

BAB II

KAJIAN TEORI DAKWAH, MEDIA SOSIAL, INSTAGRAM, INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH.

A. Kajian Teori

1. Dakwah Islam

Islam sangat identik dengan dakwah, bahkan Islam dapat disebut dengan agama dakwah yang berarti agama yang mengutamakan umatnya untuk menyebarkan atau mensyiarkan kebaikan.¹ Penyebaran agama Islam melalui cara yang damai dan tidak ada kekerasan sedikitpun didalamnya. Meskipun dalam Sejarah Kebudayaan Islam terdapat proses peperangan yang namun hal tersebut bukan untuk menyebarkan agama Islam dengan kekerasan melainkan membela diri dan melindungi masyarakat Islam dari penindasan penguasa tirani. Oleh karena itu, pembahasan tentang dakwah dimulai dari pengertiannya, baik secara bahasa ataupun istilah karena sangat penting, agar tidak ada kesalahpahaman dalam memahami dakwah seutuhnya.

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah sebagai bentuk masdar dari kata دعا (*fi'il madhi*) dan يدعو (*fi'il mudhari'*) yang artinya adalah memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong dan memohon. Sedangkan menurut terminologi pengertian dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Dakwah juga merupakan proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar, sengaja dan berencana guna mempengaruhi mad'u tentang pengamalan ajaran agama Islam tanpa adanya paksaan.²

¹ Hasan Bastomi, *Dakwah Bil Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat*, Jurnal Ilmu Dakwah 36, no. 2 (2016): 337, diakses pada 27 Januari 2020, <http://journal.walisongo.ac.id>.

² Siti Muriyah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, ed. M. Zukroni, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 1-6.

Terdapat beberapa pengertian dakwah dari berbagai ahli sebagai berikut:

1) Prof. Toha Yahya Oemar

Menyatakan bahwa, dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.

2) Prof. Dr. Hamka

Berpendapat bahwa, dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar.

3) Muhammad Natsir

Mengatakan bahwa, seorang muslim memiliki kewajiban tanggung jawab untuk melakukan kebaikan dan memerangi kemungkaran dalam kehidupan.

4) Menurut Syaikh Muhammad Abduh

Dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap Muslim.³

Pada tataran praktik dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu: penyampaian pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia.⁴

Dakwah memiliki dua istilah yaitu Dakwah dan Dakwah Islamiyah. pengertian dakwah mengandung arti kewajiban bagi semua kaum muslimin untuk memanggil umat manusia dengan melakukan

³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 2.

⁴ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2006), 17.

dakwah islamiah tersebut, sedangkan dakwah islamiah mengacu pada seruan Islam, panggilan Islam, dan ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist.⁵ Dakwah Islamiah bertujuan untuk memancing dan mengharapkan potensi fitri manusia agar eksistensi mereka punya makna dihadapan Tuhan dan sejarah. Jadi, disini tugas dakwah adalah tugas umat secara keseluruhan bukan hanya tugas kelompok tertentu umat Islam.⁶ Dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam, tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh berbagai faktor terlebih era globalisasi, kemajuan teknologi modern seperti sekarang ini.

Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya.⁷ Islam sebagai agama dakwah menganjurkan setiap insan untuk berdakwah, yang dapat dilakukan dengan usaha amar ma'ruf nahi munkar,⁸ ajakan untuk beriman kepada Allah SWT untuk mencapai ridho Allah SWT sesuai dengan ayat Al-Qur'an Surat Ali-Imron ayat 104:

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

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”⁹

⁵ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet. Pertama, 2013), 12.

⁶ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, Cet. Ke-3, 2009), 4.

⁷ M. Munir, *Metode Dakwah*, 6.

⁸ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, 11

⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *A-Qur'an dan Terjemahannya Special for Woman*, (Bandung: Syaamil Qur'an), 63.

Dari berbagai pengertian dakwah diatas, dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan upaya untuk mengubah manusia dari berbagai sifat dan situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik.

b. Tujuan dan Fungsi Dakwah

1) Tujuan Dakwah

Tindakan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut bersesuaian dengan kaidah ajaran Islam. Inti tujuan dakwah adalah perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat. Merumuskan tujuan dakwah bermanfaat untuk mengetahui arah yang ingin dicapai dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Tanpa tujuan yang jelas, aktivitas dakwah menjadi kurang terarah, sulit untuk diketahui keberhasilannya, dan bisa jadi akan menyimpang dari target dan sasaran yang ingin dicapai.

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah SWT. agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Tujuan dakwah sebetulnya tidak ada perbedaan dengan tujuan Islam yakni formasi sikap kemanusiaan.¹⁰

Sedangkan M. Natsir sendiri memiliki pandangan tentang tujuan dakwah yaitu:

- (a) Memanggil kita pada syariat untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup rumah tangga, bermasyarakat, berbangsa bahkan bernegara.
- (b) Memanggil kita pada fungsi hidup sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas ini, berisikan manusia berbagai jenis, bermacam pola pendirian dan kepercayaannya. Yakni fungsi sebagai

¹⁰ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana, Cet Ke-1, 2011), 58.

syuhada'ala an-nas, menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia.

- (c) Memanggil kita pada tujuan hidup yang hakiki, yakni menyembah Allah.¹¹

Dalam berdakwah tidak hanya memahami tujuannya saja, tetapi juga harus memahami dari fungsi dakwah itu sendiri untuk mensukseskan proses dakwah.¹²

2) Fungsi Dakwah

Dakwah memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan umat manusia, terutama fungsi dakwah untuk umat Islam, antara lain:

- (a) Mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta

Fungsi utama dari dakwah Islam yaitu menjelaskan dan memahamkan tentang Tuhan yang hanya satu untuk patut disembah yang memiliki sumber dari Qur'an yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW.

- (b) Mengubah Perilaku Manusia

Fungsi kedua dari dakwah Islam adalah mengubah perilaku manusia dari perilaku jahiliah menuju perilaku yang Islami. Untuk mengembalikan perilaku manusia agar kembali kepada fitrahnya, yaitu memiliki iman kepada Tuhannya yaitu Allah serta memiliki perilaku yang baik kepada sesamanya.

- (c) Menegakkan Kebaikan dan Mencegah Kemungkaran

Fungsi dakwah selanjutnya yaitu menegakkan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Upaya amar ma'ruf nahi munkar harus memperhatikan batasan rambu-rambu yang diajarkan oleh Islam yaitu

¹¹ Thohir Luth, *M. Natsir, Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Insani, Cet Ke-1, 1999), 70.

¹² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), 51.

dilakukan secara evolutif dan penuh kesabaran, dilakukan secara lemah lembut.¹³

c. Unsur-unsur Dakwah

Setiap proses terjadinya dakwah haruslah dapat memenuhi unsur-unsurnya agar dakwah dapat tersampaikan dengan baik. Keberhasilan suatu dakwah ditentukan oleh berbagai macam elemen yang berhubungan dengan pemenuhan unsur-unsur dakwah. Dakwah dapat berlangsung apabila unsur-unsur yang terdiri dari da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah) dapat terpenuhi.

1) Pelaku Dakwah (Da'i)

Da'i merupakan penggerak aktivitas dakwah dapat dikatakan sebagai orang yang menjalankan proses dakwah yang memiliki ilmu dibidangnya dan disampaikan secara langsung maupun tertulis, perorangan ataupun memiliki instansi atau lembaga yang menaungi da'i untk berdakwah. Sedangkan dalam Ilmu Komunikasi da'i dapat dikatakan sebagai komunikaor ata orang-orang yang menyamapikan pesan kepada orang lain¹⁴ Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa da'i adalah umat muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliyah pokok bagi tugas ulama'. Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah SWT., tentang alam dan seisinya dalam pandangan Islam, dan kehidupan beragama, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi terhadap *problema* yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihadapkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.¹⁵

¹³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 55-58.

¹⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004),

¹⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 21-22.

Menurut Toto Tasmara menyebutkan dua macam pendakwah berdasarkan keahlian yang dimiliki:

- (a) Secara umum pendakwah adalah setiap muslim yang mukalaf. Setiap umat muslim yang mukalaf memiliki kewajiban untuk berdakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing yang dimiliki oleh seorang muslim mukalaf sebagai realisasi perintah dari Nabi Muhammad SAW., untuk selalu mendakwahkan dan menyampaikan kebenaran walaupun hanya satu ayat dan kebaikan.
- (b) Secara khusus adalah seorang muslim yang memang memiliki segala ilmu tentang agama yang mumpuni untuk disebar dan di syiarkan kepada yang lainnya, seperti contoh pendakwah, ustadz ataupun ulama'.¹⁶

Secara ideal, pendakwah atau da'i merupakan orang-orang mukmin yang menjadikan ajaran Islam sebagai pandangan dan pedoman hidupnya, Mushaf Qur'an sebagai pedomannya, Nabi terakhir Nabi Muhammad SAW., sebagai pemimpin dan tauladan baginya, dan ia benar-benar mengamalkannya dalam tingkah laku dan perjalanan hidupnya. Selain itu pendakwah/da'i juga menyampaikan ilmu tentang akidah islam, syariah dan akhlak bagi seluruh manusia tidak terkecuali.¹⁷

Pelaku dakwah (da'i) merupakan faktor dalam kegiatan dakwah yang menempati posisi sangat *urgent* dalam menenukan sukses atau tidaknya kegiatan dakwah. Jadi, pendakwah harus memiliki sikap dan kepribadian ideal untuk mencapai keberhasilan dakwah:

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 216.

