

BAB II KERANGKA TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Analisis Isi (*content analysis*)

a) Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.¹

Analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media tertentu, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis.² Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi, Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak maupun elektronik. Di luar itu, analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok, ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.³

Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Pada titik inilah, analisis isi banyak dipakai oleh disiplin ilmu lain. Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek yaitu:

- 1) Analisis ditempatkan sebagai metode utama.
- 2) Analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Peneliti menggunakan banyak

¹ Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2010), 172.

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Edisi Revisi Cet. ke-3* (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), 86.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Edisi Revisi Cet. ke-3* (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), 110.

metode (survey, eksperimen) dan analisis isi menjadi salah satu metode.

- 3) Analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain. Peneliti telah memperoleh data yang di peroleh dari metode lain (survei, eksperimen, dan sebagainya) dan menggunakan analisis isi untuk mengecek apakah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti sah atau tidak dalam hal ini didukung oleh temuan dalam analisis isi.⁴

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (trend) dari suatu isi.⁵

Dalam menganalisis isi, yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang apabila disampaikan dalam bentuk lambang tersebut, maka unit analisis yang digunakan adalah materi (pesan) dakwah yang berisi tentang pesan aqidah, akhlak, muamalah dan syariah dalam unggahan video di Instagram.

Weber menyatakan bahwa kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah buku atau dokumen. Holsty memberikan definisi yang lainnya dan menyatakan bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.⁶

⁴ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 10.

⁵ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 10.

⁶ Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006), Cet ke-, h.68

b) Tujuan Analisis Isi

Tahapan pertama dalam menyusun desain riset ialah menentukan dengan jelas tujuan analisis isi. Hanya dengan tujuan yang jelas, maka desain riset juga dapat dirumuskan dengan jelas pula. Desain riset pada dasarnya dibuat untuk menjawab pertanyaan dalam tujuan penelitian. Adapun tujuan analisis isi:

1) Menggambarkan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*)

Analisis isi di sini dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan *what* berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, trend dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan *to whom* dipakai untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sementara pertanyaan *how* terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan.⁷

Ada empat desain analisis isi yang umum dipakai dalam menggambarkan pesan yaitu:

- (a). Analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. Analisis isi ini dipakai untuk menggambarkan kecenderungan (*trend*) dari pesan komunikasi.⁸
- (b). Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. Situasi disini dapat berupa konteks yang berbeda, budaya, social, dan politik. Desain analisis isi memasukkan pesan

⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 32.

⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 34.

dari sumber yang sama, tetapi dalam konteks situasi yang berbeda.⁹

- (c). Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak di sini merujuk pada pembaca, pendengar atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik yang berbeda.¹⁰
- (d). Analisis isi dipakai untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda. Umumnya, penelitian ini ingin melihat kasus yang sama dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi yang berbeda dari kasus yang sama.¹¹

2) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*Inferences about the causes of communication*)

Analisis isi tidak hanya dapat dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Yang menjadi focus analisis isi disini tidak deskripsi dari pesan, tetapi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.¹²

c) Pendekatan Analisis Isi

Aspek lain dalam menyusun desain penelitian adalah pendekatan analisis isi. Apakah analisis isi dimaksudkan hanya untuk deskriptif atau lebih jauh ingin

⁹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 35.

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 38.

¹¹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 39.

¹² Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 41.

menguji hubungan diantara variabel? Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang ingin menguji hubungan diantara variabel. Pendekatan analisis isi dibagi atas tiga bagian, yaitu:

1) Deskriptif Analisis isi

Deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau untuk menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.¹³

2) Eksplanatif Analisis isi

Eksplanatif adalah analisis isi yang didalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Analisis isi ini juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Analisis tidak hanya sebatas menggambarkan secara deskriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan anatara isi pesan ini dengan variabel lain.¹⁴

3) Prediktif Analisis isi

Berusaha untuk memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Disini peneliti bukan hanya menggunakan variabel lain diluar analisis isi, tetapi juga harus menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian itu dihubungkan, dan dicari keterkaitannya.¹⁵

¹³ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 47.

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 49.

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 53.

2. Vidgram (Video Instagram)

a) Pengertian Vidgram

Saat ini di instagram tidak hanya menawarkan fitur meng-upload foto, tetapi juga video yang berdurasi maksimal 1 menit. Hal tersebut menjadikan postingan di instagram tidak hanya sebatas sebuah foto, tetapi juga dalam bentuk video. Melalui tangan-tangan kreatif atau biasa disebut *conten creator* video tidak hanya dibuat secara sederhana, tetapi menambahkan kreatifitas di dalamnya. Dengan teknologi inilah mereka memanfaatkan instagram sebagai sarana hiburan yang baru untuk orang-orang Indonesia.

Vidgram atau Video instagram merupakan video kreatif yang bisa diunggah ke instagram dari hasil *shooting* dan *editing* yang berisikan berbagai macam konten seperti genre komedi, romantis, horror, parodi, art, travelling, musik, dan makanan. Biasanya tokoh dalam video tersebut diperankan oleh diri sendiri ataupun dengan orang lain. Pembuat video disebut dengan *conten creator* sedangkan penonton dari video disebut dengan *watchers* atau *viewers*.¹⁶

Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwahpun seharusnya dapat dilakukan dimedia sosial yang terlahir dalam perkembangan internet. Vidgram merupakan salah satu fitur dari instagram yang merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri.¹⁷

Vidgram adalah salah satu fitur yang disediakan oleh aplikasi instagram yang fungsinya adalah untuk memposting video berdurasi 1 menit atau 60 detik. Fitur lain dari aplikasi instagram yaitu seperti :¹⁸

- 1) Home Page

¹⁶ Annisa Fitriani. *Fenomena Komunikasi Vidgram pada Komunitas@Pkuvidgram* (Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: 2017). 7.

