

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Teori

#### 1. Pengertian Pesan Dakwah

##### a. Dakwah

Sebelum melangkah mengenai pengertian pesan da'wah, kita harus lebih paham dahulu bagaimana konsep dakwah itu sendiri seperti apa. Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da'wah*” (الدعوة). *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi. Dalam Al-Qur'an, kata *da'wah* dan berbagai bentuk katanya ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Sulthon, 299 kali versi Muhammad Fu'ad, Abd al-Baqi', atau 212 kali menurut Asep Muhiddin. Ini berarti, Al-Qur'an mengembangkan makna dari kata *da'wah* untuk berbagai penggunaan.<sup>1</sup>

Dalam perspektif Al Qur'an dan Hadits tertera bahwa Dakwah sendiri memiliki banyak dimensi maksud dimensi seperti dakwah sebagai tugas para rasul yang utama, media dakwah, kewajiban dakwah, metode dakwah, dan dakwah menjadi ibadah untuk menanam kebaikan. Dibawah ini adalah dalil naqli dari Al Qur'an yang berhubungan dengan hal tersebut.

Q.S Yasin Ayat 17 :

وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلْغُ الْمُبِينُ

Artinya : “Dan kewajiban kami hanyalah menyampaikan (perintah Allah) dengan jelas.”

Q.S Asy-Syura Ayat 48 :

فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا ۗ إِنَّ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلْغُ ۗ وَإِنَّا إِذَا أَذَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنَّا رَحْمَةً فَرِحَ بِهَا ۗ وَإِنْ نُصِيبُهُمْ سَيْئَةً ۗ إِذَا قَدَّمْتْ أَيْدِيهِمْ فَإِنَّ الْإِنْسَانَ كَفُورٌ

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 5.

Artinya : “jika mereka berpaling, maka (ingatlah) Kami tidak mengutus engkau sebagai pengawas bagi mereka. Kewajibanmu tidak lain hanyalah menyampaikan (risalah). Dan sungguh, apabila Kami merasakan kepada manusia suatu rahmat dari Kami, dia menyambutnya dengan gembira; tetapi jika mereka ditimpa kesusahan disebabkan perbuatan tangan mereka sendiri (niscaya mereka ingkar), sungguh, manusia itu sangat ingkar (kepada nikmat).”

Q.S Al-Ahzab Ayat 21 :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۗ

Artinya : “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”

Secara istilah beberapa ahli berpendapat mengenai definisi dakwah, yang pastinya setiap ahli memiliki pandangan yang berbeda-beda pula mengenai definisi dari dakwah. Menurut Syekhul Islam Ibnu Taimiyah dakwah adalah mengajak seseorang agar beriman kepada Allah dan apa yang dibawa oleh para rasul dengan membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan. Sedangkan Syekh Muhammad Ash-Shawwaf mengatakan bahwa dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah *Al- Khaliq* kepada makhluk yakni *dien* dan jalan- Nya yang lurus yang sengaja dipilih-Nya dan dijadikan sebagai jalan satu-satunya untuk selamat kembali kepada-Nya.<sup>2</sup>

Sedangkan Syekh Muhammad al- Ghazali mengatakan bahwa dakwah adalah Program sempurna yang menghimpun semua pengetahuan yang dibutuhkan oleh manusia di semua bidang, agar ia dapat memahami tujuan hidupnya serta menyelidiki petunjuk jalan yang mengarahkannya menjadi orang-orang yang mendapatkan petunjuk.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Muhammad Nuh Sayid, *Dakwah Fardiyah* (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011).

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 10.

Disisi lain Abdul Munir Mul Khan mendefinisikan bahwa dakwah dibagi menjadi beberapa bagian yang saling berkesinambungan membangun dakwah itu sendiri, ia berpendapat bahwa dakwah adalah sebuah kegiatan sosial yang dibagi menjadi empat penjabaran antara lain : *Pertama*, dakwah mendorong manusia agar melakukan hal baik dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan serta meninggalkan keburukan untuk meraih kebahagiaan yang hakiki, baik kehidupan dunia maupun kehidupan akhirat. *Kedua*, menyerukan kepada seluruh umat manusia untuk kembali dan hidup di jalan Allah yang benar, yang dalam pengaplikasiannya di dunia nyata dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. *Ketiga*, mengubah umat manusia menjadi pribadi yang lebih baik dalam setiap situasi dan lini dan fase kehidupan individu, keluarga, maupun kehidupan bermasyarakat dengan lingkungan sekitarnya. *Keempat*, menyampaikan panggilan Allah dan Rasul kepada apa yang membawa umat manusia menuju martabat, fungsi, dan tujuan hidupnya yang sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasulnya.<sup>4</sup>