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 217.

(a) Beriman dan Bertakwa Kepada Allah SWT

Da'i tidak mungkin menyeru beriman dan bertakwa kepada Allah SWT. apabila dia tidak mengerjakannya sendiri.

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ ۗ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: “Mengapa kamu menyuruh orang lain (mengerjakan) kebajikan, sedangkan kamu melupakan dirimu sendiri, padahal kamu membaca kitab (Taurat)? Tidaklah kamu mengerti”. (Q.S. Al-Baqoroh, 2:44).¹⁸

(b) Wara' dan berwibawa

Sikap wara' adalah menghindari diri dari perbuatan-perbuatan yang tidak berguna dan mengamalkan aml sholeh dengan khusus, sikap itu dapat menimbulkan kewibawaan seorang da'i baik dihadapan mad'u maupun dihadapan Allah SWT. Sebab kewibawaan seorang da'I dalam berdakwah merupakan faktor yang memengaruhi seseorang untuk percaya menerima suatu ajakan.

(c) Berpandangan luas

Seorang pendakwah/da'i dalam berdakwah sangat perlu memiliki pandangan yang jauh, tidak fanatik pada satu golongan saja dan waspada dalam menjalankan tugas sebagai da'i. Berpandangan luas dapat berarti bijaksana dan arif dalam melihat dan menyelesaikan segala permasalahan dan tidak melihat permasalahan hanya dari salah satu sudut pandang saja sehingga mengabaikan sudut pandang lainnya dan menimbulkan ketidakselarasan dalam kehidupan.

¹⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *A-Qur'an dan Terjemahannya*, 7.

(d) Berpengetahuan yang cukup

Dalam berdakwah seorang da'i diharuskan memiliki pengetahuan cukup dan mumpuni yang hendak disampaikan kepada mad'u. seorang da'i harus memiliki dasar Islam yang memadai tentang semua hal yang berhubungan dengan dakwah kepada mad'u. pengetahuan seorang da'i meliputi tentang materi dakwah hingga ilmu pengetahuan umum yang digunakan untuk berdakwah.

(e) Kemampuan berkomunikasi

Dakwah dalam ilmu komunikasi sendiri merupakan proses mengkomunikasikan isi pesan kepada komunikan. Apabila seorang da'i atau komunikator dalam penyampaiannya sulit dipahami, maka mad'u atau komunikan juga akan sulit mencerna maksud dari isi pesan dakwahnya. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara antaranya melalui lisan, tulisan atau perbuatan. Komunikasi atau dakwah dapat dikatakan berhasil manakala pesan dakwah itu dipahami oleh mad'u.¹⁹

2) Mitra Dakwah (Mad'u)

Mitra dakwah (Mad'u) adalah setiap orang atau kelompok orang yang dituju atau menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah.²⁰ setiap manusia tanpa membedakan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, warna kulit, adalah sebagai objek dakwah. demikian pula dalam ilmu komunikasi, mad'u sama halnya dengan komunikan, yaitu pihak yang didatangi pesan komunikasi atau pihak yang menerima pesan komunikasi sebagai sasaran komunikasi untuk tujuan tertentu.²¹

¹⁹ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, Cet Ke-1, 2006), 91-101.

²⁰ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, Cet ke-1, 2016), 14.

²¹ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, 22.

Keberadaan mitra dakwah yang sangat heterogen, maka hendaknya dapat dijadikan pertimbangan dalam strategi dakwah, sehingga nantinya dakwah benar-benar efektif dan berhasil menyentuh persoalan-persoalan kehidupan umat manusia sesuai dengan objek dakwahnya.

Bassam Al-Shaagh mengelompokkan tiga mitra dakwah berdasarkan hasil penerimaan dakwah oleh mad'u:

- (a) Kelompok yang pernah menerima dakwah, pada kelompok ini terdapat tiga golongan yaitu kelompok yang menerima sepenuh hati dakwah yang disampaikan sehingga menerima dan mengaplikasikan pada kehidupan dengan rasa yang ikhlas (kelompok mukmin), kelompok penolak dakwah (kafir) adalah sekumpulan orang-orang yang mengingkari ajaran agama Islam atau menolak dakwah yang sudah disebarkan ustadz sampai ulama'. Terakhir adalah kelompok pura-pura menerima dakwah (munafik), dalam kelompok ini dapat diketahui dengan perilakunya yang menyimpang setelah menerima ilmu dakwah. Didepan pendakwah seolah-olah menjadi seorang muslim yang benar-benar menerima ajaran, tetapi dibelekang akan selalu menolak bahkan tidak pernah menjalankan apa yang sudah terkandung dalam ajaran dakwah.
- (b) Kelompok yang belum pernah menerima dakwah. kelompok ini terbagi menjadi dua kelompok, yaitu: Orang-orang yang sebelum diutusnya Nabi Muhammad SAW, Orang-orang setelah diutusnya Nabi Muhammad SAW, Kelompok yang mengenal Islam dari informasi yang salah sekaligus menyesatkan.²²

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 265.

Sedangkan dari sudut motivasi peningkatan kualitas diri, mitra dakwah dapat digolongkan menjadi dua kelompok yaitu:

(a) Thalib

Mitra dakwah yang secara sadar dan sukarela mendatangi pendakwah. Mitra dakwah yang ini merasa haus akan pengetahuan dan nasihat agama.

(b) Mustad'an

Mitra dakwah yang didatangi oleh pendakwah dan diajaknya menuju jalan Islam. Dalam hal ini, pendakwahlah yang aktif dalam memberikan materi dakwah dengan mengundang para mad'u atau mendatanginya.²³

3) Materi Dakwah (Maddah)

Unsur lain yang selalu ada dalam proses dakwah adalah maddah atau materi dakwah. Materi dakwah adalah pesan yang dibawa oleh subjek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada objek dakwah.²⁴

Karakteristik materi yang disampaikan saat dakwah bersifat verbal maupun non-verbal yaitu:

(a) Mengandung Unsur Kebenaran

Kebenaran yang dimaksud dalam materi dakwah adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT., sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya.

الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ ۗ فَلَا تَكُونَ مِنَ الْمُمْتَرِينَ

Artinya: Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu (Q.S. Al-Baqarah:147).²⁵

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 298-299.

²⁴ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, (Kediri: Kalam Santri Press, 2012), 87.

²⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *A-Qur'an dan Terjemahannya*, 23.

Islam melarang seseorang untuk hanya sekedar mengikuti dugaan (*dzann*) yang belum teruji kebenarannya apalagi dugaan yang mengarahkan kepada hal negatif, dan sebaliknya memerintahkan untuk selalu mengikuti kebenaran yang sudah memiliki dukungan dalil-dalil ayat Al-Qur'an dan melarang seseorang terjerumus dalam pengaruh hawa nafsu dan kecenderungan yang mengarah kepada kesalahan berfikir, seperti: taqlid buta, berkhayal, dan berperilaku khufarat. Untuk itulah seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya perlu bersikap hati-hati.²⁶

(b) Mengapresiasi adanya Perbedaan

Dalam realitasnya tidak dapat dipungkiri bahwa setiap individu atau seorang muslim diciptakan Allah SWT. berbeda-beda namun dengan kelebihan masing-masing. Perbedaan yang ada hendaknya dijadikan sebagai upaya untuk saling melengkapi kekurangan masing-masing. Perbedaan merupakan sunnatullah yang harus di kelola dengan baik. Oleh karena itu, tugas seorang da'i mampu mengelola dan memilah-milih materi dakwah ditengah perbedaan yang ada, sehingga menjadikan materi dakwah yang disampaikan memiliki kualitas bagus yang tidak mudah menyinggung antara pihak atas beberapa perbedaan dan dapat meningkatkan kualitas umat dan kesejahteraan masyarakat.²⁷

Secara global sendiri, materi dakwah dapat diringkas dan diklasifikasikan menjadi beberapa pokok pembahasan, antara lain:

(a) Akidah Islam

Meliputi tauhid dan keimanan. Akidah mengikuti hati manusia dan

²⁶ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 142-143.

²⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 147.

menguasai batinnya. Dari akidah yang disampaikan inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia dalam kehidupan. Dengan iman yang kokoh akan melahirkan keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai setiap langkah kegiatan dakwah.

(b) Akhlakul karimah

Pembentukan pribadi yang sempurna dengan berpondasi pada nilai-nilai Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur. Cakupannya akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam sekitar.

(c) Pengembangan masyarakat (sosial) yang adil dan makmur.

Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada kehidupan pribadi.

(d) Syariat

Untuk kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Prinsip dasar utamanya adalah menebarkan nilai keadilan diantara manusia, membuat sistem hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial, mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang unuk menjadi hukum yang ditaati. Hukum atau syariat sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertiannya, bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanakan syariat dalam kehidupan sehari-hari merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Dan syariat inilah yang akan selalu menjadi

kekuatan peradaban di kalangan kaum muslimin.²⁸

4) Media Dakwah

Dalam bahasa arab, media sama disebut sebagai *wasilah* dalam bentuk jamaknya *wasail* yang berarti alat atau perantara. Dari pengertian ini, ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Menurut Hamzah Ya'qub yang dimaksud media dakwah ialah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat. Sungguh suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam total dakwah.²⁹

Ada beberapa tokoh yang memberikan penjelasan tentang media dakwah, diantaranya adalah:

(a) A. Hasjamy

Menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah, dan menyamakan alat dakwah dengan medan dakwah.

(b) Abdul Kadir Munsyi

Alat yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan ummat.