¹⁷ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah* (Paradigma Untuk Aksi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2010), 172.

¹⁸ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Media Kita, Jakarta: 2012), 36.

Home Page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto atau videon terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto atau video yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah keatas seperti saat scrool mouse dikomputer.

2) Comments

Sebagai layanan jejaring sosial, instagram menyediakan fitur komentar. Foto-foto dan video yang ada di instagram dapat dikomentari dikolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto atau video, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto atau videopada kotak yang disediakan, setelah itu tekan tombol kirim.

3) Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto atau video yang paling banyak disukai para pengguna instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan kedalam explore effect atau umpam explore.

4) Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload dan jumlah follower dan following.

5) News Feed

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram. News Feed memiliki dua jenis tab yaitu "Following" dan "News". Tab "following" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab "news" menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto atau video pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitaan tersebut akan muncul di tab ini.

6) Stories

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur home, namun dalam jendela stories atau cerita foto dan video tersebut

memiliki batas waktu untuk ditampilkan. Berbeda dengan foto dan video yang di posting di halaman home. Fitur stories lebih terlihat seperti kilasbalok singkat untuk membagikan momen secara singkat dan mudah. Selain fitur diatas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain seperti captions, hashtag, dan lokasi.

b) Langkah-langkah pembuatan Vidgram

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan vidgram, seperti:¹⁹

- 1) Menentukan konsep. Sebelum membuat video, konsep adalah hal utama yang harus dipikirkan. Pengertian konsep yang dimaksud adalah menentukan ide dasar, genre, jenis video dan lain-lain.
- 2) Kemudian dilanjutkan pada tahap proses shooting atau pengambilan video serta harus memperhatikan beberapa aspek yang disesuaikan dengan konsep dari video yang akan dibuat. Seperti pemilihan lokasi pengambilan gambar, kostum yang digunakan dan juga property, media pengambilan gambar seperti kamera Handphone, Action Cam (Go Pro), dan juga kamera DSLR. Stabilitas dari pengambilan gambar juga perlu diperhatikan agar hasil tidak goyang atau kabur, dengan itu penggunaan tripod juga diperlukan.
- 3) Pengambilan scene atau sudut gambar harus tepat agar video yang dihasilkan terkesan hidup dan memperlihatkan ekspresi pada pemeran.
- 4) Proses editing. Editing adalah tahap atau proses yang sangat penting dalam pembuatan vidgram. Proses bagian mana yang harus *cut* atau *crop*. Durasi vidgram dibatasi paling lama hanya 1 menit, untuk itu diperlukan editing yang pas agar video yang dihasilkan dapat maksimal. Penambahan teks monolog, tetapi hal ini tidak diharuskan hanya saja untuk berjaga-jaga apabila dialog kurang jelas.

¹⁹ Annisa Fitriani, *Fenomena Komunikasi Vidgram pada Komunitas @Pkavidgram*. (Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 4.2: 2017) 8.

Background juga diperlukan agar video terkesan hidup dan disesuaikan dengan tema video tersebut. Kemudian pemilihan filter yang juga disesuaikan dengan tema dari video.

- 5) Finishing. Pada tahapan ini video yang dibuat dianggap sudah selesai, hanya saja diperlukan sentuhan terakhir untuk cover apabila diperlukan dan bisa menggunakan aplikasi editing gambar.

c) Fitur Vidgram (video instagram) Sebagai Media Dakwah

Terkait dengan penggunaan media dakwah, media sosial akan menjadi media yang paling efektif karena jangkauan dan berbagai macam informasi yang didapat atau diakses mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu. Cakupan geografis dakwah melalui internet tidak terbatas. Semua pengguna internet dapat tersentuh oleh dakwah jenis ini.²⁰

Oleh karena itu, tidak mengherankan atau suatu hal yang tabu jika dalam perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya.²¹ Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting dan efektif :

- 1) Orang islam telah tersebar ke seluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk didapatkan agar selalu terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar disegala penjuru dunia.
- 2) Citra agama islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu segera diperbaiki. Adanya internet ini menawarkan fitur kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ke-Tuhanan ke seluruh dunia.
- 3) Pemanfaatan internet adalah untuk berdakwah, hal ini dengan sendirinya juga kan menunjukkan bahwa

²⁰ Fathul Wahid, *E-Dakwah; Dakwah Melalui Internet* (Yogyakarta: Gaya Media 2004),27.

²¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2010), 110.

muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah.²²

Seperti media sosial lainnya, instagram dengan fiturnya vidgram tersebut memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah diantaranya:²³

- 1) Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- 2) Para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
- 3) Dakwah melalui instagram telah menjadi salah satu pilihan para da'i. masyarakat juga bebas memilih konten dakwah seperti apa yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- 4) Cara penyampaian yang menarik dengan fitur vidgram (video instagram) telah membuat cara berdakwah Islamiah melalui instagram bisa menjangkau lapisan masyarakat luas.

3. Dakwah

a) Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu "da'wah" (الدعوة). Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, 'ain, dan wawu. Dari ketiga huruf asal ini , terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, mengisi, dan meratapi.²⁴

Sedangkan pengertian dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang artinya panggilan, ajakan

²² Fathul Wahid, *E-Dakwah; Dakwah Melalui Internet* (Gaya Media, Yogyakarta: 2004), 110.

²³ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Simbiosis Rekatama Media, Bandung: 2010),172.

²⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 6.

atau seruan. Dakwah secara terminology mempunyai pengertian mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.²⁵ Menurut Muhammad Natsir, pengertian dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang muslim dalam amar ma'ruf nahi mungkar.²⁶

Al-Rawi mengatakan bahwa dakwah adalah pedoman yang lengkap tentang perilaku manusia serta ketentuan hak dan kewajiban. Maksud dari hal tersebut adalah seluruh aspek dalam Islam dari urusan paling kecil sampai yang besar adalah dakwah, yang tidak luput dari suatu hal melainkan sudah lengkap dan jelas. Muhammad al-Khadlar Husain juga mengungkapkan bahwa dakwah merupakan menyeru manusia kepada kebaikan dan hidayah serta amar ma'ruf nahi mungkar untuk mencapai kepada kehidupan yang bahagia dunia akhirat.²⁷

Pengertian dakwah juga dikemukakan oleh Adam 'Abdullah al-Alwariyy yang menyebutkan, bahwasanya dakwah adalah memalingkan pandangan dan pola pikir manusia pada akidah yang bermanfaat bagi mereka serta pada kemaslahatan, juga berarti upaya penyelamatan manusia dari kesesatan dan kemaksiatan yang merongrongnya. Artinya adalah dakwah akan mengantarkan seseorang pada akidah dan keyakinan yang kuat dengan mengesampingkan akal pikiran, dan menjadikan orang selamat dari bentuk pemikiran-pemikiran sesat dan perilaku maksiat yang bersarang dalam dirinya.²⁸

b) Landasan Hukum Dakwah

Kegiatan berdakwah merupakan salah satu perintah Allah SWT dan juga seruan dari Rasulullah

²⁵ Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Al-Ikhlash, Surabaya:1983),164.

²⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta; 2011), 2.

²⁷ M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital: Seri Komunikasi Islam*, (Pustaka Al-Ikhlash, Kuningan: 2013), 8.

²⁸ M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital: Seri Komunikasi Islam*, (Pustaka Al-Ikhlash, Kuningan: 2013), 8.

SAW yang harus dilaksanakan oleh seorang muslim. Adapun dalam ayat Alquran yang menjelaskan dasar hukum dakwah di antaranya adalah QS. Āli ‘Imrān /3:104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah ada diantara kalian segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Ayat di atas secara tegas memerintahkan untuk berdakwah sehingga ijma’ ulama sepakat tentang kewajiban dakwah. Setelah kesepakatan itu terjadi perbedaan pendapat tentang kewajiban itu sendiri. Sebagian ulama berpendapat fardhu kifayah, dan sebagian yang lain fardhu ‘ain dengan syarat sesuai kadar kesanggupan masing- masing.

c) **Sifat- sifat Dasar Dakwah**

Ismail Raji Al-Faruqi dari Universitas Temple Philadelphia, USA, dalam dialog internasional tentang dakwah islam dan misi Kristen pada tahun 1976 telah merumuskan sifat-sifat dasar dakwah sebagai berikut:²⁹

- 1) Dakwah harus bersifat *persuasive* (mengajak), bukan *koersif*.
- 2) Dakwah ditunjukkan kepada pemeluk Islam dan non-Islam.
- 3) Dakwah adalah *anamnesis*, yakni berupaya mengembalikan fitrah manusia.
- 4) Dakwah bukan prabawa psikotropik.
- 5) Dakwah adalah *rational intellection*.
- 6) Dakwah adalah *rationaly necessary*.

Enam sifat dasar dakwah diatas, akan lebih mudah dipahami jika dijelaskan dari sifat dasar terakhir sampai yang pertama. Dakwah *rationaly necessary* dimaksudkan bahwa ajaran Islam yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran rasional. Dakwah menyajikan

²⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 98.

penilaian kritis tentang nilai-nilai kebenaran, sebuah proposisi, fakta tentang metafisik dan etik serta relevansinya bagi manusia. Sudah seharusnya pesan dakwah disampaikan secara rasional, hal ini disebut *rational intellection*.³⁰ Dengan prinsip pendekatan rasional dalam berdakwah, maka dakwah tidak dibenarkan dengan cara perbawa *psikotropik*, yaitu menggunakan cara yang tidak alami, mistis ataupun lainnya yang menjadikan manusia bertindak diluar kesadaran normalnya.³¹

Pendekatan rasionalitas berarti kita mengajak manusia untuk kembali kepada sifat aslinya yang *fitri* (suci) artinya sifat manusia sejak lahir adalah secara kodrati menerima kebenaran Islam.³² Dakwah dengan mengembalikan fitrah manusia tidak hanya berlaku untuk orang nonmuslim, tetapi juga untuk orang muslim. Kepada orang nonmuslim, mereka kita ajak untuk menuju keimanan yang benar, dan kepada orang-orang muslim, kita mengajak untuk meningkatkan kadar keimanan.³³ Dakwah bersifat *persuasive* artinya selalu berusaha memengaruhi manusia untuk menjalankan agama sesuai dengan kesadaran dan kemauannya sendiri. Kita tidak diperkenankan memaksa orang lain (koersif) untuk mengikuti keyakinan yang kita jalani.³⁴

4. Media Dakwah

a) Pengertian media dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu median, yang merupakan bentuk jamak dari medium. Pengertian secara etimologi media berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi

³⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 100.

³¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 101.

³² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 101.

³³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 104.

³⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 105.

informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.³⁵

Media atau perantara (wasilah) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u.³⁶ Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u. Dengan banyaknya media, seorang dai harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.

b) Macam- macam media dakwah

Dakwah yang menjadi bagian dari praktik komunikasi dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang panca indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan nonmassa.³⁷ Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi atas tiga golongan yaitu, *The spoken words* (berbentuk ucapan), *The printed writing* (berbentuk tulisan), *The audio visual* (berbentuk gambar hidup).³⁸ Media dakwah juga ada yang ditinjau dari segi sifatnya yaitu, media tradisional dan media modern.

