

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern, media informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat. Dalam hitungan detik, orang-orang di seluruh dunia dapat dengan mudah berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Karena dunia ini luas dan terbuka untuk semua kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dunia dapat disebut "desa global" atau "desa global".

Generasi saat ini yang semakin berkembang dalam hal teknologi dan informasi disebut sebagai millennial zaman sekarang. Mulai dari telepon sebagai teknologi informasi, kemudian handphone, dan sekarang banyak orang memiliki smartphone. Inilah era digital, di mana setiap informasi di dunia dapat dengan mudah ditemukan. Karena itu, mendapatkan akses ke internet, yaitu media sosial, sangat penting bagi setiap pengguna smartphone. Ini adalah tempat di mana media sosial memberikan kesempatan untuk mengembangkan aktivitas dakwah. Banyak aktivitas dakwah dilakukan melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Ini dapat memberi siapapun kesempatan luas untuk berpartisipasi dalam aktivitas dakwahnya. Hal ini membuka kesempatan untuk menyebarkan ajaran Islam. Berdakwah melalui media.¹

Komunikasi adalah tindakan yang dilakukan oleh orang terhadap orang lain dengan bertutur kata, menyampaikan pesan, gagasan, perasaan, dan argumen untuk mendapatkan respons dan komentar.² Komunikasi tidak hanya terdiri dari kata-kata, tetapi juga dapat berupa gerakan kepala, senyuman, dan perasaan yang sama. Oleh karena itu, komunikasi sangat penting bagi kehidupan seseorang, dan seluruh kegiatan yang berpengaruh terhadap orang lain adalah aktivitas komunikasi. Selain itu, dakwah adalah proses menyampaikan syariat Islam kepada seorang individu atau golongan tertentu.³

¹ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", *Tatar Pasundan: Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* ISSN, Vol XIII No. 2, (2019): 122-123, diakses pada 1 Januari 2022, <https://bdkbandung.kemenag.go.id/>

² Andi A. Muis, *dKomunikasi Islamig* (Bandung: Remaja pRosdakarya, 2001), 36.

³ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 10.

Secara umum, tujuan dakwah adalah menyampaikan ajaran Al-Qur'an yang benar dan mengajak orang untuk mengamalkannya. Da'i (pelaku dakwah), Mad'u (penerima dakwah), media, materi atau pesan dakwah, Smetode, dampak, dan prispip-prinsip dakwah adalah semua komponen dakwah. Kegiatan atau aktivitas dakwah memiliki unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah.⁴ Adanya elemen dakwah ini membuat kegiatan dakwah lebih mudah dan berhasil.

Seiring kemajuan zaman, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, telah menjadi pengetahuan dan pengalaman bersama bahwa hari ini dakwah telah menghadapi dunia baru dengan teknologi dan kebiasaan masyarakat yang baru. Dakwah telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring berlalunya zaman. Sekarang menjadi pengetahuan dan pengalaman bersama, dan menghadapi dunia baru dengan teknologi dan kebiasaan masyarakat. Dakwah menghadapi mad'u dengan tradisi lisan dan tradisi baru yang banyak bergantung pada media.⁵ Ini adalah tempat di mana media sosial memberikan kesempatan untuk mengembangkan aktivitas dakwah. Banyak orang melakukan dakwah melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, yang memungkinkan siapapun untuk melakukan dakwahnya. Hal ini membuka kesempatan untuk menyebarkan ajaran Islam. Berdakwah melalui media sosial dapat dilakukan kapan saja, dan khlayaknya luas dan tidak terbatas.⁶

Di era modern seperti sekarang ini, orang dapat dengan cepat, mudah, dan lengkap mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Ini adalah hasil dari munculnya internet, yang diikuti oleh media jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya. Salah satu metode tercepat untuk menemukan informasi yang diinginkan masyarakat adalah melalui internet. Fenomena publik lainnya yang dihasilkan oleh internet termasuk aktivitas baru yang lebih efisien dan produktif yang mempermudah kehidupan masa kini. Ini adalah salah satu alasan mengapa dakwah sangat penting di era kontemporer.