Selain itu salah satu ahli tafsir kharismatik Indonesia Dr. M. Quraish Shihab menyebutkan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan, beliau juga menjelaskan bahwa dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman tentang tingkah lak dan pandangan hidup saja melainkan lebih luas lagi, apalagi dimasa kini, dimana dakwah harus lebih berperan penuh dalam pelaksanaan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan manusia itu sendiri.<sup>5</sup>

Dari beberapa pengertian dan definisi yang disebutkan dan di jelaskan diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa dakwah memiliki dua pengertian yang mendasar yakni : (*pertama*) bermakna sempit atau (*lughawy*) yang bermaksud bahwa dakwah hanyalah sebatas seruan untuk mengajak kepada suatu kebajikan (*khair*) yang dalam praktek nyatanya masih dalam kategori hal yang umum, yakni dalam bentuk pidato, ceramah, dan bisa juga berbentuk al-kitabah

---

<sup>4</sup> Aris Saefullah, "Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah," *Jurnal ISLAMICA* 7 (September 2021): 143.

<sup>5</sup> Zulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015). hal.7.

atau tulisan, dan yang (*kedua*) yakni bermakna luas atau (istilah), yakni merupakan dakwah yang tidak hanya sebatas sebagai anjuran atau ajakan menuju kebajikan saja, melainkan dakwah yang di implementasikan secara perbuatan nyata (*da'wah bi al-hal*) yang dalam bentuknya bisa berupa pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik, serta lainnya.<sup>6</sup>

#### b. Pesan Dakwah

Pesan (*message*) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain atau khalayak.<sup>7</sup> Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator dan keseluruhan isi stimulus yang dikeluarkan oleh komunikator pada komunikasi, pesan dapat di sampaikan secara langsung atau tidak langsung, melalui tatap muka atau melalui media (saluran) komunikasi. Isi pesan atau materi pesan dapat bersifat informatif, persuasif, atau koersif. Isi pesan yang bersifat informatif, meliputi berita, amanat, laporan, keterangan tentang suatu peristiwa atau kejadian. Isi pesan yang bersifat instruksi meliputi sekumpulan instruksi kerja atau prosedur kerja, adapun isi pesan yang bersifat koersif meliputi sekumpulan pesan yang mendorong seseorang atau sekumpulan orang, untuk melakukan sesuatu (sekumpulan) perbuatan tertentu yang diharapkan komunikator.<sup>8</sup>

Penyampaian atau penerimaan suatu pesan dapat melalui komunikasi satu arah atau dua arah, bisa berbentuk ucapan(katakata), tulisan, bunyi, sinyal atau ekspresi. Contoh komunikasi satu arah adalah ketika mendengarkan pidato presiden direktur perusahaan. Sedangkan di diskusi panel, komunikasi jelas berlangsung dua arah. Anda berbicara dan mendengarkan satu kata saja dapat mengubah alur percakapan. Argumentasi yang tepat dan diperkuat oleh ekspresi bahasa tubuh yang sesuai dapat meyakinkan komunikasi atau penerima pesan.<sup>9</sup>

Selain berbentuk lisan atau tulisan, pesan juga bisa berbentuk lambang-lambang, gambar, warna, atau isyarat-

---

<sup>6</sup> Zulkarnain, "Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal RISALAH* 26 (September 2015): 155.

<sup>7</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Grasindo, 2004), hal.28.

<sup>8</sup> Herri Zan Pieter, *Komunikasi Bagi Perawat* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 28.

<sup>9</sup> Desmon Ginting, *Komunikasi Cerdas* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), hal. 1-2.

isyarat lainnya dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal. Sebuah pesan bisa digolongkan menjadi dua yakni : bersifat konotatif (makna kiasan atau bukan sebenarnya) dan denotatif (makna sebenarnya), semisal contoh kata “bisa” secara konotatif berarti racun sedangkan secara denotatif berarti dapat. Ada ungkapan populer yang berbunyi “*words may lie, but action will always tell the truth*”, yang berarti kata-kata bisa berbohong, tetapi bahasa tubuh akan selalu menunjukkan kebenaran, itulah mengapa dalam proses komunikasi perlu didukung oleh bahasa nonverbal, karena bisa jadi seseorang seolah-olah berkata jujur, tetapi bahasa nonverbalnya menunjukkan sebaliknya.<sup>10</sup>