(c) Asmuni syukir

Segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.³⁰

Dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa, media dakwah merupakan alat yang menjadi perantara penyampaian pesan oleh seorang da'i terhadap mad'u dalam proses dakwah. media dakwah memiliki peranan yang sangat penting, karena apabila tanpa media dakwah tidak kan tersampaikan.

²⁸ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 88-89.

²⁹ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 142

³⁰ Mawardi MS, *Sosiologi Dakwah, Kajian Teori Sosiologi Al-Qur'an dan Al-Hadits*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, Cetakan Ke-1, 2018), 34.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, media dakwah juga semakin berkembang. Saat ini berdakwah juga bisa dilakukan dengan menggunakan *handphone* misalnya melalui *whatsApp*, *sms*, dan media sosial lainnya.³¹

Hamzah Ya'qub mengelompokkan media dakwah dalam beberapa macam yaitu dapat dijelaskan sesuai dengan kebutuhan masing-masing, sebagai berikut:

(a) Lisan

Media lisan adalah kegiatan dakwah yang dilaksanakan melalui ucapan yang selalu dilakukan oleh pendakwah seperti khutbah, nasehat pidato, ceramah kuliah, musyawarah dan lain-lain.

(b) Tulisan

Dakwah melalui cara tulisan adalah dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan seperti contoh dakwah melalui buku-buku, majalah, surat kabar, buletin. Secara langsung memang tidak ditemui dalam Al-Qur'an anjuran menggunakan media tulisan sebagai alat dakwah, tetapi tersirat dapat dipahami dari satu surat yang terdapat dalam surat Al-Qolam: 1

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

Artinya: “Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis” (Q.S. Al-Qolam Ayat 1).³²

(c) Lukisan

Dalam aktivitas dakwah, seni merupakan bagian dari cara dan penarik *audiens* atau mad'u. media ini memang banyak menarik

³¹ Fachruddin M. Mangunjaya, dkk, *Menaman Sebelum Kiamat, Islam, Ekologi, dan Gerakan Lingkungan Hidup*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007), 76.

³² Departemen Agama Republik Indonesia, *A-Qur'an dan Terjemahannya*, 564.

perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambar suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain. Seni lukis suda populer juga dalam *tamadun* Islam, A. M. A Shustery telah menguraikan beberapa seni cat dan seni lukis Arab yaitu:

- (1) Bingkai dan hiasan Al-Qur'an dan kitab-kitab agama dengan reka bentuk bunga yang berwarna keemasan.
- (2) Gambaran hasil karya sejarah yang memperjuangkan perjuangan Nabi Muhammad SAW., dan Khalifah Khulafaur Rasyidin.
- (3) Cerita-cerita fiksiyen seperti *syair-syair Nizami dan Jami*.
- (4) Seni cat yang menggambarkan keadaan peperangan, masjid, gunung-gunung dan keindahan alam.
- (5) Gambaran taman dan air terjun yang indah.

(d) Audio Visual

Metode menggunakan audio visual adalah suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Media audio visual seperti televisi sangat efektif sebagai media dakwah karena sangat praktis, kemudian tidak harus mengikuti dengan cara formal, dengan mengenakan pakaian lengkap seperti mau ke masjid atau mushola, disamping itu semua orang dapat mengikuti dan menikmati dengan seksama dan rileks.

(e) Akhlak

Alat dakwah yang sangat utama ialah akhlak, budi nyata yang dapat dilihat dan nilai seseorang dengan kasat mata, bukan pidato, bukan tulisan, melainkan pada budi pekerti yang luhur. Akhlak disini adalah perilaku yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari dapat dijadikan media dakwah dan sebagai

alat untuk mencegah orang dari berbuat kemunkaran atau juga yang mendorong orang lain berbuat ma'ruf. Seorang da'i dituntut mengenal dan mengathui ilmu tentang akhlak. Ilmu akhlak ialah ilmu yang membahas tentang batas antara yang terpuji dan yang tercela, antara baik dan buruk, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin. Akhlak terpuji harus dimiliki oleh seorang da'i dalam upaya meyakinkan orang lain kepada ajaran Islam. Mayoritas penganut Islam mempunyai kecenderungan melihat kepada sosok figure yang dipercaya yang digunakan sebagai contoh atau teladan dalam kehidupan. Bila figurnya tidak mempunyai moral, maka mad'u akan meninggalkan atau malah mengikuti akhlak tercela yang ditunjukkan oleh da'i. Pada sisi lain, media dakwah yang proposional dalam fenomena masyarakat adalah terletak pada sikap dan perilaku para da'i. Bukan hanya terletak pada keahliannya akan tetapi akhlaknya yang dapat dijadikan panutan, pandangan dan tauladan bagi umatnya.

(f) Budaya

Budaya sebagai salah satu media dakwah telah dibuktikan efektifitasnya dalam kehidupan masyarakat. Diantaranya adalah wayang. Koentjaningrat, memandang bahwa kebudayaan itu memiliki unsur-unsur penting diantaranya adalah: Upacara keagamaan dan Sistem religi, Sistem religi dan organisasi kemasyarakatan, Sistem pengetahuan, Bahasa, Kesenian, Sistem mata pencaharian hidup, Sistem teknologi dan peralatan.³³

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

³³ Ahamad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu dan Prespektif Masa Depan*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 65-75.

(a) Media Terucap

Media berupa alat-alat yang dapat digunakan untuk berdakwah, bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon dan sejenisnya.

(b) Media Tertulis

Media tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, dan sejenisnya yang berkaitan dengan penyampaian secara teks.

(c) Media Dengar Pandang

Media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.³⁴

Dari penafsiran tersebut, media dakwah dibagi menjadi tiga jenisnya yaitu:

(a) Media Auditif

(1) Radio

Media ini sangat penting dijadikan media dakwah sebab media ini memiliki kelebihan. Untuk menyampaikan dakwah melalui radio tidak harus melalui proses yang sangat kompleks, sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui pers, majalah, dan sebagainya. Dengan mempersiapkan secarik kertas, pendakwah dapat langsung menyampaikan pesannya didepan mikrofon.

(2) *Tape Recoder*

Alat perekam suara ini merupakan media dakwah yang dapat digunakan oleh pendakwah untuk mempermudah dakwahnya. Alat perekam ini bekerja dengan merekam tausiyah pendakwah yang berjalan semacam MP3 yang dapat di ulang sewaktu-waktu tanpa

³⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 406-407.

ada batasan untuk mendengarkan dakwah dari da'í.³⁵

(b) Media Visual

Media visual merupakan media yang bisa dipandang atau dilihat.

(1) Majalah

Tipe majalah ditentukan oleh siapa sasaan khalayak yang dituju. Maksudnya dakwah yang memusatkan khalayakny kepada orang-orangf Islam yang cenderung untuk mengajarkan dakwah maka dakwah dapat menggunakan media majalah. Biasanya majalah yang dapat digunakan untuk berdakwah adalah majalah islami yang didalamnya banyak memuat teks tentang dakwah ataupun membahas ilmu, kisah islam lainnya. Apabila hendak menuliskan atau berdakwah di majalah juga sangat sulit karena apabila tulisan teks dakwah yang diperbuat tidak sesuai dengan visi redaktornya juga tidak akan diterbitkan sebbagai ajaran dakwah di majalah tersebut.

(2) Poster

Dakwh dengan poster ini biasanya dilakukan di jalan raya besar untuk sekedar mengingatkan kebaikan untuk pengguna jalan atau selebihnya. Karena poster memiliki tempat di jalanan dalam menyebarkannya maka pula diperlukan teknik ketertarikan dan ingatan yang dibuat dengan mengarahkan mad'u tertuju kepada poster dakwah yang dipasang. Oleh karena itu, karakter poster haruslah memiliki pesan dakwah yang singkat,

³⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 411-413.

kreatif namun mudah diingat sehingga mad'u atau pengguna jalan yang notabennya bukan mad'u tetap akan mudah mengingat pesan dakwah yang disampaikan dalam poster.³⁶

(3) Internet

Fenomena kita masuk pada abad komunikasi canggih, dimana manusia modern diuntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupan. Seharusnya dengan media inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu, dan tempat.

Dari uraian tentang begitu besarnya pengaruh sikap dan perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh media massa diatas, maka kita harus membangkitkan kesadaran umat Islam untuk memiliki dan menggunakan teknologi untuk berdakwah.³⁷

(c) Media AudioVisual

Dakwah dengan media audiovisual merupakan suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan serta pendengaran audien. Yang termasuk dalam jenis ini adalah televisi, film, sinetron, drama dan sebagainya. Terkadang pesan yang disampaikan melalui media ini, cenderung lebih mudah diterima oleh audien bahkan dapat membentuk karakter mereka. Materi dakwah yang dikemas dalam bentuk hiburan cenderung lebih disukai daripada dakwah yang disampaikan melalui

³⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 416-418.

³⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 420-422

ceramah keagamaan yang kaku, apalagi membosankan.³⁸

Media dakwah bukan saja berperan sebagai alat bantu dakwah. namun, bila ditinjau dakwah sebagai satu sistem yang terdiri dari beberapa komponen yang saling berkaitan, maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibandingkan dengan komponen lain. Penggunaan media sendiri sangat penting dalam proses dakwah karena setiap kata yang terucap dari manusia hanya dapat menjangkau jarak yang sangat terbatas. Sedangkan dengan memanfaatkan media atau alat-alat komunikasi massa, maka jangkauan dakwahpun tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu.³⁹

5) Metode Dakwah

Secara bahasa, kata metode dalam bahasa Latin berasal dari dua akar kata, yaitu *meta* yang berarti “melalui” dan *hodos* yang berarti jalan atau cara. Dalam bahasa Yunani, metode, berasal dari akar kata *methodos* yang berarti jalan. Dalam bahasa Jerman, metode berasal dari akar kata *methodica* yang berarti ajaran tentang metode. Sedangkan dalam bahasa Arab metode disebut *tariq* atau *tariqah* yang berarti jalan atau cara.⁴⁰ Metode dakwah juga dapat diambil pengertian bahwa, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.⁴¹

Metode dakwah dikelompokkan menjadi 3 cakupan, menurut Firman Allah SWT.

³⁸ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 144.

³⁹ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 142.

⁴⁰ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet Ke-1, 2015), 30.

⁴¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 243.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِبْهُمْ إِلَىٰ هِي
أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ.

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka 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 (Q.S. An-Nahl, ayat125).⁴²

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

(a) Metode Bi Al-Hikmah

Dari segi etimologi, hikmah digunakan untuk menunjuk kepada arti-arti seperti keadilan, ilmu, kearifan, kenabian, dan juga Al-Qur'an. Dari kata hikmah juga didapat derivasinya "hakim", yang berarti seorang yang berprofesi memutuskan perkara-perkara hukum. Hikmah bisa ditafsirkan sebagai integrasi antar-ucapan dan perbuatan, ilmu yang bermanfaat dan amal sholeh, takut kepada Allah dan bersifat hati-hati dalam agama, ilmu beserta pengamalannya, hingga menjawab pertanyaan dengan cepat dan benar.⁴³ Metode Bi Al-Hikmah juga dapat didefinisikan bahwa berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam

⁴² Departemen Agama Republik Indonesia, *A-Qur'an dan Terjemahannya*, 281.

⁴³ Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama*, 201.

menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.⁴⁴

Menurut Al-Qahtany, artian dakwah menggunakan metode bil-hikmah tidak hanya memiliki batasan sederhana tentang kata-kata hikmah, motivasi diri, kelembutan dan lain sebagainya, namun lebih dari itu. Upaya pendekatan yang dilakukan da'i dengan menyelaraskan pandangan dengan mad'u tentang rasio, memahami pesan yang disampaikan dengan melihat kondisi mad'u merupakan metode dakwah bil-hikmah yang tidak hanya diberikan artian sederhana tentang kata-kata hikmah. Karena dalam setiap dakwah metode dakwah bil-hikmah inilah menjadi kunci sukses prose dakwah dapat berjalan dengan baik.⁴⁵

Dakwah Bi Al-Hikmah berarti berjuang dengan penuh ilmu, kesabaran, kesadaran, kesesuaian perkataan dengan hadirannya, kesesuaian antar antara perkataan dan perbuatan, dengan keluhuran budi dan teladan. Serta tidak pernah lari dari jalan lurus syariat dan kebenaran. Jalan dakwah Bi Al-Hikmah ini jelas tanda-tandanya dengan mengikuti cahaya Al-Qur'an dan sirah para nabi.⁴⁶

Hikmah merupakan pokok awal yang harus dimiliki oleh seorang da'i dalam berdakwah. Karena dengan hikmah ini akan lahir kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam menerapkan langkah-langkah dakwah, baik secara metodologis maupun praktis.⁴⁷

⁴⁴ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, 34.

⁴⁵ Ilyas Islmail, *Filsafat Dakwah, Rekayasa Membangun Agama*, 202.

⁴⁶ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Sleman: Budi Utama, Cetakan Ke-1, 2018), 41.

⁴⁷ M. Munir, *Metode Dakwah*, 14.

Dalam dunia dakwah, hikmah adalah penentu suksesse tidaknya kegiatan dakwah. dalam menghadapi mad'u yang beragam tingkat pendidikan, strata sosial, dan latar belakang budaya, para da'i memerlukan hikmah sehingga materi dakwah disampaikan mampu masuk ke ruang hati para mad'u dengan tepat. Oleh karena itu, para da'i dituntu untuk mampu menegrti dan memahami sekaligus memanfaatkan latar belakangnya, sehingga ide-ide yang diterima dapat dirasakan sebagai sesuatu yang menyentuh dan menyejukkan kalbunya. Da'i yang sukses biasanya berkat dari kepawaiannya dalam memilih kata. Pemilihan kata adalah hikmah yang sangat diperlukan dalam dakwah.⁴⁸

(b) Metode Muidhoh Hasanah

Mauidhoh adalah uraian yang menyentuh hati yang mengantar kepada kebaikan. Mauidhoh hasanah yaitu, berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.⁴⁹

Mauidhoh hasanah adalah memberikan nasihat yang baik kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, lurus pikiran sehingga pihak yang menjadi objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya sendiri dapat mengikuti ajaran yang disampaikan. Seorang da'i harus mampu mengukur tingkat intelektualitas objek dakwahnya sehingga apa yang disampaikan mampu diterima dan

⁴⁸ Hasan Bastomi, *Dakwah Bil Hikmah*, 348.

⁴⁹ Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, 34.

dicerna dengan baik, serta ajaran-ajaran Islam yang merupakan materi dakwah dapat terapkan dalam keseharian masyarakat.⁵⁰

(c) Metode Mujadalah (Diskusi)

Metode untuk mengajak manusia kepada Allah memang sangat banyak dan beragam, yang paling umum digunakan adalah komunikasi verbal untuk menyampaikan pesan kepada akal, perasaan, hati, baik dengan ucapan maupun tulisan.⁵¹ Mujadalah yaitu berdakwah dengan cara tukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memderikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjalakan yang menjadi sasaran dakwah.⁵²

Menurut Yusuf Al-Qardhawi, dalam diskusi terdapat dua metode, yaitu metode yang baik (hasan) dan metode lebih baik (ahsan). Al-Qur'an menegaskan salah satu pendekatan dakwah ialah menggunakan metode diskusi yang lebih baik (ahsan). Diskusi dengan metode ahsan adalah dengan menyebut segi-segi persamaan antara pihak-pihak yang berdiskusi. Kemudian, membahas perbedaan-perbedaan kedua belah pihak untuk mencapai segi-segi persamaan pula.⁵³

Selain dari ketiga metode diatas, terdapat pula metode lainnya yang memang tidak disebutkan dalam redaksi (Q.S. An-Nahl:125), namun tetap dapat diterapkan dalam upaya penyebaran dakwah. dua metode tersebut adalah:

(a) Dakwah Bil-Lisan

Dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada kegiatan lisan, seperti pidato, ceramah, diskusi dan lain sebagainya.

⁵⁰ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah*, 31-32.

⁵¹ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 115.

⁵² Fachruddin M. Mangunjaya, dkk, *Menaman Sebelum Kiamat, Islam, Ekologi, dan Gerakan Lingkungan Hidup*, 272.

⁵³ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 118.

Berdakwah dengan menggunakan modal lisan yang telah kita miliki untuk mengucapkan hal-hal yang baik dan mengajak orang kepada kebaikan. Untuk kepentingan dakwah membutuhkan pengetahuan mengenai pengetahuan keIslaman yang akan disampaikan.⁵⁴

(b) Dakwah Bil-Haal

Dakwah Bil-Haal adalah dakwah yang diberikan oleh seseorang melalui amal perbuatan yang nyata. Metode dakwah bil-hal ini dilakukan melalui proses dan hasil kerja nyata bagi masyarakat. Bertujuan untuk menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang berdaya dalam kehidupan.⁵⁵ Sebagai contoh adalah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. ketika untuk yang pertama kalinya beliau beserta sahabat Muhajirin tiba di Madinah, yang pertama dilakukan beliau adalah membangun Masjid Nabawi. Bahkan rasul sendiri terjun langsung dalam pembangunan masjid tersebut.

Begitulah Rasulullah SAW., berdakwah dengan cara memberikan contoh secara langsung dengan perbuatan yang nyata, bukan hanya berbicara tapi langsung mempraktekkannya sendiri. Dakwah Bil-Haal ini dapat dikatakan suatu metode dakwah yang sangat efektif dan efisien, karena dalam kenyataanya telah membuktikan dengan tanpa mengabaikan peranan dakwah Bil-Lisan.⁵⁶

(c) Dakwah Bil-Qalb (hati)

Dakwah dengan hati inilah yang sebenarnya memegang kunci keberhasilan. Semua metode diatas pada prinsipnya sangat

⁵⁴ Eko Hari Tiarto, *Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini*, (Sukabumi: Jejak, 2019), 37.

⁵⁵ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Qiara Media, 2019), 63.

⁵⁶ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 129-130.

komplementer (saling melengkapi). Dengan lisan misalnya, kata-kata yang diucapkan oleh seorang da'i tentu harus kata-kata hikmah yang berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Dakwah dengan hati inilah yang memiliki peranan sangat signifikan, sebab hatilah yang mampu menggerakkan perubahan diri seseorang ketika lisan dan perilaku tidak mempan. Dakwah dengan pendekatan hati ini sangat diperlukan mengingat banyak para da'i yang berdakwah lebih mengedepankan nalar (logika) saja. Padahal, orang yang berdakwah dengan pikiran, kecenderungannya akan lari ke filsafat, dan kalau sudah berbicara filsafat maka tidak akan ada ujungnya.

