalu tersebut. Bahkan Allah SWT memerintahkan umatnya untuk mendatangi tempat-tempat dimana peristiwa bersejarah itu terjadi, agar bisa menyaksikan begitu beratnya sesuatu peristiwa mencelakakan yang menimpa orang-orang yang tidak mau menganut rasul. Hal ini merupakan kalam Allah dalam QS. Ar-Rum ayat 42, yang berbunyi:⁵

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ

Yang berarti : “Katakanlah (Muhammad), “Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).”

Proses dakwah tentang sejarah Islam melalui akun Instagram @islamichistories, dapat dikategorikan sebagai dakwah yang menggunakan metode *mauidzah khasanah*. *Mauidzah khasanah* sendiri merupakan metode dakwah dengan memberi nasihat dan peringatan pada orang lain dengan penggunaan bahasa yang baik sehingga dapat menggerakkan hati *mad'u* agar berkenan terhadap nasihat itu.⁶ Adapun karakter nasihat yang termasuk

⁵ Mukdar Boli, “Pentingnya Sejarah Nabi Muhammad SAW Dan Sumbernya Untuk Memahami Islam,” *el-Idarah; Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 2 (2020): 54, diakses pada 1 November 2022, <https://journal.parahikma.ac.id/el-idarah/article/view/188>.

⁶ Nihayatul Husna, “Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur ’ an,” *Selasar KPI* 1, no. 1 (2021): 101, diakses pada 1 November 2022, <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/index>.

mauidzah hasanah dibagi menjadi dua, yaitu penggunaan ucapan yang tertuju pada aka serta ucapan yang tertuju pada hati atau perasaan. Bentuk *mauidzah khasanah* ini dapat disampaikan melalui kisah yang diceritakan dalam Al-Qur'an, segala peristiwa sejarah yang memiliki nilai rohani, moral, hingga sosial. Penyampaian cerita-cerita terdahulu seperti kisah para Nabi, Rasul, dan para sahabat dapat digunakan sebagai petunjuk bagi mereka yang hendak kembali ke jalan Allah. Karena dakwah dengan berkisah ini memiliki tujuan khusus, yaitu sebagai jalan dalam memberikan motivasi terhadap para *mad'u*, secara psikologis.

Selain itu, proses dakwah berkisah ini juga relevan dengan metode dakwah bil-Hikmah. Dakwah bil-Hikmah sendiri didefinisikan sebagai suatu cara penyampaian nilai-nilai Islam dengan cara ajakan yang bijak, penuh kesabaran, sesuai dengan apa yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Bijaksana pada konteks dakwah maksudnya ialah dapat menempatkan diri sesuai dengan *mad'u*, tanpa mendiskriminasi mereka. Dakwah dengan cara hikmah ini senantiasa mempertimbangkan aspek-aspek seperti suasana, situasi, dan kondisi sarannya. Kondisi *mad'u* disini ditinjau dari umur, tingkat pendidikan, mata pencaharian, kondisi psikologis, *culture* atau kebiasaan masyarakat, dan lain sebagainya. Sayid Qutb mengemukakan tiga hal yang harus diperhatikan dalam dakwah bil-Hikmah, yaitu :

1. Keadaan dan kondisi *mad'u*
2. Takaran materi atau pesan yang didakwahkan, dimana hendaknya selaras dengan tingkatan pengetahuan *mad'u*
3. Cara menyampaikan pesan dakwah yang hendaknya diartncang semaksimal mungkin untuk memperoleh perhatian *mad'u*⁷.

Adapun dalil tentang kedua metode dakwah tersebut terdapat dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125 yang berisi:

أَدْعُ إِلَىٰ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَأَمْرٍ عَصِيَّةٍ الْحُسْنَىٰ وَجَادِ لَهُمْ بِلَتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

⁷ Nur Alhidayatillah, "Urgensi Dakwah Bil Hikmah Pada Generasi Millennial," *Idarotuna* 1, no. 2 (2019): 40, diakses pada 1 November 2022, <http://dx.doi.org/10.24014/idarotuna.v1i2.7024>.