Di dalam menyampaikan sebuah pesan kita harus memperhatikan aspek-aspek yang lain agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dan dicerna dengan baik oleh komunikan, ada beberapa syarat yang harus diperhatikan jika ingin sebuah pesan komunikasi itu bisa berhasil dan efektif<sup>11</sup>:

- a) Mengatur isi pesan, dengan demikian akan menumbuhkan rasa perhatian, keinginan dimana komunikasi akan berjalan dengan baik, bila tahap pertama sudah menimbulkan kesan.
- b) Isi pesan harus menggunakan wadah dan volume yang sesuai dengan luas lingkup pandangan komunikator dan pandangan komunikan.
- c) Isi pesan harus menumbuhkan keinginan pribadi dan dapat menyampaikan saransaran bagaimana memenuhi keinginan.
- d) Isi pesan harus membuka jalan untuk dapat mengatasi keinginan tersebut yang sesuai dengan situasi.
- e) Isi pesan yang disampaikan dengan cara mencemarkan atau menjelekkan pihak lain, akan sulit diterima oleh komunikan, walaupun diterima akan menimbulkan keraguan.

Dari beberapa penjelasan diatas mengenai pesan dapat disimpulkan bahwa pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam

---

<sup>10</sup> Nuruddin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 46-47.

<sup>11</sup> Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), hal. 11 - 12.

bentuk bahasa verbal yang berbentuk (lisan maupun tulisan) maupun bahasa nonverbal (berupa gerak gerik, isyarat tangan, ekspresi wajah, sentuhan, serta warna pakaian) yang yang saling melengkapi untuk memahamkan komunikasi atau penerima pesan terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator itu sendiri.

Jika di dalam ilmu komunikasi pesan atau *message* adalah suatu informasi yang dikemas sedemikian rupa oleh komunikator guna memberikan pemahaman yang mudah diterima oleh komunikan, di dalam dunia dakwah sendiri juga terdapat istilah pesan, yakni pesan dakwah.

Menurut M Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah pesan dakwah adalah *message* yakni simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudhu" al da"wah* (الدعوة موضوع). Istilah yang lebih tepat daripada "materi dakwah". menurut beliau, dalam bahasa arab yaitu (الدعوة مادة) *maaddah al-da'wah* dapat menimbulkan kesalahpahaman karena terdengar seperti logistik dakwah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya, yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku dakwah" jika dakwah dilakukan melalui tulisan, maka pesan dakwah terdapat dalam tulisan tersebut. Jika dakwah dilakukan secara lisan, maka pesan dakwah terdapat dalam kata – kata yang diucapkan oleh pembicara. jika dakwah dilakukan melalui tindakan, maka pesan dakwah terdapat dalam perbuatan baik yang dilakukan.<sup>12</sup>

Selain *maudhu" al da"wah* (الدعوة موضوع) atau (الدعوة مادة) *maaddah al-da"wah* di dalam Dakwah juga terdapat *manhaj al da'wah* (منهج الدعوة) atau metode dakwah. *Manhaj Al da'wah* tersusun dari dua kosa kata yakni Manhaj dan Dakwah adapun Manhaj sendiri berarti metode atau cara sedangkan Dakwah artinya seruan, atau panggilan. Dari dua kosa kata tersebut dapat disimpulkan bahwa Manhaj

---

<sup>12</sup> M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 272.

Dakwah merupakan metode, cara, atau konsep dalam menyampaikan suatu hal mengenai Islam (ajaran).<sup>13</sup>

Setelah mempertimbangkan definisi pesan dan dakwah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang (baik itu seorang da'i maupun orang biasa) kepada orang yang mendengarkan atau menerima pesan tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan kata-kata maupun perilaku, untuk mengajak dan mempengaruhi mereka agar mengikuti ajaran Allah dan Rasul-Nya yang benar. Pesan dakwah harus selalu sesuai dengan Al-Quran dan Hadits, dan jika suatu pesan dakwah tidak sesuai dengan dua sumber tersebut, maka pesan tersebut tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Tujuannya adalah untuk meminimalkan kemungkinan penyalahgunaan pesan dakwah dan pembenaran oleh penyampai pesan dakwah. Selain itu, pesan dakwah dapat disebut sebagai materi dakwah, yang dapat berisi berbagai jenis pesan dakwah tergantung pada media yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikannya kepada mad'u-nya.