Oleh karena itu, sebelum seseorang berdakwah kepada orang lain, seyogyanya ia manat diri atau berdakwah kepada dirinya sendiri. Jangan sampai ia menyeru kepada orang lain untuk berbuat kebajikan, namun dirinya sendiri justru terlupakan.⁵⁷

Keberhasilan dakwah ditentukan oleh kelima unsur dakwah ini, oleh karenanya dalam melaksanakan dakwah kelima unsur ini harus mendapatkan perhatian dan penanganan yang optimal dalam opresionalisasi dakwah.

d. Dakwah Kontemporer

Dalam proses dakwah pasti melibatkan mad'u yang memiliki bnyak perubahan didalamnya, begitupula dakwah dalam penyampaiannya juga harus memiliki keselarasan dengan mengikuti perkembangan yang terjadi dilingkup masyarakat yang hendak di dakwahi sehingga proses dakwah dapat berlangsung dengan sempurna.⁵⁸ Oleh karena itu, setiap da'i atau pendakwah haruslah memiliki trobosan baru untuk masyarakat atau sasaran

⁵⁷ Muhammad Zamroji, *Manhaj Dakwah Insan Pesantren*, 131.

⁵⁸ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer*, ed. Abdul Wachid, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 3.

dakwahnya yang memiliki perubahan yang sangat pesat dalam arus perkembangan informasi dan komunikasi. Jadi setiap da'i benar-benar memikirkan strategi yang sangat formatif dalam dakwah di Indonesia agar tetap berjalan ditengah perkembangan komunikasi, kecanggihan teknologi dan globalisasi informasi yang terus berkembang.⁵⁹ Oleh karena itu, da'i harus *respect* terhadap perkembangan media teknologi yang berkembang saat ini untuk dijadikan sebagai strategi dan dakwah Islam.

Dampak majunya ilmu pengetahuan dan teknologi adalah meningkatnya daya kritis masyarakat. Artinya mereka tidak lagi serba permisif terhadap ide-ide yang datang dari manapun. Mereka akan semakin selektif dan dinamis bahkan mampu melakukan kontrol sosial terhadap tokoh-tokoh masyarakatnya.⁶⁰ Dakwah di Indonesia juga sudah banyak mengalami kemajuan, jika pada zaman dahulu dakwah hanya dengan berceramah atau berpidato di masjid dan mimbar. Dakwah sekarang semakin berkembang melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, media sosial dan internet.⁶¹ Dalam konteks perubahan yang sangat dahsyat tersebut, setiap kita para penganut agama termasuk Islam mesti bertanya bagaimana bentuk, metode, dan gerakan dakwah yang relevan. Karena dakwah hari ini berhadapan bukan dengan masyarakat yang terbatas tapi melampaui batas geografis, etnis, agama dan budaya. Dakwah dalam masyarakat tersebut membutuhkan strategi dan cara baru serta isi yang kontekstual.⁶²

Dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah kontemporer merupakan dakwah yang dilakukan

⁵⁹ Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, ed. Abu Fina, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 110.

⁶⁰ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, 77.

⁶¹ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, 65.

⁶² Hasan Bastomi, *Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi 11, no. 1 (2017): 3-4, diakses pada 27 Januari 2020, <http://www.ejournal.iainpurwokerto.ac.id>.

dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang. Dakwah kontemporer ini sangat cocok untuk lingkungan masyarakat kota. Namun, melihat berkembangnya teknologi yang sangat pesat dakwah kontemporer tidak hanya strategis untuk masyarakat kota tetapi juga dapat digunakan untuk masyarakat menengah yang memang memahami dan mengetahui tentang teknologi.

2. Media Sosial

Kemajuan teknologi menyajikan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, media sosial sendiri muncul sebagai kemudahan dalam menjawab permasalahan-permasalahan modern yang tidak dapat di jawab oleh media konvensional.

a. Pengertian Media Sosial

Secara sederhana istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media” yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya.⁶³ Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuch ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap manusia pasti melakukan kegiatan yang memiliki daya dukung kepada masyarakat lain dalam hal apapun. Hal ini memberi pengertian bahwa media dan semua perangkat lunak adalah hasil dari proses sosial yang berjalan di tengah masyarakat. Sedangkan menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi

⁶³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, ed. Nunik Siti Nurbaya, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet Ke-4, 2017), 3.

sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial dan relasi sosial. Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual. Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna diantara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.⁶⁴ Tidaklah mudah memahami sosial dalam kaitannya dengan media sosial.

Media sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui *sharing* informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas *virtual*. Media sosial juga merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideologi dan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan orang secara *mobile* dapat menciptakan dan bertukar konten.⁶⁵ Komunikasi di media sosial tidak lagi dibatasi oleh jarak ruang dan waktu. Dimanapun para penggunanya dapat saling berkomunikasi, mencari informasi, dan menambah teman baru dengan berbagai fitur yang dimiliki. Dengan dukungan media sosial seperti *facebook*, *intagram*, *whatsapp*, *path* dan *twitter* membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat kini.⁶⁶

Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan media baru yang kontras dengan media tradisional seperti media cetakan dan media audio-visual. Perbedaan menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan media lama adalah dalam hal kualitas, jangkauan, *frekuensi*, kegunaan, kedekatan, dan sifatnya yang permanen, contohnya adalah internet.⁶⁷

⁶⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi*, 7.

⁶⁵ Alo Liliweri M.S., *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, Cet Ke-2, 2017), 288.

⁶⁶ Siti Nurhalimah, dkk., *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Sleman: Deepublish, 2019), 35.

⁶⁷ Alo Liliweri M.S., *Komunikasi Antar-Personal*, 288.

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik, untuk membedakan dengan media yang lainnya, antara lain:

1) Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli di dunia nyata saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat. Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial.

2) Informasi

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang di konsumsi oleh pengguna. Karakteristik informasi di media sosial dapat dilihat dari dua bentuk yaitu; pertama media sosial adalah media yang bekerja berdasarkan informasi atau data dikodekan yang disebut dengan *encoding* yang setelah itu disalurkan melalui berbagai perangkat sampai dapat terakses oleh banyak pengguna dapat dapat dipahami yang disebut dengan *decoding*. Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data itu asli atau dibuat-buat untuk memiliki akun dan akses.

3) Arsip

Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan

melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di Instagram sebagai contoh, informasinya tidak akan hilang bergitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan tahun. Informasi tersebut akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya diakses kembali.

4) Konten oleh Pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna, ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khlayak tidak hanya memproduksi konten namun juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

5) Penyebaran (*Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Media ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Misalnya, komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru.⁶⁸

Karakter media sosial yang bersifat maya juga sering menghasilkan fenomena-fenomena yang *booming*, baik dikalangan pengguna media sosial itu sendiri ataupun khalayak luas.⁶⁹ Karakter inilah yang membedakan media sosial dengan tradisional dahulu. Yang pada kenyataannya melalui media sosial hampir sama dengan kehidupan nyata, namun tidak langsung bertatap muka.

⁶⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi*, 16-33.

⁶⁹ Siti Nurhalimah, dkk., *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir*, 35.

c. Dampak dan Manfaat Media Sosial

1) Dampak Media Sosial

Sebagai alat atau sarana komunikasi, media ibarat pisau bermata dua, memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif yang ditimbulkan sudah semua orang mengetahui dan merasakannya. Hidup terasa lebih mudah, komunikasi dengan kerabat, sahabat dan dengan manusia secara keseluruhan menjadi lebih dekat dan erat. Beberapa dampak positif dari media sosial dikemukakan Sarita Nayyar sebagai berikut:

- (a) Memfasilitasi interaksi sosial, sehingga orang bisa berinteraksi kapan dan dimanapun saja, juga memfasilitasi interaksi yang melampaui batas-batas sosial, ekonomi, budaya, politik, agama, dan ideologis, serta untuk memungkinkan untuk peningkatan pemahaman, pernyataan empati dan dukungan dari teman dan keluarga.
- (b) Memberikan kepada orang untuk berbicara, meningkatkan partisipasi sosial, menciptakan komunitas, grup dan seterusnya.
- (c) Memfasilitasi pendidikan, pembelajaran seumur hidup, untuk meningkatkan *skill* dan masa depan peradaban manusia.⁷⁰

Sementara dampak negatif yang ditimbulkan dari media sosial adalah bisa digunakan untuk maksud jahat, seperti untuk propaganda, bisa juga digunakan untuk teroris.⁷¹ Berkembangnya ujaran kebencian yang dapat berbentuk penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, penyebaran berita bohong (*hoax*) dan konflik sosial.⁷²

⁷⁰ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Kencana, 2018), 207-208.

⁷¹ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru*, 208.

⁷² Fahmi Gunawan, dkk., *Religion Society dan Social Media*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 176.

Kemudahan yang diberikan oleh media sosial juga mempengaruhi ranah agama yang sangat besar, terutama bagi perkembangan aktivitas dakwah Islamiyah. Berdakwah tidak lagi sebatas dengan berceramah dari mimbar masjid, akan tetapi dapat dilakukan melalui media sosial. Terdapat juga bentuk-bentuk tayangan dakwah yang dapat kita lihat melalui media sosial seperti di Instagram, dikemas dalam bentuk berbeda-beda.⁷³

2) Manfaat Media Sosial

(a) Sarana untuk berbisnis

Banyak bisnis yang dijalankan lewat media sosial, dengan digunakannya untuk berdagang *online*. Media sosial ini dapat digunakan untuk mempromosikan produk dengan di *post* pada laman media sosial.

(b) Menjalin komunikasi

Media sosial terus berinovasi untuk dapat berkomunikasi tidak terbatas hanya pada teman-teman sekolah, maupun teman kantor. Sekarang kita bisa dengan mudah mencari teman dari berbagai daerah maupun luar negeri dan mendapatkan informasi darinya.

