

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam merupakan jenis salah satu agama yang mengajak umatnya agar melakukan dakwah. Menurut Jamaluddin Kafie, dalam buku Ilmu Dakwah oleh Ali Aziz, dakwah didefinisikan sebagai suatu sistem tindakan individu, kelompok, dan umat muslim sebagai manifestasi iman yang dimanifestasikan melalui ajakan atau seruan yang dihubungkan dengan kebaikan. Dakwah dilakukan dengan menggunakan metode, sistem, dan bentuk tertentu untuk mendorong sekelompok orang, massa, atau masyarakat untuk mengubah perilaku mereka dan mencapai tujuan tertentu.¹

Seorang *dai* memaparkan suatu jenis pesan kepada *mad'u* guna untuk melakukan sebuah komunikasi. Pesan tersebut terdiri dari ajaran-ajaran yang ada dalam agama Islam yang diambil dari kitab Allah Swt. dan sunnah Rasul-Nya, yang berisi pesan tentang ajaran agama tersebut. Al-Qur'an dan hadis, serta ijtihad dan fatwa ulama, merupakan sumber utama pesan dakwah. Pesan dakwah berasal dari al-qur'an dan hadis, dan sumber lain membantu menguatkan atau menjelaskan keduanya. Tidak ada pesan dakwah yang tidak sesuai atau bertentangan dengan kedua sumber utama ini. Contoh komunikasi seperti kata-kata, gambar, lambang, simbol, dan lain-lain yang dapat mengubah, pemahaman serta dampak kepada tingkah laku *mad'u*.

Ada beberapa cara dalam menyampaikan sebuah bentuk dakwah mempengaruhi pesan. Dakwah *bil-lisan*, pesan-pesannya mencakup kalimat dan kata-kata (komunikasi verbal) sedangkan dakwah *bil-kitabah*, pesan-pesannya melalui sebuah karya tulis berupa buku, majalah, jurnal dan lain sebagainya. Adapun dakwah *bil-hal*, pesan-pesannya berupa sebuah perilaku serta tindakan yang baik untuk memberikan contoh kepada orang lain atas sebuah kebaikan tersebut (komunikasi non-verbal). Agar tidak menimbulkan perbedaan pendapat dan mengakhiri perdebatan, metode

¹ Moh. Ali Aziz, "Ilmu Dakwah", (Jakarta: Kencana, 2017), 13.

dalam pesan ceramah biasanya berupa pesan yang mudah dipahami oleh peserta..

Pesan dakwah ialah sebuah pesan yang berisi tentang nasihat agama yang diberikan oleh seorang *dai* kepada *mad'u*. Pesan dakwah mencakup salah satu unsur penting yang ada didalam sebuah dakwah dimana hal tersebut bisa mencapai target titik keberhasilan dalam proses dakwah tersebut. Kegiatan dakwah bisa dikatakan sukses atau sesuai harapan apabila dilakukan secara efektif dengan materi-materi yang bersifat inovatif, edukatif, dan juga mendapatkan respon yang baik dan benar dari masyarakat. Sebuah pesan dakwah akan membawa *mad'u* kepada target yang dituju apabila pesan dakwahnya disampaikan dengan baik dan benar sesuai dengan sasarannya. Oleh karena itu, seorang *dai* hendaknya benar-benar mempersiapkan diri dan juga tingkat kematangannya dalam pesan-pesan dakwah yang nantinya akan disampaikan, apakah hal tersebut sudah sesuai dengan bidangnya dan juga sudah relevan dengan tingkat keberhasilan dalam sebuah penyampaian pesan dakwah serta apakah sudah sesuai dengan situasi dan juga kondisi *mad'u*.²

Bahasa Arab adalah bahasa asal dakwah, yang berarti *da'wah*. Kata *da'wah* mempunyai tiga huruf awal, yang berarti *dal*, *ain*, dan *wawu*. Ketiga kata tersebut memiliki arti yang sama, yaitu menyeru, mengajak, memohon, meminta, berkunjung, dan mendatangkan.³ Menurut Saputra, Dakwah adalah pengiriman informasi yang menggabungkan prinsip-prinsip agama Islam. Dakwah adalah proses informasi, dan komunikasi adalah komponennya. Pemahaman tentang ajaran Islam dan pesan keagamaan adalah fokus komunikasi dalam dakwah. Dakwah dalam Islam bisa dilakukan dengan menggunakan lisan, tulisan, bahkan bisa dilakukan secara langsung dengan memberikan contoh secara nyata.⁴ Aktivitas dakwah sendiri sudah ada sejak agama Islam diberikan oleh Allah Swt. kepada Nabi Muhammad Saw. melalui perantaraan

² Kamaluddin, "Pesan Dakwah", *Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, vol. 02, no 02, (2016), 38-40.