Pesan dakwah memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan pesan biasa yang sering disampaikan oleh manusia karena berkaitan dengan dakwah. Menurut M Ali Aziz, beberapa karakteristik pesan dakwah adalah sebagai berikut:<sup>14</sup> :

a) Orisinal dari Allah swt

Orisinal yang dimaksud dalam hal ini ialah bahwa Pesan dakwah bersumber dari Allah SWT melalui al-Qur'an yang diturunkan kepada nabi Muhammad saw melalui malaikat Jibril sebagai pedoman bagi umat manusia..

b) Universal

Karakter pesan dakwah yang universal ini ialah Karakter pesan dakwah ini mencakup semua aspek kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia yang beradab, serta mencakup aspek kecil hingga besar dalam kehidupan manusia..

---

<sup>13</sup> F I I Zhilaalil dan Q U R An, "Fii Zhilaalil Qur ' an," t.t., 21–29.

<sup>14</sup> M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 91 - 92.

## c) Mudah

Ajaran Islam mudah diikuti dan ditoleransi, serta memberikan keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya. Dalam keadaan terpaksa, perbuatan yang terlarang dapat diampuni asalkan proporsional dan tidak merugikan orang lain.

## d) Seimbang

Keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah di antara dua kecenderungan yang saling bertolak belakang yang pasti terjadi dalam kehidupan manusia. Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat untuk membantu mereka yang membutuhkan dan mencegah ketidakadilan.

Selain itu tak jauh berbeda, Abd al- Karim Zaidan juga berpendapat mengenai beberapa karakter pesan dakwah :

- a) Berasal dari Allah SWT (*annah minindillah*)
- b) Mencakup semua bidang kehidupan (*alsyumuh*)
- c) Umum untuk semua manusia (*al-umum*)
- d) Ada balasan untuk setiap tindakan (*aljazafil al-islam*)
- e) Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyah wa al-waqi'iyah*).

Adapun pesan-pesan dakwah yang bersumber dari al-Qur'an dan hadis bisa dikategorikan menjadi pesan aqidah, pesan akhlak dan syari'ah, berikut penjelasan mengenai tiga macam pesan tersebut :

## 1) Aqidah

Aqidah berasal dari bahasa Arab al-aqdu (العقد) yang berarti ikatan, attautsiiqu (التوثيق) yang berarti keyakinan yang kuat, al-ihkaamu (الاحكام) yang berarti mengokohkan, dan ar-rabthu biquwwah (بقوة الربط) yang berarti mengikat dengan kuat.<sup>15</sup> Sedangkan Secara istilah, aqidah diartikan sebagai kepercayaan atau keyakinan yang kuat dan teguh tanpa keraguan bagi yang meyakini. Meskipun dalam al-Qur'an tidak ada ayat yang secara langsung menyebutkan kata "aqidah", namun terdapat beberapa istilah yang memiliki akar kata yang sama, seperti aqada dan aqadat yang digunakan untuk menyebut

---

<sup>15</sup> Yazid bin Abdul Qodir Jawaz, *Syarah Aqidah Ahlussunnah wal Jama'ah* (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2006), hal. 23.

sumpah setia, seperti yang disebutkan dalam QS An-Nisaa ayat 33.<sup>16</sup>

وَلِكُلِّ جَعَلْنَا مَوَالِي مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبُونَ ۚ وَالَّذِينَ عَقَدْتَ  
 إِيمَانُكُمْ فَأَتَوْهُمْ نَصِيحَتُهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدًا

Artinya : “bagi tiap-tiap harta peninggalan dari harta yang ditinggalkan ibu bapak dan karib kerabat, kami jadikan pewaris-pewarisnya. Dan jika ada orang yang kamu telah bersumpah setia dengan mereka, maka kepada mereka bahagiannya. Sesungguhnya Allah menyaksikan segala sesuatu.”

Jika dilihat dari perspektif keilmuan, aqidah mencakup beberapa topik penting seperti Tauhid, Iman, Islam, masalah-masalah ghaib, kenabian, takdir, berita-berita mengenai masa lalu dan masa depan, dasar-dasar hukum yang pasti, serta semua aspek dasar keagamaan dan keyakinan.

Selain itu, aqidah juga memiliki cakupan tertentu yang mencakup pesan-pesan dakwah untuk para mad'u, yang termasuk dalam rukun iman<sup>17</sup> :

- a. Iman Kepada Allah SWT.
- b. Iman kepada Malaikat
- c. Iman kepada kitab-kitab Allah
- d. Iman kepada Nabi dan Rasul
- e. Iman kepada Hari Akhir
- f. Iman kepada qadha dan qadar.