(c) Sumber informasi

Dengan menggunakan sosial media bisa mendapatkan informasi apapun.⁷⁴

3) Jenis-jenis Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media atau wadah bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi, berkumpul, bersosialisasi, bertukar data dan informasi di dunia maya. Menurut praktisi media sosial Liana Evans, jenis-jenis media sosial anatra lain:

⁷³ Fahmi Gunawan, dkk., *Religion Society*, 174.

⁷⁴ Cyber Jannah Sakura, *Guide Memulai Bisnis Internet dan Bisnis Online Untuk Pemula Edisi Bahasa Indonesia*, (Amazon: Blurb, 2019), 91-92.

(a) *Social News Sites*

Jenis media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengirimkan berita, informasi, artikel, video dan foto yang kemudian akan diberikan penilaian. Seperti Digg.com atau Reddit.com, yang merupakan *platform* berita sosial mendunia.

(b) *Social Networking*

Jenis ini merupakan yang paling populer di Indonesia, mulai dari era Friendster dilanjutkan oleh Myspace.com, dan sampai sekarang *Facebook*. Walaupun sejak tahun 2011 *Google+* mulai mencoba untuk bersaing, namun kenyataannya tak mudah berkembang dengan pesat.

(c) *Social Sharing*

Beberapa *platform* media sosial memfokuskan diri pada fitur berbagi konten, yang populer antara lain *Youtube* dan *Flickr*. Dengan fungsi yang ditonjolkan, pengguna bisa dikenal dengan cepat di dunia maya selama memiliki konten yang unik dan menarik.

(d) *Blog*

Jenis media sosial ini memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam bentuk artikel ide, pemikiran dan reformasi. Pengguna *blog* juga dapat menggugah tulisan pribadinya.

(e) *Microblogging*

Microblogging sendiri merupakan blog yang dapat digunakan pengguna internet untuk melakukan pembaruan singkat tidak kuran dari 200 kata untuk dipublikasikan. *Twitter* merupakan salah satu media sosial yang memiliki penggemar pengguna yang cukup banyak dan disukai oleh para pengguna media sosial dan sangat

menjamur para penggunanya di Indonesia.⁷⁵

Kaplan dan Haenlein mengatakan bahwa ada enam jenis media sosial yaitu:

(a) Proyeksi Kolaborasi

Suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global, contohnya adalah *wikipedia*.

(b) *Blog dan Microbloging*

Aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk menulis secara runtut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari baik dalam bentuk teks, gambar, video maupun gabungan dari ketiganya, contohnya *twitter*.

(c) Konten

Sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang. Media sosial ini mengizinkan para *user* dari pengguna *wibsite* ini untuk saling *mengshare* atau membagi konten media. Media sosial ini juga dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan suatu bentuk kegiatan positif oleh pengguna akun, juga dapat berbagai foto maupun video sehingga kegiatan tersebut akan mendapatkan perhatian khalayak dan pada akhirnya akan membangun citra positif, contohnya *youtube* dan *instagram*.

(d) Situs Jejaring Sosial

Situs yang dapat menghubungkan pengguna interlain lain dengan lainnya tanpa ada batasan jarak yang menghalangi. Situs ini sangat membantu penggunanya

⁷⁵ Adrianus Aditya, dkk., *Social Media Nation 15 Inspirasi Berjaring Sosial Bertumbuh Besar bersama Komunitas Online dan Sukses Berbisnis*, (Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing, 2013), 51-53.

dalam merubah profil akun yang menguhungkan dengan internet. Situs jejaring sosial ini memungkinkan untuk melakukan pembagiaan tentang gambar, video, koleksi tulisan bahkan dapat melakukan komunikasi pribadi dengan sesama pengguna situs jejaring sosial. Contoh situs jejaring sosal di Indonesia adalah *facebook* dan *instagram*.

(e) *Virtual Game World*

Yaitu permainan multiplayer dimana ratusan pemain secara simultan dapat didukung. Dunia virtual dimana mengekspresikan dunia 3D, dimana *user* bia muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, contohnya *game online*.

(f) *Virtual Social World*

Aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Hampir sama seperti virtual *game world* berinteraksi dengan yang lain, namun virtual *social world* lebih kearah kehidupan, seperti *second life*.⁷⁶

Dari keenam jenis-jenis media sosial diatas, yang paling banyak digunakan dan menjadi media utama di Indonesia adalah *instagram*, *facebook*, *yotube* dan *twitter*. Namun tidak menutup kemungkinan yang lain memiliki basis penggemar fanatik yang cukup banyak.

3. Instagram

Teknologi seperti *email*, pesan instan dan *photosharing* adalah alat yang sering digunakan dalam berkomunikasi. Isinya dapat berbentuk grafik, teks, video, foto dan audio. Contoh media sosialnya adlaah *instagram*, *path*, *facebook*, *twitter* dan *snapchat* menjadi yang sangat efektif.

⁷⁶ Fahmi Gunawan, dkk., *Religion Society*, 117-118.

a. Pengertian dan Sejarah *Instagram*

Instagram merupakan aplikasi yang banyak digunakan saat ini, dikarenakan *instagram* merupakan aplikasi yang berfokus pada penggunaan gambar dan video.⁷⁷ *Instagram* berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini, kata *insta* berasal dari kata instan. Seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan *foto instan*. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid didalam tampilannya, Sedangkan untuk kata *gram* berasal dari *telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.⁷⁸

Pada aplikasi *instagram*, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan *tag* dan lokasi. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambah konten mereka masuk kepada beranda. Melalui *instagram* pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai “pribadi”, sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan pengikut baru. Pengguna dapat menghubungkan akun *instagram* mereka ke situs jejaring sosial lain.⁷⁹

Aplikasi *instagram* sendiri lahir pada 6 oktober 2010 oleh perusahaan Burbn, Inc. Merupakan

⁷⁷ Made Resta, dkk., *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*, Jurnal Manajemen dan Bisnis 15, no. 2 (2018): 195, diakses pada 19 Desember, 2019, <http://www.journal.undiknas.ac.id>.

⁷⁸ Putri Adinda Widhistia, *Penggunaan Instagram Stories Sebagai Personal Branding (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2014)*, (disertasi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), 42.

⁷⁹ Putri Adinda Widhistia, *Penggunaan Instagram Stories*, 4

sebuah *startup* yang berfokus kepada pengembangan aplikasi telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak didalam HTML5 piranti bergerak. Namun kedua CEO *instagram* yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk hanya berfokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun didalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai dari lagi dari awal. Akhirnya mereka memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto itulah yang akhirnya menjadi *instagram*.⁸⁰ Mereka melakukan segalanya dengan benar, memiliki aplikasi yang sempurna dan merilisnya pada waktu yang tepat. Hanya dalam waktu tiga bulan sejak rilis di *app store*, pengguna *instagram* mencapai 1 juta. Pada bulan April 2012, dengan perkiraan nilai \$1 miliar situs jejaring sosial *facebook* mengambil alih *instagram*.⁸¹

b. Fitur-Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantaranya adalah:

1) *Followers* (pengikut)

Sistem sosial dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah

⁸⁰ Yoyok Rahayu Basuki, "Young Generation," *Majalah Ganesha 17 Majalah Pendidikan SMK Nasional Malang*, (Malang: Mei 2017), 7.

⁸¹ Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing*, ed. Sobirin, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019), 107.

oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

2) *Uploud* Foto (Mengunggah Foto)

Kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto.⁸²

3) *Direct Message*

Fitur ini memungkinkan mengirim pesan melalui jalur pribadi. setiap pengguna *instagram* dapat berbalas pesan secara lebih personal. Dapat juga berbagai foto maupun video secara pribadi *Direct Message* pada *instagram* juga mendukung untuk melakukan obrolan secara grup.

4) *Instastory* atau Cerita *Instagram*

Fitur ini biasanya digunakan untuk mengunggah teks, foto, video ataupun *boomerang* yang hanya ditayangkan 24 jam. Dalam *instastory* juga biasanya menggunakan filter *vote*, dan *questions and answer*. Dalam unggahan *instagram story* ini apabila menggunakan video hanya dibatasi 30 detik saja dalam satu tayangannya, namun dapat diteruskan lagi menjadi beberapa *story*.⁸³

5) *Live Instagram* atau Siaran Langsung

Pengguna *instagram* dapat melakukan siaran langsung, dan saling bergabung. Hasil

⁸² M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, *Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed 2*, no. 1 (2018): 12, diakses pada 05 Januari 2020, <http://www.umsu.ac.id>

⁸³ Indah Ayu Purnamasari, Representasi Kedekatan Dalam Relasi Selebgram Pada Media Sosial Instagram, (Skripsi, Universitas Airlangga, 2019), 31-32.

siaran tersebut juga dapat disimpan selama 24 jam untuk dapat ditonton kembali.

6) IGTV

Fitur ini memudahkan pengguna untuk mengunggah video yang memiliki durasi lebih dari 60 detik.⁸⁴

7) Jejaring sosial

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya didalam *instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, *tumblr*, dan *flickr* yang tersedia dihalaman *instagram* untuk membagi foto tersebut.

8) Tanda Suka (*Like*)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam *instagram*. Hal itulah yang menjadi faktor khusus mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

9) Populer (Explore)

Bila sebuah foto masuk pada halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat.⁸⁵

c. Kelebihan Instagram

Instagram populer disemua kalangan lapisan umur, ini ada beberapa kelebihan yang membuat *instagram* populer di dunia.