Yang artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”

Ayat diatas menyebutkan tentang tiga metode dalam berdakwah, yakni dakwah bil-Hikmah, *mauidzah hasanah*, serta *mujadalah*. Dakwah bil-Hikmah sendiri telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW ketika menyebarkan agama Islam dengan cara menjadikan dirinya teladan yang baik untuk bersikap dan berperilaku, dengan menerapkan sikap sopan dan santun pada siapa saja. Hingga beliau pun mendapatkan predikat “*uswatun hasanah*”, yang diartikan sebagai suri tauladan yang baik. Kaitannya dengan penyampaian dakwah pada akun Instagram @islamichistories, menyampaikan sejarah Islam tentang bagaimana sikap dan perilaku Rasulullah SAW semasa hidupnya dapat menjadi pelajaran sehingga umat Islam mampu meneladani sikap-sikap Rasulullah SAW.

Kaitannya dengan hal tersebut, demi keberhasilan dakwah Islam melalui media sosial instagram tentunya terdapat strategi komunikasi tertentu. Strategi komunikasi sendiri adalah suatu perancangan atau pengaturan yang diciptakan dengan maksud supaya komunikasi berjalan efektif demi mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam mengkomunikasikan dakwah perihal sejarah islam ini, pengelola akun @islamichistories terlebih dahulu menerapkan strategi-strategi komunikasi massa, seperti mengenali khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan seleksi terhadap media yang dipergunakan.

Strategi komunikasi massa yang diterapkan ini umumnya akan membawa dampak tertentu bagi mad’u, yang dikategorikan menjadi dampak kognitif, afektif, dan konatif. Dampak kognitif berupa adanya kesadaran, belajar, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Dampak afektif berhubungan erat dengan perasaan, emosi, serta *attitude* (sikap). Sedangkan dampak konatif ialah menyangkut perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.⁸ Adapun pada penelitian ini, dikaji

⁸ Iqbal Hiwari, “Peran Strategi Komunikasi Massa Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Di Radio El-Dity 95,2 FM Jambi)” (UIN Sultan Traha Saifudin Jambi, 2022), 19, diakses pada 28 Oktober 2022,

lebih dalam perihal dampak afektif, yang menyangkut sikap (*attitude*) sasaran dakwah terhadap pesan yang disampaikan melalui instagram. Sikap atau *attitude* seseorang terhadap penyampaian pesan di instagram ini mencakup 3 hal, yakni *effect*, *judgement*, *apreciation*.

Hal ini tentunya berkaitan dengan konsep komunikasi persuasi yang dimiliki oleh komunikasi massa. Terlebih, jika ditinjau berdasarkan sudut pandang komunikasi, dakwah memang dapat dikategorikan sebagai komunikasi persuasi, karena dakwah sendiri ialah kegiatan mengajak orang lain menuju jalan kebaikan. Karena itu, dalam proses dakwah, seorang komunikator dakwah (*da'i*) harus mempunyai kemampuan komunikasi persuasif agar komunikasi massa berjalan efektif. Maksud dari penerapan komunikasi persuasif dalam proses dakwah ini mengarah pada sisi kejiwaan *mad'u* dalam rangka menumbuhkan kesadaran *mad'u* agar bersedia menerima dan menjalankan ajaran agama Islam.

Peluang dakwah melalui media sosial, khususnya Instagram yang begitu besar, melatarbelakangi peneliti dalam mengambil topik penelitian ini. Dengan penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Massa Pada Akun Instagram @islamichistories dalam Menyampaikan Sejarah Islam” ini, penulis mencoba menganalisis dalam bentuk deskripsi terhadap poin khusus yakni bagaimana komunikasi massa pada akun instagram @islamichistories dalam menyampaikan sejarah islam, serta poin-poin lainnya seperti bentuk penyampaian konten dakwah sejarah Islam oleh akun Instagram @islamichistories, dan respon followers terhadap postingan akun @islamichistories tentang sejarah Islam.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menentukan permasalahan yang dihadapi berhubungan dengan objek yang menjadi penelitian. Bersamaan dengan hal tersebut, penelitian ini fokus pada bagaimana strategi komunikasi massa dalam akun instagram @islamichistories dalam menyampaikan pesan dakwah, berupa sejarah Islam. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis bagaimana bentuk konten dakwah sejarah Islam oleh akun Instagram @islamichistories, serta bagaimana respon followers