Penggolongan media dakwah berkaitan dengan benda atau alat. Dan media dakwah dalam hal ini dikelompokkan menjadi empat:³⁹

1) Media Visual

Media visual adalah alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra

³⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 113.

³⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004), 120.

³⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Remaja Rosdakarya, Bandung: 2010), 105.

³⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Kencana Prenada Media, Jakarta: 2004),121.

³⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 116-118.

penglihatan. Berikut ini yang termasuk media visual diantaranya yaitu:

a. Film slide

Media ini berupa rekaman gambar pada film postif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Film slide ini dapat dipakai berulang-ulang sejauh programnya sesuai dengan yang diinginkan. Namun untuk membuat program ini diperlukan orang yang ahli dalam bidang fotografi dan grafis.

b. Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Media ini mudahnya dapat disusun sesuai selera dai, tapi diperlukan ruangan yang beraliran listrik.

c. Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimana- mana. Keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik, majalah dan sebagainya. Seorang dai yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien.

2) Media audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran.⁴⁰

a. Radio

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Jika dakwah dilakukan melauai siaran radio dia akan mudah dan praktis. Jarak komunikasi yang jauh pun dapat dijangkau. Radio memiliki daya tarik tersendiri yakni musik, kata-kata, dan efek suara.⁴¹

b. Tape recorder

⁴⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 120.

⁴¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Prenada Media, Jakarta: 2004), 152.

Media ini termasuk media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset dan dari pita kaset yang berisi rekaman dapat diputar kembali dalam bentuk suara dan dapat diulang kapan saja sesuai kebutuhan.⁴²

3) Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara bersamaan pada saat mengomunikasikan pesan dan informasi.⁴³

a. Televisi

Masyarakat Indonesia terutama di beberapa daerah banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.

b. Film

Jika film digunakan sebagai media dakwah, maka misi dakwahnya adalah naskahnya, skenario, shooting, dan aktingnya. Media ini memiliki kekurangan pada proses pembuatan yang cukup lama dan juga menggunakan biaya yang cukup besar. Namun media ini dapat menjangkau pelbagai kalangan.⁴⁴

c. Internet

Dakwah di media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruhan penjuru, dengan keluasaan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, budaya, dan lainnya. Menyikapi fenomena ini, Nurcholis Madjid mengatakan yang dikutip oleh Samsul Munir Amin:

“Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila

⁴² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 119.

⁴³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 120.

⁴⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 121.

*internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekreja.”*⁴⁵

4) Media Cetak

Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media yang termasuk ini antara lain:⁴⁶

a. Buku

Para ulama salaf terdahulu telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Seperti halnya Imam Al-Ghazali, Imam Nawani, dan lain-lain.

b. Surat Kabar

Surat kabar menjadi media favorit dikarenakan harga yang murah dan juga berita yang ditampilkan selalu up to date dan memuat berbagi jenis berita. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar dengan cara para dai menulis rubrik di surat kabar berkaitan dengan rubrik agama.

c. Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Jika berdakwah melalui majalah, maka seorang dai dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

5. Pesan Dakwah

a) Pengertian Pesan Dakwah

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang

⁴⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 122.

⁴⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, Jakarta: 2009), 122-124.

dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.⁴⁷ Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Sementara Astrid mengemukakan bahwa pesan adalah, ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.⁴⁸ Sedangkan dakwah pada hakikatnya memiliki pengertian secara khusus. Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang bermakna "panggilan, ajakan atau seruan".⁴⁹

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam, bergantung pada tujuan dakwah yang di capai sudah menjadi doktrin dan komitmen bahkan setiap muslim wajib berdakwah, baik itu secara perorangan ataupun dengan orang banyak, oleh karena itu dakwah harus terus di lakukan. Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Quran dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan akhlak dengan sebagaimana cabang ilmu yang diperolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang di sampaikan da'i kepada mad'u yang bersumber dari agama Islam.⁵⁰

b) Macam-macam Pesan Dakwah

Secara umum pesan atau materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat pokok yaitu:⁵¹

1) Akidah

⁴⁷ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Gaya Media Pratama, Jakarta: 1997), 9.

⁴⁸ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (BinaCipta, Bandung: 1997), 7.

⁴⁹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2013), 43.

⁵⁰ Jamaludin Kafi, *Psikologi Dakwah*, (Indah, Surabaya: 1997), 35.

⁵¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006), 24-28.

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk karakter taqarrub seorang hamba kepada Allah. Akidah Islam disebut Tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Materi akidah biasanya menyangkut masalah keimanan, tauhid, dan syirik.⁵²

2) Syariat

Syariat adalah seluruh hukum yang terdapat dalam agama Islam, baik hubungan manusia dengan Tuhan, maupun manusia dengan manusia. Materi syariat merupakan materi yang menyangkut hukum wajib, haram, sunah, makruh, dan mubah. Syariat erat kaitannya dengan amal lahir dalam rangka mentaati semua hukum Allah swt. Materi dakwah yang bersifat syariat ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam di berbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan. Pada penelitian ini, materi syariat mengkhususkan pada kategori hukum yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya.⁵³

3) Muamalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsinya dari pada urusan ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi ini tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah dalam muamalah disini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT. Cakupan aspek muamalah lebih luas daripada ibadah.⁵⁴

Muamalah asalnya masuk dalam kategori syariat yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia yang lain. Islam merupakan agama yang

⁵² Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006), 24.

⁵³ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006), 27.

⁵⁴ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006), 28.

memberikan porsi yang besar terhadap urusan muamalah. Materi muamalah terkait masalah hubungan antar sesama manusia. Islam mengajarkan tentang adab dan sikap yang benar dalam bergaul. Materi muamalah inilah yang banyak berbicara tentang hubungan antar sesama manusia.