³ Moh. Ali Aziz, "*Ilmu Dakwah Edisi Revisi* ", (Jakarta: Kencana, 2004), 5.

⁴ Wahidin Saputra, "*Pengantar Ilmu Dakwah*" (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 23.

malaikat Jibril, dan terus berlanjut hingga hari ini. Dakwah secara luas berarti meminta, menyebarkan, belajar, dan mengamalkan ajaran Islam. Sesuai dengan ajaran agama Islam, dakwah juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses meningkatkan keadaan ke arah yang lebih baik. Ini dapat digambarkan sebagai suatu proses menuju jalan Allah Swt.⁵

Dalam ajaran Islam, dakwah berarti mengajak orang lain dengan cara yang lebih bijaksana ke jalan yang baik dan benar sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah Swt. untuk kebahagiaan dan kemaslahatan setiap orang baik di dunia maupun di akhirat. Sebenarnya, tujuan dakwah mencakup semua tindakan manusia, baik sebagai individu, anggota masyarakat, atau bahkan sebagai bagian dari alam semesta. Setiap orang yang beragama Islam dapat menjadi dai atau pendakwah.⁶ Ada beberapa jenis model dalam dakwah antara lain teknik, alat, nasehat, karakter, serta *dai* (pelaku dakwah). Dakwah adalah inti agama Islam, karena melalui dakwah agama dapat tersebar luas seperti saat ini. Saat ini, ada banyak cara untuk mendakwahkan orang lain. Media dakwah adalah alat yang digunakan para *dai* untuk memberitahu para *mad'u* tentang materi atau pesan dakwah yang disampaikan.⁷ Kegiatan dakwah ialah sebuah peristiwa yang sangat utama dalam agama Islam. Agama Islam selalu mengajak manusia kedalam hal kebaikan serta menyeru masyarakat agar menjadi sosok pribadi yang lebih beradab dan juga berpendidikan. Islam dan dakwah adalah dua lambang perkara yang tidak bisa dipecah belah, agama Islam membutuhkan dakwah agar falsafahnya bisa tercapai, begitupun sebaliknya dakwah membutuhkan Islam sebagai tumpuannya.⁸

Pola pikir dan gaya hidup masyarakat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perubahan zaman. Salah satunya adalah penggunaan media sosial, yang telah digunakan hampir

⁵ Muhammad Arifin. “*Dakwah Multi Media*”, (Surabaya: Graha Media, 2006), 5.

⁶ Wahyu Ilaihi. “*Komunikasi Dakwah*”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 104.

⁷ Wahyu Ilaihi Muhammad Munir, “*Manajemen Dakwah*” (Jakarta: Kencana, 2012), 32.

⁸ Eko Sumadi, “Dakwah dan Media Sosial Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi,” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016), 173-90.

seluruh masyarakat. Saat ini, semua orang dapat menggunakan berbagai jenis media sosial, seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, *Telegram*, dan lain sebagainya, jadi kita harus lebih cerdas dalam menggunakannya. Kemunculan internet, terutama media sosial, dianggap dapat memberikan keleluasaan untuk masyarakat dengan berlomba-lomba untuk menyalurkan keterangan tentang mengenai akan suatu peristiwa.⁹ Dengan perkembangan zaman sekarang ini, dalam melakukan aktivitas dakwah buka berarti bergerak dari ruang ke ruang saja. Semakin kesini para pelaku dakwah semakin kreatif dan inovatif dalam mensosialisasikan pentingnya mempelajari Islam melalui media sosial yang dapat diakses melalui *smartphone*. Di era industri 4.0 ini semua kalangan dapat mengetahui berbagai macam informasi yang dapat diakses dengan mudah melalui media sosial. Oleh karena itu, para *dai* berusaha untuk memanfaatkan sosial media digunakan untuk media dalam dakwah, selain kekinian penggunaan sosial media ini juga lebih efektif.