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>.

terhadap postingan di akun Instagram @islamichistories tentang sejarah Islam. Dengan ini, peneliti juga memanfaatkan warganet yang mengikuti akun tersebut sebagai objek dalam penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi massa pada akun Instagram @islamichistories dalam menyampaikan sejarah Islam?
2. Bagaimana bentuk penyampaian dakwah sejarah Islam oleh akun Instagram @islamichistories?
3. Bagaimana respon *followers* terhadap penyampaian sejarah islam di akun @islamichistories?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi massa pada akun Instagram @islamichistories dalam menyampaikan sejarah Islam.
2. Untuk mengetahui bentuk penyampaian dakwah sejarah Islam oleh akun Instagram @islamichistories.
3. Untuk mengetahui respon *followers* terhadap penyampaian sejarah islam di akun @islamichistories.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu mendatangkan manfaat yang positif, baik manfaat secara teoritis ataupun manfaat praktis. Adapun penjelasannya ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan dan pemahaman terkait komunikasi massa di media sosial sebagai sarana dalam penyampaian dakwah Islam. Selain itu, besar harapan peneliti agar penelitian ini mampu menjadi rujukan atau referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sebagai bagian dari penyempurnaan terhadap penelitian ini. Dari temuan penelitian ini, peneliti berharap pula akan adanya penambahan pengetahuan serta wawasan baru terkait peranan komunikasi massa di media sosial instagram dalam

menyampaikan pesan dakwah berupa sejarah Islam, khususnya kepada kaum millennial.

2. Manfaat Praktis

Hasil temuan penelitian ini, memiliki beberapa manfaat praktis diantaranya ialah sebagai berikut:

- a. Mampu menjadi inspirasi bagi seluruh kalangan, khususnya millennial agar dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Yakni dengan cara menggunakan media sosial Instagram untuk mengakses dan menyebarkan konten dakwah sejarah Islam.
- b. Mampu memberikan informasi bagi pembaca akan adanya akun Instagram yang mendakwahkan sejarah Islam, serta bagaimana strategi komunikasi massa yang dilakukan dalam menyebarkan dakwah tentang sejarah Islam.
- c. Mampu menjadi bahan evaluasi bagi pembaca, untuk mengevaluasi diri terkait bijak menggunakan media sosia, khususnya Instagram, sebagai media dakwah Islam.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini, termuat rangkaian bab yang berbeda-beda, dengan tujuan untuk memudahkan dalam proses pembuatan skripsi mengenai gambaran keseluruhan tentang penelitian tersebut. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang digunakan:

Tahap awal, yang berisikan halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, lembar pernyataan, motto, lembar persembahan, kata pengantar, abstrak, serta daftar isi

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisikan materi-materi pendahuluan diantaranya ialah latar belakang, fokus dalam penelitian, poin-poin yang menjadi rumusan masalah, beberapa tujuan dalam penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

Bab II Kajian Pustaka. Bab ini berisikan kajian pustaka yang mencakup beberapa isi seperti kerangka teori yakni teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian, penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir dalam penelitian.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisikan metode atau teknik yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian,

meliputi jenis dan pendekatan penelitian, setting latar dan waktu penelitian, subyek penelitian, sumber data yang didapat, teknik pengumpulan data penelitian, penguji keabsahan data, serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data.

Bab IV Hasil Penelitian. Bab ini berisikan paparan hasil dan temuan data penelitian serta pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, meliputi strategi komunikasi massa oleh akun Instagram @islamichistories dalam menyampaikan sejarah Islam, bentuk penyampaian dakwah sejarah Islam oleh akun Instagram @islamichistories, serta respon followers terhadap postingan sejarah Islam pada akun @islamichistories.

Bab V Penutup. Bab ini adalah bagian penutupan dalam skripsi yang isinya mencakup simpulan serta saran yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan.

Selanjutnya tahap akhir, yang isinya mencakup daftar pustaka, lampiran-lampiran, serta daftar riwayat hidup peneliti.