4) Akhlak

Pembahasan akhlak pada dasarnya hanya pelengkap dalam materi dakwah. Akhlak juga masuk dalam pembahasan muamalah, tapi dalam hal ini dibedakan dengan pengertian bahwa akhlak yang dimaksud berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin seseorang yang memengaruhi perilaku manusia. Materi akhlak juga cukup penting dikarenakan Rasulullah saw. sendiri diutus oleh Allah swt. untuk menyempurnakan akhlak.⁵⁵

6. Dakwah Di Era Internet

Dakwah adalah sebuah kegiatan yang harus dilakukan secara terus-menerus terhadap objek dakwah. Kegiatan dakwah pastinya mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa sesuai dengan situasi dan kondisi dari masyarakatnya itu sendiri. Kegiatan dakwah seharusnya adalah menjadi tugas setiap muslim dalam pengertian yang sederhana (dalam skala mikro) sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Namun dalam pengertian dakwah secara ideal dan makro, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok atau organisasi harus dilakukan dengan dasa harus menguasai berbagai aspek, baik metode, materi, media dan juga menguasai sasaran dakwah.⁵⁶

Media komunikasi mempunyai arti semua medium yang dipakai dalam proses berkomunikasi. Pada level ini Islam nampak akomodatif dalam mengambil beberapa media baik yang tradisional maupun media modern. Masalah media menjadi permasalahan peradaban manusia, dan juga peradaban yang erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya

⁵⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006), 28.

⁵⁶ Engeng Purwanti, “*Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Pengembangan Organisasi Dakwah*”, *Jurnal Adzikra* 01, no. 02 (2010), 6.

yang beredar serta peningkatan karsa dan kemampuan manusia. Maka seperti yang diketahui bahwa dakwah yang disampaikan di setiap masa selalu ada penggunaan media mulai dari yang paling sederhana seperti bahasa dan isyarat sampai pada penggunaan media yang berbentuk material seperti buku, surat, dan gambar, sesuai pencapaian teknologi pada masa itu.⁵⁷

Dakwah pada zaman seperti ini tidak cukup jika hanya disampaikan melalui lisan tanpa ada seperangkat pendukungnya. Dakwah yang disampaikan oleh lisan hanya dapat menjangkau mad'u dengan jarak dekat dan terbatas. Kegiatan dakwah jika dengan menggunakan alat bantu maka akan memperluas jarak bahkan tidak ada jarak sama sekali. Seperti misalnya seorang da'i menyampaikan dakwah di atas mimbar tanpa mikrofon atau penguat suara, maka yang mendengar hanya orang-orang yang ada di dalam masjid, jika menggunakan alat elektronik seperti mikrofon dan penguat suara lainnya, maka orang-orang yang berada di luar masjidpun dapat mendengar. Cara kerja media internet juga seperti itu, seseorang dapat berdakwah tanpa ada batas ruang dan waktu di dalam jaringan internet. Dakwah dapat disampaikan dan orang yang berada di beda negara pun bisa mendapatkan dakwah tersebut.

Keberadaan internet juga bisa melampaui pola penyebaran pesan atau informasi dari media tradisional, karena media internet memiliki sifat bisa berinteraksi, mengaburkan batas geografis, dan bisa dilakukan kapan saja. Salah satu karakter yang disebut sebagai media lama atau baru adalah karakter broadcast yang mewakili media lama, sementara karakter interactivity yang mewakili media baru.⁵⁸

Berkut ini ada tiga alasan mengapa dalam berdakwah melalui internet itu penting:⁵⁹

- a) Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Di Indonesia, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbanyak, sedangkan di dunia, Islam merupakan agama

⁵⁷ M. Tata Taufik, M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital: Seri Komunikasi Islam*, (Pustaka Al-Ikhlash, Kuningan: 2013), 163.

⁵⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Prenada Media Grup, Jakarta: 2014), 14.

⁵⁹ Fathul Wahid, *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet* (Gava Media, Yogyakarta: 2004), 30.

dengan pemeluk terbanyak kedua setelah kristen. Hal ini yang sama juga terjadi di Amerika, Perancis, dan Inggris. Pertumbuhan pemeluk Islam di negara eropa lainnya dan Australia berkembang sangat pesat. Adanya internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu *keep touch* dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.

- b) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat yang perlu diperbaiki. Melalui internet segala pemberitaan yang tidak benar bisa menjadi salah satu penawaran kemudahan untuk menyebarkan pemikiran- pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan keseluruhan dunia. Internet saat ini banyak digunakan menyebarkan propaganda anti Islam atau memberikan informasi tentang Islam yang salah. Maka penggunaan internet merupakan salah satu cara efektif melawannya. Kehadiran internet sekaligus menjadi ajang dakwah ke komunitas non-muslim.
- c) Pemanfaatan internet untuk kegiatan dakwah. Dalam berdakwah melalui media sosial dengan memanfaatkan internet dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim juga bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada, selama tidak bertentangan dengan akidah. Di negara-negara maju, media sosial ini telah memudahkan umat Islam dalam mengelola dakwahnya dan berkomunikasi dengan anggota jamaah lainnya.

7. Moderasi Beragama

Akhir-akhir kita sering mendengar istilah “moderasi beragama”. Apa sih itu “moderasi”? Menarik pengalaman Imam Shamsi Ali, imam di *Islamic center* di *New York*, Amerika Serikat dan direktur *Jamaica Muslim Center*, dalam tulisannya di *Republika online*. Ia menulis pengalamannya bertemu dengan seorang non-muslim dalam perjalanan dari rumah ke kota. Ternyata, bagi si bule ini, *moderate are those who live as as anyone else. Dress as others, partying as others, eating and drinking as others, marrying as others*” (moderat adalah mereka yang hidup seperti halnya orang lain. Berpakaian seperti orang lain, pergi ke pesta seperti orang

lain, makan dan minum seperti orang lain, menikah seperti orang lain). Itu artinya, moderasi dimaknai hidup seperti orang-orang kebanyakan; makan, minum, ke pesta, menikah, dan lain-lain. Moderat adalah hidup seperti orang kebanyakan, tidak aneh-aneh.