Media sosial *instagram* sangat bermanfaat bagi setiap individu yang ingin belajar mengenai ke-Islaman, dengan adanya media ini mempermudah para pelaku dakwah untuk menyebarkan dakwah-dakwah Islam dengan cara membagikan sebuah gambar dan video yang berisi dorongan atau dukungan dimana hal tersebut bisa menjadikan masyarakat seluruhnya menjadi semakin terkesan daripada memperhatikan dakwah secara langsung.¹⁰ Instagram mulai dibuat pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Mereka berdua lulus dari Stanfrod University di Amerika Serikat, masing-masing dengan jurusan yang berbeda. Mike Krieger mendaftar di *Symbolic Systems*, jurusan yang berfokus pada interaksi manusia-komputer. Sedangkan Kevin Systrom mengambil jurusan *Management Science & Engineering*. Mengundang perhatian masyarakat tidak membutuhkan waktu yang lama. Peluncuran pertama dengan menggunakan viral marketing sukses pada tanggal 6

⁹ Rulli Nasrullah, "*Media Sosial*", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 1.

¹⁰ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *Jurnal Islam Nusantara*, vol. 03, no. 02 (Juli-Desember, 2019), 342-345.

Oktober 2010 menarik sekitar 25 ribu pengguna, dan jumlah tersebut meningkat menjadi 100 ribu pengguna dalam satu minggu.¹¹

Salah satu situs media sosial terkenal adalah *instagram* di kalangan remaja. Instagram memiliki banyak keuntungan, salah satunya adalah akun privasi yang hanya dapat dilihat oleh pengikut yang telah dikonfirmasi. Instagram adalah sebuah media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat dakwah. Instagram menduduki urutan keempat sebagai media sosial populer di Indonesia setelah *YouTube*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Para *dai* memanfaatkan *instagram* untuk berdakwah dengan menggunakan pendekatan seperti gambar dan juga video pendek. Para *dai* juga kerap menampilkan gagasan dakwah yang kreatif melalui postingan-postingannya dengan tujuan untuk mendidik, mendorong, dan mengarahkan perilaku sasaran dakwah agar menjadi lebih religius. Instagram ialah salah satu jenis media sosial yang cukup memadai untuk dijadikan sebagai wadah dalam berdakwah. Tampilannya yang sangat sederhana dan simpel dari beberapa media sosial yang lain membuat *instagram* cukup diminati oleh banyak pengguna. Dalam hal ini muncul dampak dari media sosial *Instagram* yang tentu cukup berpengaruh bagi sekelompok anak remaja terlebih pada masa sekarang ini.¹² Salah satu contoh akun *instagram* yang melakukan aktivitas dakwah adalah @nuonline_id, akun ini dibuat pada tanggal 13 Februari 2016 silam. @nuonline_id merupakan salah satu akun *instagram* yang memberikan informasi kepada khalayak umum mengenai kajian Islami yang berkaitan dengan masalah ke-NU-an (Nahdlatul Ulama') yang dimana organisasi NU merupakan organisasi islam yang paling besar. Terhitung tahun 2022 akun *instagram* @nuonline_id telah mencapai jumlah pengikut sebanyak 1juta followers dan terdapat 9.036

¹¹ Lutfi Fatmasari dkk, "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @nuonline_id", *Jurnal Studi Keislaman*, vol.7, no. 1 (Maret, 2021), 117.

¹² Febri Nurrahmi dan Putri Farabuana, "Efektivitas Dakwah melalui Instagram", *Journal of Communication*, vol.4, no. 1 (Maret, 2020), 1.

postingan.¹³ Selain aktif di *instagram*, NU Online juga aktif dalam media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *Tik-tok*, *Spotify* dan *situs Web NU Online*. Konten-konten yang disajikan dalam akun *instagram* @nuonline_id berupa sebuah gambar dan video yang dikemas dengan visual sehingga tampak rapi dan juga serasi yang akhirnya memiliki ciri khas dalam setiap desain posternya. Selain konten nasihat, akun @nuonline_id juga memposting berbagai kegiatan sosial. Bukan untuk ajang pamer, namun dengan adanya postingan tersebut diharapkan dapat meringankan beban orang lain dan tentunya untuk memberi motivasi kepada masyarakat lain agar hati mereka tergerak. Selain itu akun *instagram* @nuonline_id juga memposting berbagai macam aktivitas lainnya seperti dakwah tentang sikap nasionalisme, konten terkait motivasi, kajian keislaman, kisah teladan tokoh-tokoh Islam dan lain-lain.¹⁴