⁸⁴ Indah Ayu Purnamasari, *Representasi Kedekatan* 33.

⁸⁵ Iin Soraya, *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Study Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta* 8, no. 2 (2017): 34, diakses pada 06 Januari 2020. <http://www.bsi.ac.id>.

1) *User Friendly*

Untuk sebagian orang ini yang menjadi alasan utama, karena mata kita dimanjakan dengan tampilan visual dari foto-foto yang membuat betah untuk *scrolling timeline*. Instagram memiliki UI (*user interface*) yang enak dipandang, sederhana, dan halus. *Instagram* juga rutin *update* fitur-fitur baru seperti fitur *stories*, *slideshow* hingga 10 foto, dan *instagram TV*. Menggunakan seluruh fiturnya juga sangat mudah. Pihak *instagram* sering mengunggah video di *instagram story* apabila fitur baru, juga memperlihatkan bagaimana cara menggunakannya.⁸⁶ Jadi, *instagram platform* yang sangat *user friendly*, *interfacenya* interaktif, atraktif dan mudah juga untuk digunakan.

2) Aplikasi foto pertama

Di *instagram*, foto merupakan peran utama *caption* biasanya tidak terlaui diperhatikan saat orang-orang *scrolling timeline*. *Caption* juga penting, namun tidak menjamin sebuah konten dapat berhasil meraih banyak *likes*.

Menurut survei urutan konten foto yang paling banyak menarik perhatian pengguna *instagram* adalah: 72% *potrait photography* (*candid, street photography*), 14% *landscape photography* (foto pemandangan), 13% *selfie*, 1% *grup photo* (foto berdua atau dengan banyak orang).⁸⁷

Pada dasarnya, orang-orang lebih menyukai informasi dalam bentuk *visual* daripada harus membaca bacaan kalimat yang panjang.

⁸⁶ Tim Stiletto Book dan Rany Afandi, *How To Win Instagram*, (Yogyakarta: Stiletto Book, 2019), 3.

⁸⁷ Tim Stiletto Book dan Rany Afandi, *How To Win Instagram*, 4.

3) *Mobile friendly*

Sekarang ini banyak orang yang memilih menggunakan ponsel untuk berkegiatan dibandingkan harus berada dihadapan laptop ataupun dekstop. *Instagram* adalah aplikasi yang didesain khusus untuk para *mobile society*. Karena tampilan *instagram* versi *website* yang diakses di dekstop maupun laptop tidak bisa digunakan akses DM, tidak bisa untuk mengunggah foto, dan tidak bisa digunakan untuk *instagram story* hanya dapat digunakan untuk melihat saja, jadi sangat terbatas.

4) *Platform for popularity*

Instagram adalah *platform* yang tidak hanya sekedar tentang fotografi saja, melainkan beragam profesi bisa ditemukan. Misalnya: *bloger*, *beauty bloger*, *stylist*, *desaigner*, penulis, artis dan lainnya. Kalau didalam *platform twitter* dikenal dengan sebutan *selebtwit*, sekarang *instagram* memegang kendali dengan muncul istilah *selebgram*. Begitu anda mendapatkan sebutan *selebgram*, anda bisa meraup uang yang lumayan dari hasil *endorse* tiap bulannya.

5) *Hastagh*

Penggunaan tagar yang tepat bisa membuat foto muncul di *explore* dan mampu mendongkrak *view*. Karena tanpa tagar postingan yang hanya dapat dilihat oleh *followers* saja.

6) *Fullfilment of human desire*

Di *instagram* dapat menemukan komunitas-komunitas yang sesuai dengan *passion* kita. Kita bisa ketemu dengan orang dibelahan dunia. Apalagi kita bisa mendapatkan ilmu dari unggahan foto mereka.⁸⁸

Dapat disimpulkan bahwa *instagram* adalah aplikasi media sosial yang lengkap tidak hanya menyajikan tentang fotografi yang melihat tentang

⁸⁸ Tim Stiletto Book dan Rany Afandi, *How To Win Instagram*, 5-7.

keindahan, namun juga kita bisa mendapatkan informasi baru dari bagian *explore* yang berupa video.

4. *Instagram* Sebagai Media Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan yang terus menerus dilakukan oleh da'i kepada mad'unya. Dakwah menjadi kewajiban bagi setiap muslim sesuai dengan ilmu yang dimilikinya. Berdakwah selalu mengalami perubahan menyesuaikan dengan kondisi dan zamannya. Sekarang ini, banyak media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada umat manusia. Penyampaian pesan dakwah oleh da'i harus menguasai materi, metode dan sasaran dakwahnya. Pada hakekatnya, banyak cara dan kegiatan yang bisa dipilih setiap muslim untuk berdakwah menyebarkan kebaikan yang sesuai tuntutan Al-Qu'an dan Al-Hadist. Salah satunya seperti yang sering dilihat di pengajian-pengajian dan dan khutbah-khutbah, yaitu berbicara di depan umum menyebarkan nilai Islam melalui pidato dan tausiyah.⁸⁹

Kegiatan dakwah dihadapkan kepada persoalan kemajuan teknologi yang selalu menjadi bahan pemikiran dalam rangka mengatasi dampak negatif. Karena adanya kemajuan tersebut tanpa disadari ternyata telah membawa masyarakat pada puncak perubahan yang dramatis dan penuh resiko.⁹⁰ Dalam kemajuan ilmu dan teknologi, muncul pula media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang disebut dengan nama *internet*. Berdasarkan hal tersebut, jelas bahwa *internet* dalam dakwah sangat urgen serta strategis dalam masyarakat informasi. *Internet* telah mengubah komunikasi dengan cara yang sangat mendasar, terutama melibatkan bayak interaktivitas antara komunikator dengan pengguna. Jika *internet* digunakan untuk dakwah, maka penerima dakwah (mad'u) yang dapat tercipta oleh *internet* tersebut sangat khas, yaitu jutaan individu yang terhubung oleh jaringan

⁸⁹ Abid Fadhil Abyan, *Berguru Kepada Ustadz Zaman Now*, (Yogyakarta: Laksana, 2018), 28.

⁹⁰ Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu*, 170.

komputer, yang disebut sebagai media sosial.⁹¹ Media internet akan menjadi media dakwah yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat menembus batas ruang dan waktu.

Media sosial merupakan ladang baru yang sangat luas untuk menyebarkan kemajuan dakwah Islam. Dakwah dan penyebaran informasi melalui media sosial merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i untuk melebarkan sayap dakwah. penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang peduli terhadap kemampuan dakwah dan memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islamiyah.⁹² Terdapat tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting yaitu:

1. Muslim telah menyebar keseluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang sangat mudah dan murah untuk terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh juga pada jumlah penyerap misi dakwah.
3. Para da'i atau ulama' melalui internet dapat berkonsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum *syar'i*.⁹³ Manfaat media sosial memang sangat besar dalam kehidupan, penggunaannya juga harus bijaksana, agar tidak mencelakakan diri sendiri sebagai pengguna.

⁹¹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: graha Ilmu, 2011), 91-93.

⁹² Noer Al Khosim, "Cyber Dakwah", *Majalah Hijrah Majalah Keislaman Berkemajuan*, Desember 2017, 10.

⁹³ Rizkika Utami, *Keselarasn Materi dan Metode Dakwah Pada Aktivitas Qultummedia di Media Online*", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016), 48-49.

Instagram sebagai bagian dari internet, dapat digunakan untuk media berdakwah yang akan mempermudah penyampaian pesan-pesan dakwah untuk khalayak banyak. Penggunaan *instagram* untuk berdakwah dilihat cukup efektif, karena menurut penelitian banyaknya pengguna *instagram* sekarang ini, untuk kebutuhan mencari inspirasi, mencari informasi dan *tren* terbaru, dan membagi pengalaman saat bepergian. Kategori konten yang banyak dibagikan di *instagram* adalah: selfie, kutipan atau meme, video tiktok, foto, video perjalanan, dan masih banyak yang lain. Oleh karena itu, pengguna *instagram* lebih mendapatkan kemadharatan daripada kemaslahatan⁹⁴ Jadi, banyaknya komoditas pengguna *instagram* akan menjadikan efektifnya dakwah melalui *instagram* dengan diisi berbagai syiar agama Islam. Selain pengguna *instagram* yang sangat tinggi, berdakwah dengan *instagram* sangat efektif karena adanya berbagai fitur yang disajikan, kebiasaan masyarakat yang sekarang ini yang cenderung narsis, dengan adanya *filter instagram* sangat menunjang,⁹⁵ dan dengan *filter* tersebut dapat menjadi *point plus* bagi pendakwah yang berdakwah melaluinya. Kelebihan *instagram* sebagai aplikasi yang mudah dipakai, dan bisa terkoneksi dengan media sosial lainnya bisa dijadikan peluang sebagai media dakwah.

Di era sekarang banyak yang menggunakan *instagram* untuk kegiatan berdakwah baik secara individu atau kelompok. Contohnya saja *instagram* yang akan peneliti teliti yaitu *instagram* milik pribadi @Boris.tan, dan @Qonunn dengan melakukan dakwah dengan pendekatan ala anak muda, merangkul kalangan muda yang sudah terbiasa menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari, dengan memanfaatkan media

⁹⁴ Ulfa Fauzia Zahra, dkk., *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 1, no. 2 (2016): 61, diakses pada 04 Februari 2020, <http://www.jurnal.fdk.uinsgd.ac.id>.

