

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah alat satu bentuk perintah dari Allah SWT kepada umat Islam sebagai cara atau bentuk penegakan syari'at Islam dalam seluruh aspek kehidupan. Dakwah juga merupakan suatu proses ajakan, seruan menyampaikan kepada umat manusia khususnya umat Islam di dunia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk dan ajaran dari Allah SWT melalui Rasulullah SAW. Kegiatan dakwah sendiri harus diupayakan dengan cara yang bijak, sehingga mampu mencapai kehidupan yang sejahtera di dunia sampai di akhirat.¹

Kegiatan dakwah harus dilakukan dengan cara yang benar, agar orang yang mendengar, melihat mampu mengikuti apa yang diajarkan sehingga tercapainya kehidupan yang lebih baik serta sejahtera di dunia dan di akhirat. Hal tersebut sesuai dengan tujuan dakwah adalah agar umat manusia mematuhi semua syariat Allah SWT dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari, mampu melahirkan atau terciptanya manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik (khoiru al-fardiyah), keluarga yang sakinah atau harmonis (khoiru al-usrah), komunitas yang tangguh (khoiru al-jama'ah), masyarakat madani (khairu al-ummah) sehingga pada akhirnya akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju (khoiru al-baldah) atau dalam istilah yang disebut dalam Al-qur'an yaitu: *Baldatun thoyyibatun wa robbun ghofur* (negeri yang subur dan makmur, adil dan aman).² Dakwah merupakan amanah atau tugas yang diberikan kepada setiap seorang muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah mengajak, menyerukan serta menyampaikan agama Islam kepada masyarakat.³

Di dalam QS. An-Nahl ayat 125 telah dijelaskan bahwa terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin untuk mendakwahi atau mengajak manusia supaya berada di jalan Allah. Berikut arti dari QS. An-Nahl ayat 125: "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka*

¹ Saerozi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), 11.

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 9.

³ Munzien Suparta, Harjani Aefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009), 5.

dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”⁴

Sejak zaman kenabian kegiatan dakwah telah dilakukan. Rasulullah SAW ketika diangkat sebagai nabi telah melangsungkan kegiatan dakwah. Sehingga kegiatan dakwah itu dapat berkembang dengan signifikan. Apalagi di era serba digital seperti sekarang ini, segala informasi apapun bisa di akses hanya dengan sentuhan yaitu melalui alat-alat digital. Jika mengamati perkembangan dakwah yang dilakukan sejak dahulu, bisa dilihat dengan kondisi sekarang ini yangmana semakin hari jumlah pengikut dakwah itu bertambah. Perkembangan kegiatan dakwah juga dapat dilihat dengan berbagai macam metode dakwahsesuai dengan jenis kelompok dalam pergerakan Islam. Perkembangan dakwah ini tidak lepas dari perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Sehingga dengan berkembangnya teknologi dengan cepat pada zaman ini maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode.

Munculnya berbagai macam media memberi kemudahan para da'i dalam berdakwah untuk menjangkau masyarakat secara luas. Sedangkan media yang digunakan untuk berdakwah beragam, seperti media audio yaitu media yang hanya menggunakan suara untuk kegiatan dakwah, media visual adalah media yang menggunakan gambar dan tulisan yangmana menggunakan media hanya bisa dengan dilihat serta media audio visual media yang menggunakan suara dan gambar yang bisa dilihat dan didengar. Tentu saja media audio-visual ini banyak digunakan para da'i untuk berdakwah karena lebih mudah dan cepat ditangkap oleh masyarakat atau sasaran dakwah. Dengan melihat dan mendengar akan lebih terasa berkesan daripada hanya melihat atau mendengar saja. Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media audio-visual. Melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, atau *youtube* ini memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara singkat, sederhana dan luas. Peran media sosial dalam kegiatan dakwah kini juga menjadi sangat penting, sebab melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media social dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah pada zaman sekarang ini tidak harus disampaikan dalam agenda pengajian atau peringatan acara hari penting atau besar dalam Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim

⁴ Departemen Agama R.I, Al-Qur'an dan Terjemahnya (CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), 383.

maupun tempat ibadah muslim lainnya. Kemunculan berbagai macam media dan perkembangan teknologi memberikan kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media sosial khususnya juga memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan dakwah secara singkat, simpel dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting, melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial. Sekarang ini semua orang adalah pengguna internet, inilah penyebab salah satu kegiatan dakwah lebih mudah tersampaikan melalui media sosial. Semua orang memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru untuk lebih berkembang. Para da'i atau orang yang menyampaikan dakwah harus bisa memanfaatkan media sosial sebagai jalur dakwah yang cepat dan efektif. Penggunaan media sosial oleh masyarakat saat ini adalah suatu kewajiban dan telah menjadi sebuah kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Hal itulah yang menjadi potensi besar dalam mengembangkan kegiatan dakwah haruslah melalui media sosial.⁵