Jika ukuran moderasi adalah apa yang berlaku di masyarakat, menjadi relatif. Jika masyarakatnya terbiasa dengan pesta mabuk-mabukan, maka hidup yang benar dan benar itu artinya moderat juga harus mengikuti arus masyarakat. Wajar kemudian di masyarakat Eropa bisa jadi muslimah yang berjilbab dan muslim yang bersorban di mata mereka, setidaknya, aneh, jika tidak dikatakan radikal dan esktrm.

“Moderasi” memang sering dilawankan dengan radikalisme dan akstremisme. Akan tetapi, batasannya tidak boleh sekehendak hati, karena setiap orang dengan latar subjektifnya baik karena pandangan ideologis agama maupun kulturnya seaneh-gue mendefinisikan “moderasi”. Ini tentu adalah sebuah kekeliruan.⁶⁰

Dalam masyarakat Indonesia yang multibudaya, sikap keberagaman yang eksklusif yang hanya mengakui kebenaran dan keselamatan secara sepihak, tentu dapat menimbulkan gesekan antar kelompok agama. Konflik keagamaan yang banyak terjadi di

Indonesia, umumnya dipicu adanya sikap keberagaman yang eksklusif, serta adanya kontestasi antar kelompok agama dalam meraih dukungan umat yang tidak dilandasi sikap toleran, karena masing-masing menggunakan kekuatannya untuk menang sehingga memicu konflik. Konflik kemasyarakatan dan pemicu disharmoni masyarakat yang pernah terjadi dimasa lalu berasal dari kelompok ekstrim kiri (komunisme) dan ekstrim kanan (Islamisme). Namun sekarang ini ancaman disharmoni dan ancaman negara kadang berasal dari globalisasi dan Islamisme, yang oleh Yudi (2014 : 251) disebutnya sebagai dua fundamentalisme : pasar dan agama.

⁶⁰ Wardani, Moderasi Beragama, Universitas Islam Negeri Antari Banjarmasin, 04 juni 2020, <https://www.uinantasari.ac.id/moderasiberagama/#:~:text=Pertama%2C%20moderasi%20adalah%20sikap%20dan,umat%20Islam%20dibandingkan%20umat%20lain>. (25 oktober 2020)

Dalam konteks fundamentalisme agama, maka untuk menghindari disharmoni perlu ditumbuhkan cara beragama yang moderat, atau cara ber-Islam yang inklusif atau sikap beragama yang terbuka, yang disebut sikap moderasi beragama. Moderasi itu artinya moderat, lawan dari ekstrem, atau berlebihan dalam menyikapi perbedaan dan keragaman⁶¹.

Moderasi Qur`ani

Lebih baik kita kembali konsep al-Qur`an sendiri, karena kitab suci ini lah muara kita dalam memahami Islam. Moderasi dalam pandangan al-Qur`an menjadi inti dari sebuah tatanan masyarakat yang ideal (*khayr ummah*). Konsep al-Qur`an menjadi tawaran yang kuat di tengah pergulatan wacana keilmuan sepanjang sejarah manusia tentang masyarakat, isu ini merupakan wacana yang selalu diperbincangkan.

Dengan kembali konsep al-Qur`an sendiri, ada standar yang objektif dan baku. Dari istilahnya, “moderasi” dalam al-Qur`an disebut dengan *wasathiyyah*, diambil dari kata *ummatan wasathan* (umat yang moderat) (Qs. 2: 143). Secara kebahasaan, *wasath* adalah posisi tengah di antara dua sisi bersebelahan. Akan tetapi, tidak lantas lalu kita memaknai secara fisik. Tentu tidak. Tidak juga terlalu *rigid*. Yang penting adalah keseimbangan (*tawâzun*, *equilibrium*). Kita bisa membutiri beberapa point penting moderasi menurut al-Qur`an.

Pertama, moderasi adalah sikap dan pandangan yang tidak berlebihan, tidak ekstrem dan tidak radikal (*tatharruf*). Q.s. al-Baqarah: 143 yang dirujuk untuk pengertian moderasi di sini menjelaskan keunggulan umat Islam dibandingkan umat lain. Dalam hal apa saja? Al-Qur`an mengajarkan keseimbangan antara hajat manusia akan sisi spritualitas atau tuntutan batin akan kemahadiran Tuhan, juga menyeimbangkan tuntutan manusia akan kebutuhan materi. Konon, disebutkan dalam hadits, ada sekelompok orang mendatangi Nabi Muhammad untuk menunjukkan bahwa mereka adalah orang kuat beribadah, sampai tidak menikah.

⁶¹Agus Akhmadi, *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation In Indonesia's Diversity*, Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. 13, no. 2, Pebruari - Maret 2019. 49.

Nabi menjawab, yang benar adalah keseimbangan antara ibadah dan pemenuhan materi. Itulah sunnah beliau.⁶²

Dalam hal moral, al-Qur`an mengajarkan juga keseimbangan, sikap tidak berlebihan juga ditekankan. Seseorang tidak perlu terlalu dermawan dengan menyedekahkan hartanya sehingga dia sendiri menjadi bangkrut. Tapi, ia juga jangan kikir, sehingga ia hanya menjadi kaya sendiri, harta yang terkonsentrasi di kalangan orang-orang berpunya. Demikian, pesan ini disarikan dari ayat al-Qur`an sendiri.