⁹⁵ Yurindah, dkk., *Motif Pengguna Media Sosial Dalam Mengunggah Instagram Story (Studi Fenomenologi pada Anggota Sanggar Arastra di Kota Bengkulu)*, Jurnal Professional FIS UNIVED 6, no. 1 (2019): 61, diakses pada 04 Februari 2020, <http://www.jurnal.unived.ac.id>.

sosial sebagai media dakwah menyebarkan kebaikan. Jadi, dalam berdakwah menggunakan media sosial *instagram* memiliki berbagai kelebihan untuk dapat sampai pada mad'u di era modern seperti sekarang ini. Karena pada dasarnya *instagram* merupakan aplikasi media sosial dengan jenis foto dan video *sharing*, sehingga dakwah yang ada di *instagram* dapat beraneka ragam.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai rujukan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa penelitian terdahulu. Ada beberapa penelitian terdahulu mengenai pokok pembahasan yang ada pada penelitian ini, namun mempunyai perbedaan dari penelitian dan juga persamaan, yaitu:

1. Agung Tirta Wibawa, "Fenomena Dakwah di Media Sosial *Youtube*", Universitas Muhammadiyah Bandung, 2019, Jurnal Rasi. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana fenomena dakwah yang terjadi di dunia maya, terutama di media *youtube* dengan menggunakan metode kualitatif.⁹⁶ Hasilnya bahwa fenomena dakwah di dunia maya khususnya di media sosial *youtube* sudah sangat berkembang dengan menggeser dakwah secara konvensional. Maka dari itu, kompetensi mubaligh dalam berkomunikasi di media sosial berbasis internet perlu ditingkatkan, karena setiap postingan dakwah akan ditonton oleh banyak khalayak yang tidak terbatas. Hal itu yang menjadi kunci keberhasilan dakwah di era globalisasi saat ini.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada metode analisis yang digunakan, yaitu analisis kualitatif fenomenologi dakwah di dunia maya. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang diteliti. Penelitian terdahulu meneliti fenomenologi dakwah di *youtube* dan penelitian saya di media sosial *instagram*.

⁹⁶ Agung Tirta Wibawa, *Fenomena Dakwah di Media Sosial Youtube*, Universitas Muhammadiyah Bandung, (2019). Jurnal Rasi 1, no. 1, diakses pada 30 Desember 2019.

2. Elen Inderasari, dkk, “Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial *Instagram*”, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019, Jalabahasa. Penelitian ini mengkaji tentang bahasa dakwah yang digunakan oleh Ustaz. Hannan Attaki dalam berdakwah melalui media sosial *Instagram*, menggunakan metode kualitatif dengan teknik simak dan catat.⁹⁷ Penelitian ini menghasilkan bahwa Ustaz. Hannan Attaki dalam berdakwah menggunakan berbagai ragam bahasa (bahasa inggris, indonesia dan arab) serta diselipi kosa kata gaul. Ditemukan 19 ragam bahasa gaul sebagai bahasa yang ia gunakan ketika dakwah di *instagram*. Hal itu merupakan strategi yang digunakan Ustaz. Hannan Attaki agar mudah menarik mad’u terutama remaja.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada pembahasannya, sama-sama dakwah melalui media sosial *instagram* serta metode yang digunakan akun dakwah untuk dapat menarik mad’u khususnya remaja agar dapat menerima dakwah dengan mudah di era digital. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti, yang mana peneliti terdahulu hanya meneliti penggunaan bahasa yang digunakan dakwah Ustaz Hanan Attaki saja dalam akunnya @hanan_attaki. Sedangkan peneliti ini, meneliti tentang metode-metode dakwah yang digunakan, materi dakwah yang termuat dan penggunaan fitur untuk berdakwah dalam akun *instagram* @Boris.tan, dan @Qonunn.

3. Nurasih Ismail, dkk, “Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram”, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui makna pesan dakwah tentang nikah di media sosial *instagram* pada akun @nikahbarokah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik

⁹⁷ Elen Inderasari, dkk., *Penggunaan Bahasa Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram*, IAIN Surakarta Jalabahasa 15, no. 1 (2019), diakses pada 30 Desember 2019.

yang berbentuk analisis data dengan menentukan *quotes*, menafsirkan *quotes* dan mampu mengenali tanda dan pesan yang tersembunyi di balik *quotes* tentang nikah.⁹⁸

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada metode yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif, sama-sama meneliti dakwah menggunakan media sosial *instagram*. Persamaannya juga terletak pada media dakwah yang diteliti yaitu akun dakwah di media sosial *instgaram*. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti, pada penelitian ini hanya meneliti materi tentang pernikahan yang dibagikan oleh akun *@nikahbarokah* dan juga menafsirkan pesan *quotes-quotes*. Penelitian ini yaitu meneliti materi, metode dan fitur-fitur yang disajikan oleh akun dakwah *@Boris.tan*, dan *@Qonunn*.

4. Rizki Hakiki, “Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada *fanpage facebook* KH. Abdullah Gymnastiar)”, UIN Syarif Hidayatullah, 2016, Skripsi. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan fenomena dakwah yang terjadi pada *fanpage facebook* KH. Abdullah Gymnastiar dengan penelitian kualitatif.⁹⁹ Menghasilkan bahwa *fanpage facebook* yang digunakan oleh Aa Gym dalam berdakwah yang merupakan perpaduan antara agama dan teknologi yang menghadirkan kemudahan bagi masyarakat modern dalam mengakses pesan-pesan agama Islam melalui teknologi internet. Hal ini dapat dikatakan sebagai sebuah fenomena tekno religion yang dapat mempresentasikan pola baru beragama dalam masyarakat modern dengan budaya teknologi.

Persamaan yaitu sama-sama mendeskripsikan fenomena dakwah yang terjadi di media sosial.

⁹⁸ Nurasiah Ismail, dkk., *Pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram*, UIN Sunan Gunung Djati Jurnal Komunikasi dan Penyiaran 3, no. 1 (2018).

⁹⁹ Rizki Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016).

Persamaannya juga terletak pada peneliti yang menjadi pengikut langsung pada akun dakwah objek yang hendak diteliti. Perbedaan penelitian saya dengan penelitian tersebut adalah melalui media sosial yang digunakan, penelitian saya menggunakan media sosial *instagram*, sedangkan penelitian tersebut melalui media sosial halaman *fanpage facebook*. Penelitian tersebut meneliti tentang etnografi virtual dalam akun *fanpage facebook* KH. Abdullah Gymnastiar, sedangkan peneliti ini, meneliti berbagai macam materi, metode-metode, filter *instagram* yang digunakan hingga penghambat dan pendukung dalam berdakwah di *instagram* @Boris.tan, dan @Qonunn.

5. Anwar Sidiq, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)", Raden Intan Lampung Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan tentang cara pemanfaatan *instagram* oleh akun @fuadbakh dan materi yang ada didalamnya. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa akun *instagram* @fuadbakh menggunakan fitur-fitur yang ada di *instagram* untuk berdakwah, penelitian tersebut termasuk penelitian pustaka yang bersifat kualitatif.¹⁰⁰ Penelitian tersebut menghasilkan bahwa memanfaatkan fitur-fitur di media sosial *instagram* dapat memudahkan pengguna lain dalam mencari konten tema yang serupa.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang penggunaan fitur-fitur *instagram* dalam berdakwah, serta materi yang disampaikan dalam berdakwah di *instagram*. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian saya meneliti pada akun @Boris.tan, dan @Qonunn, sedangkan penelitian tersebut hanya meneliti akun @fuadbakh. Penelitian saya juga tidak hanya meneliti tentang penggunaan fitur-fitur dalam berdakwah di *instagram*, namun juga meneliti tentang metode dakwah yang digunakan keempat akun dakwah tersebut. Penelitian ini juga meneliti tentang faktor

¹⁰⁰ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017).

pendukung dan penghambat dakwah melalui media *instagram* yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut.

C. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, disusun kerangka berpikir dengan menghasilkan, dakwah disampaikan kepada mad'u menggunakan media dakwah untuk mempermudah tersampainya kepada mad'u. Media yang sesuai digunakan berdakwah di zaman sekarang atau dakwah kontemporer yaitu menggunakan media sosial. Berbagai macam media sosial yang ditawarkan dengan banyak kelebihan dan fitur-fitur yang disajikan *instagram* menjadi media sosial yang efektif karena memiliki berbagai kelebihan, mudah aksesnya dan banyak penggunanya. Di *instagram* ada banyak akun yang digunakan untuk berdakwah, salah satu dari banyaknya terdapat empat akun dakwah yaitu @Boris.tan, dan @Qonunn karena memiliki banyak *followers*, posting tentang dakwah secara rutin dan banyak mendapat tanggapan dari *followers*. Penelitian ini meneliti tentang metode-metode dakwah yang digunakan dalam berdakwah di media sosial terutama *instagram* yaitu tentang penggunaan bahasa, kalimat yang mudah dimengerti. Materi dakwah tentang apa saja yang sering di *share* di *instagram*. Serta penggunaan fitur tambahan *instagram* untuk mempermudah dalam berdakwah. Sehingga berdakwah melalui media sosial *instagram* dapat diterima oleh berbagai kalangan di *instagram* dengan mudah. Dakwah sebagai tugas yang berat dalam perjalannya memiliki berbagai penghambat dan pendukung yang juga akan diteliti dalam penelitian ini. Dari semua penjelasan diatas tentang dakwah menggunakan media, untuk mencapai keberhasilan dakwah.

Gambar 2.1 Kerangka fikir