Alat teknologi dalam agama Islam bukan sesuatu yang dilarang, meskipun di masa Rasulullah SAW belum ada teknologi seperti yang telah berkembang pada saat ini. Perkembangan dakwah haruslah menyesuaikan dengan perkembangan zaman, seperti teknologi seperti ini agar dakwah lebih mudah diterima dan dijangkau umat manusia. Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari cara komunikasi seseorang di zaman sekarang. Zaman dahulu manusia hanya berkomunikasi melalui surat dan bertatap muka, dan pada saat ini manusia lebih mudah berkomunikasi dengan siapapun tanpa bertatap muka dengan orang yang jauh sekalipun. Mudah-mudahan cara komunikasi pada zaman sekarang ini tidak terlepas adanya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, bahkan hampir setiap orang saat ini sudah mempunyai *smartphone* sebagai alat untuk berkomunikasi. Saat ini internet menjadi salah satu media komunikasi dan media dakwah yang digunakan melalui media sosial.

Internet adalah sistem jaringan dari jaringan komputer yang terhubung diseluruh dunia. Penggunaan internet sangat penting sebab sebagai bagian pokok dari revolusi informasi, yakni kemampuan manusia dalam menghemat waktu. Adanya internet juga sebagai salah satu penghematan energi dalam transportasi, karena komunikasi tidak lagi tergantung pada jarak, sehingga dunia dapat dipersatukan dalam

⁵ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah* (Paradigma Untuk Aksi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2010), 170.

waktu yang singkat.⁶ Awal mula internet adalah sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data di antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, serta sebagai alternative bagi alat komunikasi pribadi dan antar pribadi.⁷ Munculnya internet dan media sosial mampu memberikan keleluasaan bagi seluruh dunia untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Riset yang dipublikasikan oleh *Crowd, Ipsos Media CT* dan *The Wall Street Journal* pada 2014 yang melibatkan 839 responden dari usia 16 sampai 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial jauh lebih banyak dibandingkan mengakses media tradisional.⁸

Bagi setiap orang mengakses terhadap media telah menjadi kebutuhan primer, itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan dan akses pengetahuan lainnya. Kemajuan alat teknologi dan informasi semakin canggih, dan alat-alat perangkat yang diproduksi oleh industry teknologi telah menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah tersebut seperti apa yang diutarakan oleh *Thomas L. Friedman (2007)* sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Sebagaimana diulas oleh *Richard Hunter (2002)* dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru menjadikan informasi menjadi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Media tradisional seakan-akan mendapatkan pesaing dalam mendistribusikan berita.⁹

Dakwah yang disampaikan di zaman seperti ini cukup melalui media social, sebab alat teknologi komunikasi dan informasi membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan sasaran, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Media sosial adalah hal yang sangat diminati bahkan kebutuhan utama oleh berbagai lapisan masyarakat dikarenakan karakteristiknya yang praktis. Cara mengakses media sosial cukup melalui *smartphone* atau komputer

⁶ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 91-92.

⁷ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 44.

⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Retakama Media, 2015), 2.

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

yang terhubung dengan koneksi internet. Selain itu media sosial juga memberikan keuntungan untuk memperpaduh manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi melalui lisan, tulisan, audio atau visual dengan cepat.

Akhir-akhir ini semakin banyak bermunculan media sosial baru. Sebelumnya ada *facebook* dan *twitter*, dan sekarang yang sedang booming adalah *instagram*. Indonesia adalah negara keempat di dunia dengan pengguna media sosial *instagram* terbanyak. *Instagram* merupakan sebuah situs jejaring sosial di bawah perusahaan *facebook.Inc*. *Instagram* adalah salah satu media sosial yang sangat laik dijadikan sebagai media dakwah. Kemudahan dan tampilan yang lebih menarik dari beberapa media sosial lainnya membuat *instagram* banyak diminati oleh penggunanya. *Instagram* pada akhir tahun 2019 jumlah pengguna aktif bulanan di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. Hal ini menurut laporan terbaru dari *NapoleonCat* yang merupakan salah satu perusahaan analisis sosial media marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia.¹⁰

Pada saat ini banyak sekali orang yang beralih menggunakan *instagram*. Pada awal mulanya *instagram* hanya berkembang dari aplikasi *i-Phone* untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan internet yang berkembang pesat. Situs *instagram* dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*, sehingga sangat mudah menggunakan media *instagram* cukup dengan *download*. Dengan melihat semakin banyak pengguna *instagram* dari berbagai lapisan masyarakat, *instagram* adalah media paling efektif dijadikan sebagai media dakwah bagi para da'i dan da'i-ah dalam menyampaikan dakwah mereka.¹¹