## 2) Akhlak

Akhlak berasal dari kata "khalafa" yang artinya mencipta atau membuat, dan mufradnya adalah "akhlak" yang berarti perangai atau tabiat.<sup>18</sup> Ada dua bentuk akhlak, yaitu yang bersifat batiniyah (kejiwaan) dan zahiriyah (perilaku).<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Al - Qur'an, *al-Nisaa ayat 33, Alquran dan Terjemah* (Jakarta: Departemen Agama RI, dharma art, 2015), hal. 77.

<sup>17</sup> Safrida dan Dewi Andayani, *Aqidah dan Etika dalam Biologi* (Banda Aceh: Penerbit Syiah Kuala University Press, 2017), hal. 10 - 12.

<sup>18</sup> Afriantoni, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Akhlak Generasi Muda* (Sleman: CV. Budi Utama, 2019), hal. 6.

<sup>19</sup> Ali Abdul Halim Mahmud, *Karakteristik Umat terbaik* (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hal. 96.

Sedangkan akhlak secara istilah kita bisa merujuk kepada pendapat beberapa ahli mengenai hal ini. Al-Ghazali menyatakan bahwa akhlak adalah kebiasaan jiwa yang tetap, sedangkan Ibn Maskawih menyatakan bahwa akhlak adalah keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa pertimbangan pikiran terlebih dahulu.

Sedangkan Quraish menjelaskan bahwa akhlak dalam Islam mencakup makna yang luas, mulai dari akhlak terhadap Allah hingga kepada sesama makhluk biotik dan nonbiotik.<sup>20</sup>

Dari pengertian diatas dapat dimengerti bahwa Akhlak adalah sifat yang telah terlatih dalam diri seseorang sehingga perbuatan-perbuatan dilakukan dengan mudah dan spontan. Pesan dakwah akhlak sangat penting untuk mengatasi dekadensi moral akibat pengaruh globalisasi dan modernisasi.<sup>21</sup>

### 3) Syariah

Syariah secara etimologi dapat diartikan sebagai "jalan ke tempat pengairan" atau "jalan yang harus diikuti" atau "tempat lalu air di sungai". Istilah syariah sering muncul dalam beberapa ayat Al-Qur'an, seperti surat Al-Maidah ayat (48), As-Syura ayat (13), dan Al-Jatsiyah ayat (18), yang memiliki arti "jalan yang jelas yang membawa kemenangan". Syariah dalam arti lughawi merujuk pada agama yang ditetapkan Allah untuk manusia dan diikuti oleh umat Islam dalam kehidupannya di dunia. Syariah juga dapat dibandingkan dengan jalan air karena mengikuti syariah dapat membuat jiwa seseorang mengalir dan bersih, sama seperti air yang menjadi penyebab kehidupan bagi tumbuhan dan hewan.<sup>22</sup>

Adapun Syariat selalu berubah sesuai dengan masa rasul masing-masing. Islam sebagai syariat terakhir memiliki sifat yang komprehensif dan universal. Komprehensif dalam artian merangkum seluruh aspek kehidupan manusia, baik ritual ibadah maupun muamalah.

---

<sup>20</sup> Berliana Katakusumah, *Pemimpin Adilugung: Genealogi Kepemimpinan Kontemporer* (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2006), hal. 34.

<sup>21</sup> Afriantoni, *Prinsip-Prinsip Pendidikan Akhlak Generasi Muda* (Sleman: CV. Budi Utama, 2019), hal. 9.

<sup>22</sup> Amir Syarifudin, *Ushul Fiqih*, Jilid I (Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 1.

Sementara itu, syariah bersifat universal yang dapat diterapkan di setiap waktu dan tempat.<sup>23</sup>

## 2. Dakwah Melalui Instragram

### a. Dakwah Media Online

Media sosial merupakan sebuah jenis media dari hasil perkembangan teknologi dan sains. Hal tersebut bersifat manual, otomatis, dan ringkas memudahkan penggunaanya. Dakwah melalui media sosial memberi kruntungan karena dilakukan kapan saja dan tak terbatas mad'unya. Akan tetapi tidak semua melalui media sosial mampu langsung tanggap dalam memberi respon ketika siaran keagamaan.<sup>24</sup>

Disini keberadaan dakwah menjadi peluang sekaligus tantangan dalam perkembangannya. Saat ini banyak pendakwah mendadak populer melalui ceramah keagamaan di media sosial. Dakwah *bil qalam* saat ini dapat menggunakan media *online* dan media cetak. Seperti yang disajikan oleh salah satu media sosial khususnya Instagram yakni akun @gusbahaonline yang melakukan dakwah *bil qalam* atau dengan memberikan materi berunsur dakwah dalam postinggannya.