Kedua, moderasi adalah sinergi antara keadilan dan kebaikan. Inti pesan ini ditarik dari penjelasan para penafsir al-Qur`an terhadap ungkapan ummatan wasathan. Menurut mereka, maksud ungkapan ini adalah bahwa umat Islam adalah orang-orang yang mampu berlaku adil dan orang-orang baik (al-`udul wa al-khiyar).

Kemajemukan di Indonesia tidak bisa hanya disikapi dengan prinsip keadilan, melainkan juga dengan prinsip kebaikan. Keadilan adalah keseimbangan dan ketidakberpihakan dalam menata kehidupan dengan asas hukum dan kepastian di dalamnya. Akan tetapi, keadilan atas adanya hukum formalitas hitam-putih secara rigid juga tidak cukup jika tidak dibarengi dengan kebaikan, yaitu unsur yang juga melandasi prinsip keadilan. Hukum bisa saja hanya menyentuh aspek permukaan dan tidak memenuhi rasa keadilan sesungguhnya, sehingga perlu ada sentuhan kebaikan. Keadilan adalah dimensi hukum, sedangkan kebaikan adalah dimensi etik.

Dalam Qs.al-Baqarah: 143, dijelaskan bahwa Allah menyatakan bahwa kaum muslimin dijadikan ummatan wasathan sebagaimana dinyatakan, *“Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu umat yang moderat agar menjadi saksi atas manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas kamu. Dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan supaya Kami*

⁶² Wardani, Moderasi Beragama, Universitas Islam Negeri Antari Banjarmasin, 04 juni 2020, <https://www.uinantasari.ac.id/moderasiberagama/#:~:text=Pertama%2C%20moderasi%20adalah%20sikap%20dan,umat%20Islam%20dibandingkan%20umat%20lain.> (25 oktober 2020)

mengetahui siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. Dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa amat berat, kecuali bagi orang yang telah diberi petunjuk bagi Allah, dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Mahapengasih dan Mahapenyayang.”

Menurut nukilan al-Wahidi dalam Asbab al-Nuzul dan as-Suyûthî dalam Lubab al-Nuqul yang sama-sama berasal dari riwayat Ibn ‘Abbas, ayat ini diturunkan berkenaan dengan peristiwa pemindahan kiblat dari Baitul Makdis ke Baitullah. Dalam riwayat tersebut dijelaskan bahwa sebagian kaum muslimin ingin mengetahui status shalat mereka dibandingkan dengan orang yang meninggal sebelum pemindahan kiblat tersebut. Ayat tersebut diturunkan untuk menjelaskan bahwa Allah tidak akan menyia-nyiakan iman orang yang beribadah menurut ketentuan yang sebelumnya berlaku. Riwayat ini diperjelas dengan nukilan Abu al-Faraj al-Jawzi yang bersumber dari riwayat Ibn ‘Abbas, Abu Sa’id, Mujahid, dan riwayat lain yang bersumber dari Qatadah yang menyatakan bahwa ayat tersebut diturunkan berkenaan dengan ucapan orang Yahudi bahwa kiblat mereka adalah kiblat para Nabi dan mereka adalah orang-orang yang paling adil di antara mereka.⁶³

Para penafsir klasik, semisal Ibn Katsir dan al-Qurthubi, dan penafsir modern, semisal Ahmad Mushthafa al-Maraghi, sepakat menafsirkan ungkapan *wasathan* dalam ayat tersebut dengan orang-orang yang adil dan baik (*al-‘udul wa al-khiyar*). Argumen dari *nash* yang dikemukakan, antara lain, berupa riwayat al-Bukhari, yang menafsirkan ungkapan tersebut dengan adil dan diperkuat dengan rujukan makna pada beberapa syair Arab klasik. Makna ini diperkuat pula dengan telaah makna akar katanya.⁶⁴

Menurut ar-Raghib, kata *wasath(an)* dalam ayat tersebut menunjukkan konotasi non-fisik, yaitu sifat keadilan dan kemampuan untuk menengahi (*al-inshaf*). Pendapat ar-

⁶³ Agus Akhmadi, *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation In Indonesia’s Diversity*, Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. 13, no. 2, Pebruari - Maret 2019. 56.

⁶⁴ Agus Akhmadi, *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation In Indonesia’s Diversity*, Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. 13, no. 2, Pebruari - Maret 2019. 56.

Raghib tersebut diperkuat dengan; pertama, kata *wasath*(an) dalam ayat tersebut dipertentangkan dengan “orang-orang yang tidak menggunakan akal” (*as-sufaha*’) pada ayat sebelumnya dalam konteks pandangan Yahudi, berdasarkan suatu riwayat, yang tidak memahami dan menyangkal pemindahan kiblat dari Baitul Maqdis ke Baitullah; kedua, penggunaan kata tersebut dalam ayat lain (Qs. al-Qalam: 28) dengan ungkapan *qâla awsathuhum* (orang yang paling adil di antara mereka berkata..). Penafsiran *wasath* dengan “adil dan baik” pada hakikatnya merupakan perkembangan dari makna pokoknya, “tengah”. Sesuatu dianggap baik jika berada pada posisi di antara dua kutub ekstrem, semisal dalam contoh bahwa keberanian adalah posisi tengah antara sifat ceroboh dan takut, dan kedermawanan adalah posisi tengah antara sikap kikir dan boros. Dengan demikian, kata *wasath* mencakup makna moderasi dalam sikap dan pemikiran.⁶⁵