Konten dakwah yang diposting oleh akun *instagram* @nuonline_id selalu menyita perhatian masyarakat dan mendapatkan *like* yang cukup banyak, dengan jumlah tayangan rata-rata mencapai ratusan ribu. Ini menunjukkan bahwa pesan dakwah telah diterima baik oleh pengguna pada aplikasi *instagram*. Akun @nuonline_id menyebarkan pesan dakwah yang bisa untuk melakukan analisis menggunakan teori yang dicetuskan oleh Teun A. Van Dijk. Jenis dakwah yang disebarkan dari akun @nuonline_id ialah merupakan wacana. Jenis teori yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk ini merupakan teori yang paling sederhana dan mudah untuk dianalisis.¹⁵

¹³ @nuonline_id, “Beranda Instagram NU Online”, https://instagram.com/nuonline_id?utm_medium=copy_link diakses pada tanggal 05 November 2022

¹⁴ Lutfi Fatmasari dkk, “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @nuonline_id”, *Jurnal Studi Keislaman*, vol.7, no. 1 (Maret, 2021), 126-130.

¹⁵ Indri Sri Rahayu, “Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Pada Akun Instagram @amathdt)”, *Skripsi* (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019), 5.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berdasarkan pada judul dan latar belakang masalah di atas, agar mempermudah penulis dalam penyusunan, maka penelitian ini berfokus pada menggali pesan dakwah yang ada di media sosial *instagram* NU Online dengan teori analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Pesan dakwah tersebut akan digali dengan memetakan teks, kognisi sosial, dan juga analisis sosial.

C. Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang yaitu : Bagaimana pesan dakwah dalam akun *instagram* @nuonline_id ditinjau dari segi teks, kognisi sosial, dan analisis sosial?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk : Menganalisis pesan dakwah dalam akun *instagram* @nuonline_id ditinjau dari segi teks, kognisi sosial, dan analisis sosial.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan sumbangan pemikiran terkait pesan dakwah, dakwah digital, perkembangan ilmu komunikasi pada kajian media massa, khususnya media sosial dan media online, ataupun bidang komunikasi yang lain.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna secara akademis, yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan dan juga untuk mengetahui keahlian media sosial yang berkembang pesat sehingga bisa digunakan sebagai wadah atau sarana dakwah bagi para pelaku dakwah (*dai*) yang ingin melakukan aktivitas dakwah hanya dengan menggunakan *smartphone*.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan kepada calon peneliti selanjutnya terkait bagaimana cara berdakwah melalui media sosial khususnya *instagram*.

- d. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi pedoman untuk penelitian sejenis selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Praktisi Dakwah

Secara khusus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan pengetahuan kepada mahasiswa program Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) tentang bagaimana menggunakan media sosial *instagram* untuk mendakwah dengan cara yang lebih kreatif.

- b. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini akan menambah pengetahuan dan memberikan gambaran umum tentang bagaimana pesan dakwah dapat disampaikan ke masyarakat luas melalui berbagai platform, termasuk *instagram*.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi secara sistematis ke dalam lima bab dan sub-babnya, yang termasuk sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada isi bab I pendahuluan ini berisi akan latar belakang permasalahan, fokus akan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab II kajian pustaka ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan judul. Penelitian terdahulu yang berisi perbandingan pengamatan penulis dengan pengamatan orang lain yang judul dan pembahasannya hampir sama dengan judul penulis. Kerangka teori yang berisi kerangka-kerangka pembahasan yang akan dilakukan oleh penulis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab III metode penelitian ini berisikan mengenai bentuk dari jenis dan

pendekatan dari akan penelitian yang digunakan penulis, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan, dan uji keabsahan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada isi dari bab IV hasil dan pembahassan ini berisikan mengenai pembahassan dan hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti. Didalam bab ini membahas tentang deskripsi penelitian, data penelitian, objek penelitian, dan analisis data penelitian.

BAB V

PENUTUP

Pada bab V penutup ini termasuk kedalam sejenis bab terakhir dalam suatu penelitian, isian mengenai bab ini berisi akan kesimpulan dan saran-saran.