Instagram mampu menjadi media dakwah bagi para dai'i dan pencari ilmu agama. Dalam akun Instagram @gusbahaonline menunjukkan banyak postingan dakwah dapat berupa syariah, akhlak, dan aqidah. Tak hanya berupa gambar melainkan juga tulisan dalam *caption* akun tersebut yang menyampaikan beberapa pesan dakwah yang bersumber pada Al-Quran dan Al-Sunnah.

### b. Pengertian Instragram

Instagram adalah media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dengan khalayak secara luas melalui berbagai foto atau video yang dapat berisi fitur-fitur lain seperti DM (Direct Message), Comment, dan sebagainya. Instagram berasal dari kata "Instan" atau "Insta" yang memiliki arti cepat, seperti kamera Polaroid yang lebih dikenal dengan "Foto Instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan kata "gram" berasal dari kata "telegram", dimana telegram digunakan

---

<sup>23</sup> Neni Sri Imaniyati, *Aspek Hukum BMT* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), hal. 8 -9.

<sup>24</sup> Dukung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial," *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (25 Februari 2020), <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>.

untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.<sup>25</sup>

Jejaring sosial adalah sebuah situs dimana setiap orang dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Contoh jejaring sosial adalah Facebook, Myspace, Twitter dan Instagram. Media sosial menggunakan internet untuk mengajak berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, saling memberikan komentar yang positif dan membagi waktu yang terbatas.

Instagram adalah media yang mudah dan sederhana untuk berbagi foto dan wadah untuk berbagi. Dengan berbagi gambar atau foto, kita tidak hanya menunjukkan apa yang sedang dilakukan, kerjakan dan rasakan, namun lebih dari itu, Instagram dapat menyiratkan pesan di dalam unggahan kita. Hal ini menjadi salah satu nilai tambah mengapa media sosial ini semakin diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Layanan berbagi foto di Instagram tidak hanya sebagai kebutuhan personal, namun kini Instagram juga mulai dilirik oleh pengusaha, penulis, dan yang lainnya untuk memanfaatkan sisi positif Instagram sebagai media perluasan bisnisnya.<sup>26</sup>

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online melalui foto-foto, video, dan layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman-teman mereka. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom, CEO dan pendiri Instagram, sebuah komunitas dengan lebih dari 600 juta orang yang menangkap dan berbagi momen dunia dalam layanan ini. Kevin Systrom bertanggung jawab atas keseluruhan visi dan strategi perusahaan serta operasi sehari-hari.

Menurut Wikipedia, kata "Instagram" berasal dari kata "instan" atau "insta", yang merujuk pada kamera Polaroid yang terkenal dengan foto-foto instannya. Instagram memungkinkan pengguna untuk membagikan foto secara instan. Menurut Atmoko, Instagram adalah aplikasi media sosial yang dirancang khusus untuk smartphone, dengan

---

<sup>25</sup> Putri, *Media Instagram*, 2013, hal. 14.

<sup>26</sup> Ayu Asnani Burhanuddin, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Akun Kartun Muslimah," 2020.

fungsi yang hampir sama seperti Twitter, tetapi berbeda dalam hal pengambilan foto dan tempat berbagi informasi.<sup>27</sup>

Dari beberapa definisi oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah jejaring media sosial yang digunakan untuk membagikan foto atau video yang dilengkapi dengan kata-kata atau tulisan yang menjelaskan isi foto atau video tersebut. Aplikasi ini dapat digunakan di smartphone atau handphone dan bertujuan untuk mendapatkan feedback dari pengikut berupa "like" atau "suka" dan komentar.

### c. Instagram sebagai Media Komunikasi

Sejak zaman dahulu, komunikasi visual melalui gambar telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sebagai media untuk menyampaikan informasi. Meskipun komunikasi oral adalah bentuk komunikasi yang paling primitif, namun seiring perkembangan sejarah umat manusia, bentuk komunikasi visual semakin populer.<sup>28</sup>

Seiring dengan kemajuan teknologi, gaya hidup masyarakat semakin aktif di dunia online, dan pada masa modern ini, manusia semakin mudah berkomunikasi dan menggabungkan beberapa informasi, data, dan sumber untuk dimanfaatkan sebagai ilmu bagi kepentingan manusia melalui penggunaan media atau peralatan komunikasi modern.<sup>29</sup>

Aktivitas komunikasi selalu memerlukan media komunikasi sebagai alat atau perantara yang memudahkan dan memperlancar proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga komunikan memahami makna pesan yang dimaksud sesuai dengan tujuan komunikator.<sup>30</sup>

Dalam perkembangan teknologi informasi, media komunikasi yang memanfaatkan teknologi internet, seperti Instagram, menjadi semakin populer karena para pengguna internet lebih tertarik pada konten yang bersifat visual, dan

---

<sup>27</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, t.t.), hal. 10.