Untuk berdakwah, banyak pendakwah menggunakan smartphone. sama seperti berdakwah di Instagram. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan Anda memotret, mengedit foto, dan berbagi foto dengan pengguna lain. Instagram membantu

⁴ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Roesdakarya, 2010), 19

⁵ Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

⁶ Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", *Tatar Pasundan: Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* ISSN, Vol XIII No

menciptakan jaringan pertemanan karena memungkinkan para peninat untuk berinteraksi satu sama lain.⁷

Cara berdakwah dan menuntut ilmu agama di era modern ini terus berubah seiring kebutuhan masyarakat yang berubah. Sekarang, mempelajari ilmu agama tidak perlu tinggal di pondok dan tertutup dari dunia luar. Ada banyak inovasi yang dibuat untuk meningkatkan pengetahuan beragama dan kualitas dakwah. Instagram, misalnya, menjadi platform media sosial yang ideal untuk menyampaikan pesan kepada generasi milenial. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mereka lebih sering menghabiskan waktu untuk berselancar di Instagram dan menganggap agama sebagai bagian penting dari kehidupan manusia yang diciptakan oleh Allah Subhanahu Wata'ala.⁸

Youtube, sebuah situs video berbasis web, memungkinkan setiap orang memposting atau menampilkan rekaman atau gerakan mereka sehingga dapat dilihat dan dihargai oleh banyak orang. Tujuan utama situs web ini adalah untuk mengumpulkan, memeriksa, dan berbagi rekaman unik kepada penggunanya. Banyak orang yang tertarik dengan YouTube dan beralih profesi menjadi YouTuber dengan membuat konten vlog yang menarik adalah bukti betapa pesatnya perkembangan platform saat ini. Jadi, saat ini YouTube memiliki pengaruh global. Selain itu, para pendakwah yang semakin banyak beralih ke dunia maya berusaha untuk memanfaatkan situs web ini. Sekarang kita sering melihat dakwah dan pengajian di TV atau di majelis-majelis. Namun, dengan perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, YouTube menjadi platform baru di mana para pendakwah dapat menyampaikan dakwah mereka. Video ceramah yang diunggah dapat diakses kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu menyiapkan tempat atau waktu untuk para jamaah. Selain itu, para jamaah dapat memilih da'i yang mereka sukai dengan berbagai tema yang mereka butuhkan. YouTube adalah salah satu media yang dapat menyebarkan konten dakwah atau pengajian ke seluruh dunia, membuatnya mudah diakses oleh semua orang. Pengguna juga dapat mengakses YouTube dengan mendownload dan melihat video secara offline.⁹

⁷ Jubilee Enterprise, Instagram untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), 2.

⁸ Meliana Harahap & Nina Siti Salmaniah Siregar, "Peranan Pesan Dakwah Instagram dan Kesadaran Berhijrah di Kalangan Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area", Jurnal Proceeding Icopid Universitas Medan Area, (2019): 183

⁹ Guntur Cahyono dan Nibros Hassani. Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran, Jurnal Al-Hikmah, Vol. 13, No. 1, 2019, h. 30-31

Instagram adalah salah satu platform yang dapat digunakan untuk mendakwahkan. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial, termasuk situs jejaring sosial utamanya. Salah satu fitur unik Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, yang membuatnya mirip dengan hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, fenomena yang terjadi dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram, adalah bahwa penggunaannya hanya menggunakannya sebagai ajang untuk mempromosikan harta benda mereka atau untuk mendapatkan pujian untuk hal-hal lain. seperti yang terlihat pada foto yang mereka unggah. karena masyarakat, terutama generasi muda, mengalami kerugian lebih besar daripada manfaat dari kemajuan teknologi saat ini. Para da'i dan aktifis dakwah harus benar-benar memanfaatkan media sosial untuk mengatasi fenomena yang banyak terjadi di kehidupan sehari-hari dan memanfaatkan tantangan untuk melakukan dakwah. Karena kebutuhan masyarakat saat ini yang sangat bergantung pada informasi, setidaknya ada jalan kebaikan. Setiap da'i atau aktifis dakwah harus dapat membuat konten yang mengandung unsur syiar sehingga pengguna media sosial, terutama Instagram, yang didominasi oleh anak muda, tidak hanya menggunakannya untuk kemadharatan tetapi juga mendapatkan ajakan kebaikan, hidayah, atau renungan dari akun-akun tersebut. Konten syiar harus dikemas secara menarik sehingga pengguna tidak bosan melihatnya. Tidak hanya membagikan konten yang sudah ada, tetapi juga membuat konten baru untuk banyak pengguna media sosial lainnya.