Menurut Sayyid Quthb, tuntutan untuk bersikap moderat tersebut meliputi beberapa aspek: (a) moderasi dalam tataran teologis (tentu saja, sikap ini tidak menjustifikasi posisi Asy’ariyyah yang diklaim “moderat”, meski tidak seluruhnya konsisten) dan keharusan memelihara keseimbangan (*tawazun*) antara tuntutan material dan spiritual, (b) keseimbangan antara penggunaan rasa dan rasio, (c) keseimbangan antara rasa keinginan bebas dan tuntutan hukum yang mengikatnya, dan (d) keseimbangan dalam interaksi sosial antara hak individu dan masyarakat. Sifat moderat dalam masyarakat yang ideal menuntut anggota-anggotanya untuk berinteraksi, berdialog, dan terbuka dalam pluralisme yang ada, baik dalam agama, budaya, maupun peradaban. Tuntutan untuk bersikap moderat dan menghindari ekstremitas pemikiran ditemukan dalam Qs. an-Nisa’: 171, “*Ya ahl al-kitab la taghlu fi dinikum wa lataqulu ‘ala Allah illa al-haq*” (Wahai Ahlul Kitab, janganlah kamu bersikap melampaui batas dalam agamamu dan janganlah kamu mengatakan terhadap Allah kecuali yang benar). Hal yang sama juga ditemukan pada Qs. al-Ma’idah:

⁶⁵ Agus Akhmadi, *Moderasi Beragama dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation In Indonesia’s Diversity*, Jurnal Diklat Keagamaan, Vol. 13, no. 2, Pebruari - Maret 2019. 47.

77 dengan redaksi ayat yang hampir sama. Meski diturunkan dalam konteks ahl al-kitab, ayat yang dikutip di atas mempunyai implikasi yang berlaku umum. Al-Qur'an juga menuntut umatnya untuk bersikap *wasathiyah* dalam membelanjakan harta benda (Qs. al-Furqân: 67).

B. Penelitian Terdahulu

1. Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham).⁶⁶

Penelitian ini bersifat deksriptif kualitatif, untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan analisis isi dan teknik yang digunakan adalah metode dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nur Rohmah yaitu menggunakan internet dan instagram sebagai mediana, sedangkan perbedaan dengan penulis adalah penelitian ini menekan kepada analisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham, sedangkan penelitian penulis fokus pada analisis isis pesan dakwah vidgram pada akaun @dakwahislamuha.

2. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UIN Walisonggo)⁶⁷

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian langsung ke lapangan yaitu kepada mahasiswa sedangkan penelitian penulis menggunakan *Library Research* yang bersifat kualitatif dengan sumber data primer berupa konten instagram. Persamaan penelitian yaitu sama-sama menggunakan instagram sebagai media dakwahnya.

⁶⁶ Fifit Difika, *Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*, "Skripsi" (Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisonggo, 2016).

⁶⁷ M. Fahmi Abdul Ghoni, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah UIN Walisonggo Semarang)*, "Skripsi" (Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisonggo, 2018).

3. “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku”.⁶⁸

Persamaan dengan yang diteliti penulis yaitu sama-sama menggunakan akun instagram, Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan pesan dakwah yang dibagikan melalui gambar pada akun instagram @haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual sedangkan penulis mengenai analisis isi pesan dakwah vidgram pada akun @dakwahislamuha.

4. “Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)⁶⁹”

Fokus dalam skripsi ini yaitu pemilihan dan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online oleh @FreezyBrowniezz. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan in-depth interview dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis interaktif Miles dan Huberman Punch. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pemilihan dan pemanfaat instagram sebagai media komunikasi pemasaran memiliki beberapa faktor antara lain yaitu tujuan komunikasi pemasaran melalui media modern dan pemanfaatan fitur yang ada di dalam Insatagram. Dalam penelitian ini disebutkan pula keterkaitan antara faktor tersebut dengan pemanfaatan fitur Instagram yang ada. Disebutkan pula bahwa penggunaan Instagram sebagai media pemasaran sangat membantu dalam peningkatan hasil penjualan dari Freezy Browniezz.

Persamaan dengan yang diteliti penulis yaitu sama-sama menggunakan akun instagram, sedangkan perbedaan dengan penulis adalah penelitian ini menekan kepada

⁶⁸ Nur Rizky Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku*, “Skripsi” (Banjarmasin: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Antasari, 2016).

⁶⁹ Dewi Rahmawati, *Pemilihan dan Pemanfaatn Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskritif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)*, “Skripsi” (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, 2016)

Instagram Sebagai media Komunikasi Pemasaran Online, sedangkan penelitian penulis fokus terhadap analisis isi pesan dakwah vidgram pada akun @dakwahislamuha.

5. Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)”⁷⁰

Fokus pada skripsi ini yaitu bagaimana aplikasi Instagram digunakan sebagai media komunikasi pemasaran online shop. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melakukan observasi, studi kepustakaan dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik yang digunakan oleh Moleong. Adapun hasil dari penelitian ini menyebutkan beberapa hal yaitu, Instagram berperan sebagai media promosi online yang mudah dan juga murah, Instagram dapat mengatasi gangguan atau masalah dalam komunikasi sampai pada level B (masalah semantik), Instagram dinilai memiliki pangsa pasar yang besar sehingga sangat tepat sebagai wadah untuk mencari pelanggan, dan Instagram juga berperan dalam memberi dampak pada hasil penjualan dan bertambahnya rekan bisnis pada jaringan yang lebih luas dan jangkauan produk yang juga bertambah.

Persamaan dengan yang diteliti penulis yaitu sama-sama menggunakan akun instagram, sedangkan perbedaan dengan penulis adalah penelitian ini menekankan kepada Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop sedangkan penelitian penulis fokus terhadap analisis isi pesan dakwah.

C. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir merupakan bentuk model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.⁷¹

⁷⁰ Eryta Ayu Putri S, *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*, “Skripsi” (Surabaya: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pendidikan Nasional “Veteran” Jawa Timur, 2013)

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Alfabeta, Bandung: 2013), 5.

Penelitian ini disusun kerangka berpikir tentang Analisis Isi Pesan Dakwah Vidgram

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