<sup>28</sup> Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (16 Desember 2016), <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.

<sup>29</sup> Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (16 Desember 2016), <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.

<sup>30</sup> Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (16 Desember 2016), <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>.

Instagram memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau video.

**d. Instagram sebagai Media Dakwah**

Tidak hanya para pendakwah, tetapi juga remaja milenial memiliki minat untuk menggunakan akun Instagram baik untuk tujuan hiburan maupun untuk mencari motivasi. Oleh karena itu, pesan dakwah di Instagram memiliki peluang besar untuk menjadi wadah motivasi dan hiburan bagi remaja milenial. Media dakwah memiliki peluang besar tergantung pada pengembangnya dan pengembangan media dakwah. Terutama bagi calon dakwah yang memiliki kreativitas dan keterampilan.<sup>31</sup>

Para pendakwah dapat memanfaatkan media multimediana untuk menyampaikan dakwahnya dan Instagram merupakan media yang sangat cocok untuk berdakwah. Selain karya tulis ilmiah, keterampilan tangan dalam bentuk gambar atau tulisan dengan pesan dakwah juga dapat diunggah di Instagram. Dengan fitur-fitur yang tersedia di Instagram seperti foto dan video, para pendakwah dapat menampilkan pesan dakwah melalui keterampilan visual yang dimilikinya. Oleh karena itu, Instagram sangat berguna bagi para pendakwah untuk menyalurkan dakwahnya.<sup>32</sup>

Memanfaatkan internet sebagai media untuk berdakwah dianggap lebih praktis dan mudah dibandingkan dengan melakukan dakwah secara langsung. Hal ini bukan hanya karena jangkauannya yang lebih luas, tetapi juga karena internet dapat menghilangkan batasan ras, golongan, dan agama. Melalui internet, seseorang dapat menyalurkan pemikirannya melalui tulisan atau audio visual tanpa adanya batasan waktu.<sup>33</sup>

Saat ini, beberapa pendakwah telah memanfaatkan media Instagram sebagai sarana berdakwah. Mereka tidak hanya menggunakan gambar saja, tetapi juga memposting video, meskipun durasi video yang diunggah tidak terlalu lama agar tidak membosankan bagi penonton. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Instagram sangat efektif sebagai media untuk berdakwah.

---

<sup>31</sup> Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual*, t.t.

<sup>32</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*, 2017.

<sup>33</sup> Bustanul Arifin, "Dakwah Cybermedia," *Jurnal Pemikiran Keislaman* 26, no. 1 (28 Mei 2016): 201–19, <https://doi.org/10.33367/tribakti.v26i1.215>.

Menurut Ahmad Zaini, Moh. Ali Aziz berpendapat bahwa melalui media sosial, dakwah dapat menyebar ke seluruh dunia tanpa terbatas oleh waktu dan tempat.<sup>34</sup> Dalam berdakwah di dunia maya, perlu diperhatikan beberapa batasan tertentu. Pertama, niat yang benar dan baik, tidak bertujuan untuk memperdebatkan masalah-masalah madzhab. Kedua, merumuskan visi dan misi dakwah dengan memahami hakikat dakwah dan memberikan manfaat kepada orang lain. Ketiga, menunjukkan nilai-nilai Islam kepada dunia. Keempat, memilih pembimbing atau panutan yang ahli dalam urusan syariah dan memiliki wawasan yang luas. Kelima, konteks dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kecenderungan masyarakat masa kini. Terakhir, situs yang dibuat harus dilengkapi dengan aplikasi-aplikasi unggulan seperti chatting dan e-mail. Semua ini harus diperhatikan karena meskipun media sosial meluas, namun tetap ada batasan-batasan tertentu dalam berdakwah.<sup>35</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Fihri yang berjudul “Pesan Dakwah pada Akun Instagram @GusYusufChanel (Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Periode Bulan Ramadhan 1440 H)”, menunjukkan untuk mengetahui isi pesan dakwah yang ada di instagram @gusyusufchanel. Metode penelitian ini juga menggunakan analisis isi kuantitatif dengan menggunakan analisis isi krippendorff. Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah samasama menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif, menggunakan Instagram dan mengkaji tentang analisis pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang ada yaitu subjek penelitian yang diteliti (peneliti terdahulu mengkaji ceramah Gus Yusuf, sedangkan peneliti mengkaji ceramah Gus Baha’), *channel* dakwah yang diteliti (peneliti terdahulu meneliti instagram @gusyusufchanel, sedangkan peneliti instagram @gusbaha).
2. Penelitian oleh Wulan Nuryati dan Muhammad N. Abdurrazaq dalam jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Pesan Dakwah Akun Instagram @tehjasmineunpad Dalam Meningkatkan Daya Tarik

---

<sup>34</sup> Zaini, *Dakwah Melalui Internet*, t.t, hal. 23.