Salah satu akun Instagram yang memiliki konten islami adalah akun Santi Gayeng. Namun, akun Santri Gayeng berbeda dari akun media sosial lainnya karena memiliki desain visual yang menarik. Selain itu, akun Santri Gayeng selalu diupdate dengan berbagai topik sehingga pengikutnya dapat belajar banyak tentang Islam.

Postingan Instagram Santri Gayeng memiliki banyak materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, serta seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai yang dapat diterapkan seseorang. Gaya bahasa yang sederhana dikombinasikan dengan visual yang menarik membuat kontennya menarik dan mudah dilihat.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai komunikasi dakwah dalam akun @Santri Gayeng. Maka dalam penelitian ini peneliti memberi judul **“Strategi komunikasi dakwah dalam akun @Santri Gayeng”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang telah di pilih peneliti untuk kajian lebih lanjut, maka di dapatkan fokus penelitian supaya pembahasan akan lebih terarah dan tidak melebar kepada pembahasan yang tidak berkaitan dengan penelitian yang telah diteliti. Dengan demikian fokus penelitian ini yaitu membahas ‘**Strategi komunikasi dakwah pada akun @Santri Gayeng**’.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah pada media sosial dalam akun Instragam @Santri Gayeng ?
2. Bagaimana kelebihan dan kekurangan akun Instragam @Santri Gayeng dalam berdakwah menggunakan media sosial ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah pada media sosial dalam akun Instragam @Santri Gayeng.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan akun Instragam @Santri Gayeng dalam berdakwah menggunakan media sosial.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan mampu menjadi refrensi tambahan dalam pengembangan penelitian bagi yang membutuhkan, khususnya bagi Fakultas Dakwah dan memberi Komunikasi Islam dalam program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai penelitian komunikasi dakwah Islam melalui media sosial youtube dan instagram.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dapat memberikan dan mengkaji lebih lanjut materi-materi yang berkaitan dengan dakwah media sosial.
 - b. Sebagai informasi kepada masyarakat bahwa dakwah juga dapat diperoleh melalui media sosial dengan mudah melalui youtube dengan beragam kreativitas yang dapat mempermudah menerima pesan dakwah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini menjelaskan bagaimana metode atau urutan dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyusun sistematika penulisan skripsi ini dengan tujuan membantu pembaca memahami urutan dan konsep penelitian dengan lebih mudah.

Adapun yang menjadi sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang yang membahas tentang Strategi Dakwah di Media Sosial dalam akun @Santri Gayeng, pembahasan penelitian meliputi: Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori, bab ini berisi tentang pemaparan teori yang membahas tentang segala pembahasan yang menyangkut dalam penelitian ini yang meliputi, Teori Analisis, Teori Komunikasi Dakwah, Teori Dakwah di Media Sosial, serta Teori Media Sosial Youtube dan Instagram, Kerangka Berfikir, dan Penelitian Terdahulu.

BAB III Metode Penelitian, bab ini berisi tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan, Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV Pembahasan yang akan membahas tentang gambaran objek penelitian yang berisi memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah (strategi komunikasi dakwah pada akun santri gayeng).

BAB Hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini menjelaskan tentang laporan hasil selama penelitian yang diperoleh peneliti dan pembahasan tentang hasil peneliti. Pada bab ini akan diuraikan mengenai data dan analisis data tentang pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah (strategi komunikasi dakwah pada akun @santri gayeng).