Berikut ini beberapa keunikan yang dimiliki oleh *instagram* di antaranya adalah, bahwa fitur foto yang diupload di *instagram* tidak dapat diambil atau di simpan oleh pengguna lain secara langsung. Pengguna harus terlebih dahulu menginstall aplikasi lain sebagai pihak ketiga agar dapat mengunduh foto orang lain. Keunikan lain yang dimiliki adalah fitur video yang terbatas. Fitur video pada *instagram* sering juga disebut *Vidgram*. Fitur *vidgram* ini hanya berdurasi 60 detik yang pada versi sebelumnya hanya bisa 15 detik

¹⁰ Wahyunanda Kusuma Pertiwi, *Sebanyak inikah Pengguna Instagram*, Kompas.com, 23 Desember 2019, <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>, (27 februari 2020)

¹¹ Bambang Dwig Atmoko, *Instagram Handbook* (Media Kita, Jakarta: 2012), 35.

saja. Para pengguna media ini harus berfikir keras untuk mengemas pesannya menjadi sebuah informasi yang laik disampaikan dalam sebuah video dengan durasi maksimal hanya 60 detik. Instagram kini bukan hanya menjadi salah satu bentuk media teknologi informasi dan komunikasi, melainkan sudah menjadi sebagai media dakwah oleh beberapa kalangan penggiat dakwah di media sosial.

Hal itulah yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh salah satu akun instagram @dakwahislamuha menjadi sarana komunikasi serta media dakwah. Admin akun ini juga telah menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui video instagram. Kiranya dirasa lebih mudah, efektif dan bisa diakses dilain waktu. Melalui akun tersebut para mad'u tidak harus mengikuti pengajian, mendengarkan ceramah diacara tabligh akbar yang tentunya tidak setiap hari dilaksanakan.

Adapun alasan penulis memilih judul ini karena Media sosial merupakan suatu media komunikasi yang cukup efektif untuk menyampaikan informasi secara cepat, tepat dan mudah diakses oleh masyarakat. Dakwah melalui instagram dengan fitur vidgram semakin mempermudah akses masyarakat. Maraknya penggiat dakwah media sosial baru di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa instagram punya daya tarik tersendiri. Ketertarikan penulis terhadap media online khususnya media online instagram tersebut. dengan fiturnya vidgram karena saat ini banyak sekali akun yang memuat konten-konten dakwah, selain itu fitur vidgram menjadi favorit bagi pengguna instagram.

Akun @dakwahislamuha setiap harinya rutin mengupload vidgram dakwah yang diunggah dengan menggunakan model video ceramah da'I yang diedit dan diberi kata disetiap videonya dan vidgram model teks dan dubbing dari da'I. akun @dakwahislamuha juga banyak diikuti oleh pengguna instagram, ada 237 ribu pengikut pada akun tersebut. Pada pemaparan tersebut peneliti ingin mengetahui apa saja isi pesan dakwah vidgram pada akun @dakwahislamuha. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih jauh tentang isi pesan dakwah melalui vidgram pada akun @dakwahislamuha, yang kemudian dimuat dalam bentuk skripsi yang berjudul "Analisis Isi Pesan Dakwah Vidgram Pada Akun @dakwahislamuha".

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini fokus pada analisis isi pesan dakwah vidgram pada akun @dakwahislamuha dibulan april 2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apa saja isi pesan dakwah pada akun @dakwahislamuha melalui fitur vidgram?”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu “untuk mengetahui isi pesan dakwah yang dibuat oleh akun @dakwahislamuha melalui fitur vidgram”.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

1. Secara teoritis

Bagi peneliti dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dalam memecahkan suatu masalah yang sudah diteliti. Memberikan masukan bagi penyebar dakwah di media sosial agar senantiasa memperhatikan pesan yang dikemas melalui fitur vidgram, agar dakwah yang disampaikan bisa dikategorikan sebagai komunikasi yang efektif.

2. Secara praktis

- a) Bagi Pemilik akun dapat menjadi referensi untuk kedepannya agar bisa lebih baik lagi dalam mengolah akun vidgram yang berkonten dakwah.
- b) Bagi masyarakat pengguna akun instagram diharapkan dapat memberikan manfaat dan acuan bagi Para masyarakat dalam menyebarkan dakwah di media sosial dengan mengacu pada metode dan cara yang efektif seperti melauai akun Vidgram.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran secara garis-garis besar dari masing-masing bagian, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari tiga bab, antara bab I dengan bab lain saling berhubungan, ketiga bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, serta analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran-saran.

3. Bagian akhir meliputi : daftar pustaka. Lampiran-lampiran.