<sup>35</sup> Zaini, *Dakwah Melalui Internet*, t.t, dikutip dari Syekh Sulthan al-Utami dalam makalah yang berjudul *Istikhdam al-Internet fi ad-Da‘wah* (REPUBLIKA).

Bagi Followers” menunjukkan untuk mengetahui pesan apa saja yang terkandung pada akun instagram @tehjasmineunpad dan pesan apa yang paling dominan dilihat dari ketertarikan followers akun tersebut. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik lembar observasi untuk juri dan wawancara secara mendalam kepada followers akun @tehjasmineunpad.

Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah samasama menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif, menggunakan Instagram dan mengkaji tentang analisis pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang ada yaitu subjek penelitian yang diteliti (peneliti terdahulu mengkaji ceramah @tehjasmineunpad, sedangkan peneliti mengkaji ceramah Gus Baha’), *channel* dakwah yang diteliti (peneliti terdahulu meneliti instagram @tehjasmineunpad, sedangkan peneliti instagram @gusbaha).

3. Penelitian oleh Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda dalam jurnal Interaksi yang berjudul “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah\_tauhid” menunjukkan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah dari postingan akun salafi @dakwah\_tauhid dalam intagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif yang bersifat *ex post facto*. Adapun model analisis data berupa analisis isi. Jenis data yang dijadikan acuan dalam penelitian ini berupa data primer yang terdiri dari pesan-pesan akun Instagram @dakwah\_tauhid tentang aqidah, syariah, dan akhlak yang telah diposting pada bulan April 2017.

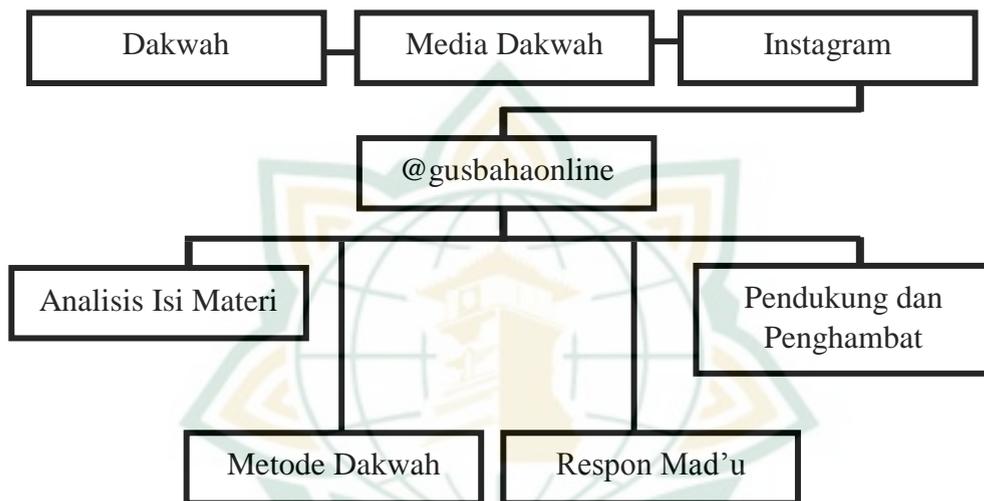
Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah samasama menggunakan Instagram dan mengkaji tentang analisis pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang ada yaitu subjek penelitian yang diteliti penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi paham-paham lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemahaman yang ada.

Penelitian ini mengkaji tentang pesan dakwah Gus Baha’ dalam video-video ceramahnya yang ada di instagram @gusbahaonline. Video-video dakwah tersebut akan dianalisis menggunakan metode analisis isi (*Content Analysis*) untuk dicari makna/ isi pesan yang terkandung dalam video ceramah tersebut

sehingga nantinya pesan dakwah Gus Baha' bisa ditangkap oleh peneliti. Selain itu, peneliti juga menganalisis metode-metode dakwah yang digunakan, respon mad'u terhadap dakwah moderat yang disajikan dalam Instagram @gusbahaonline, dan faktor pendukung dan penghambat yang ada. Dibawah ini merupakan kerangka berpikir dari peneliti.



**Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir**