

BAB II KERANGKA TEORI

A. Teori-teori Terkait Judul

1. Konsep Dakwah

a. Pengertian dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yaitu *da'a-yad'u-da'watan* artinya mengajak, menyeru, memanggil.¹ Dakwah dalam pengertian tersebut dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al-Qur'an surat Yunus ayat 25 :

﴿ ٢٥ ﴾ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ

Artinya: *Allah menyeru manusia ke Darussalam (negeri keselamatan) dan memberi petunjuk orang-orang yang dikehendakinya kepada jalan yang lurus (islam). (Q.S. Yunus : 25).*²

Sedangkan dakwah secara terminology atau istilah mengandung beberapa arti yang beranekaragam. Banyak ahli dakwah yang mendefinisikan istilah dakwah beranekaragam pendapat. Sehingga antara definisi satu dengan yang lainnya senantiasa terdapat perbedaan dan kesamaan. Di bawah ini beberapa pengertian dakwah menurut para ahli:

1. Menurut Syekh Ali Mahfudz dalam buku Mubasyaroh berjudul Metodologi dakwah, mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.³
2. Menurut M Arifin dalam buku Aziz berjudul Ilmu Dakwah berpendapat dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan tingkah

¹ Syamsudin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 6-7.

² Cordova, Al-Qur'an surat Yunus Ayat 25, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Kementerian Agama RI*, 211.

³ Mubasyaroh. *Metodologi Dakwah* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 2.

laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama, message yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.⁴

3. Menurut Muhammad Nasir dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang muslim dalam amar ma'ruf nahi munkar.
4. Sedangkan Syaikh Abdullah Ba'alawi dalam Saputra, mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyetujui mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵

Dengan demikian maka dapat dirumuskan pengertian dakwah sebagai berikut, bahwa dakwah adalah semua aktivitas manusia muslim di dalam berusaha merubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan Allah SWT, dengan kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan Allah SWT. Dakwah dapat diartikan juga sebagai ajakan kebaikan serta menyuruh kepada kebajikan ataupun kembali kejalan yang diperintahkan oleh Allah SWT.

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut⁶:

⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 13.

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar ilmu dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindoPerrada, 2012), 2.

⁶ M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), 21-22.

1. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan seruan atau ajakan baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan dengan maksud dan tujuan agar manusia kembali ke jalan Allah SWT.

2. Mad'u

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah baik sebagai individu maupun sebagai kelompok baik manusia yang beragama Islam maupun tidak atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

3. Pesan Dakwah

Adapun isi pesan dakwah yang disampaikan diantaranya sebagai berikut :

a. Pesan aqidah

Aqidah (العقيدة) menurut Bahasa Arab (etimologi) berasal dari kata *al-'aqdu* (العَقْدُ) yang berarti ikatan, *at-tausiiqu* (التوسيق) yang berarti kepercayaan atau keyaiknan yang kuat, *al-ihkaamu* (الاحكام) yang artinya mengokohkan (menetapkan), dan *ar-rabthu biquwwah* (الربط بقوة) yang berarti mengikat dengan kuat.⁷ Adapun secara terminologis terdapat beberapa definisi aqidah antara lain⁸:

1) Menurut Hasan Al-banna

Aqidah adalah beberapa bentuk perkara yang wajib diyakini kebenarannya oleh hati, mendatangkan ketentraman jiwa sehingga menjadi keyakinan yang tidak bercampur sedikitpun dengan keragu-raguan.

2) Menurut Abu Bakar Jabir al-Jazairy

⁷ Yazid bin Abdul Qadir Jawas, *Syarah 'Aqidah Ahlusunnah wal Jama'ah*, (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2006), 27.

⁸ Safrida & Dewi Andayan, *Aqidah dan Etika Dalam Biologi* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2017), 2-3.

Aqidah adalah sejumlah kebenaran yang dapat diterima secara umum oleh manusia berdasarkan akal, wahyu, dan fitrah. Kebenaran itu dipatrikan oleh manusia di dalam hati serta diyakini kesahihan dan keberadaannya secara pasti dan ditolak segala sesuatu yang bertentangan dengan kebenaran itu.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa aqidah adalah dasar-dasar pokok keyakinan atau kepercayaan yang harus diyakini kebenarannya oleh setiap manusia. Bila seorang sudah menyakini kebenaran dia harus menolak segala yang bertentangan dengan kebenaran itu. Dalam beraqidah tidak boleh setengah hati harus mantap dan sepenuh hati tanpa ada keraguan sedikitpun dihatinya.

b. Pesan syariah

Menurut *etimologi* syariah berarti jalan lurus yang harus di turut, dalam makna lain syariah yaitu jalan tempat keluarnya air minum. Sedangkan menurut *terminologi* adalah hukum-hukum Allah yang diturunkan kepada Nabinya bagi kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat⁹. Hal ini sebagaimana firman Allah :

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ
الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ
أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا
وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ
فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ
تَخْتَلِفُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya : Dan kami telah turunkan kepadamu Al-Qur'an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya,

⁹ Sutrisna. *Syariah Islamiyah*, (Bogor: PT Penerbit Pres, 2015), 1.

yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan baru ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu, makaputusanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat di antara kamu, kam berikan aturan dan jalan yang terang. (Q.S. Al-Maidah:48)¹⁰

Berdasarkan pengertian diatas bahwa dapat kita pahami bahwa syariah merupakan ajaran Islam yang mengatur tentang hukum Islam atau peraturan yang harus dilaksanakan atau ditinggalkan oleh manusia demi kemaslahatan umat. Syariah dibagi menjadi dua yaitu ibadah dan muamalah.¹¹ Ibadah merupakan tindakan manusia yang dilakukan terkait dengan hubungan antara manusia dan sang pencipta yaitu Allah SWT. Dapat disebut juga dengan istilah hablun minallah. Dalam ibadah manusia diperintahkan oleh Allah untuk melakukan kewajiban dan meninggalkan semua larangan-Nya. Sedangkan muamalah yaitu suatu tuntunan atau ketetapan yang mengatur tentang hubungan antara manusia dengan manusia lainnya. Dapat disebut juga dengan istilah hablun minannas.

c. Pesan Akhlak

Akhlak berasal dari bahasa Arab merupakan bentuk jamak dari kata *khuluk* yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku dan tabiat. Sedangkan definisi akhlak secara istilah atau terminologi adalah tingkah lakuk seseorang yang didorong^{oleh} suatu keinginan secara sadar untuk

¹⁰ Cordova, Al-Qur'an surat Al-Maidah Ayat 48, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Kementrian Agama RI*, 211.

¹¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Pustaka Media Grup, 2011), 3-4.

melakukan suatu perbuatan yang baik tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan terlebih dahulu.¹² Adapun pendapat para ahli diantaranya sebagai berikut¹³:

- 1) Menurut Imam Al-Ghazali mendefinisikan akhlak ialah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.
- 2) Sedangkan menurut Ibn Miskawaih mendefinisikan akhlak sebagai keadaan jiwa seseorang yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melalui proses pemikiran atau pertimbangan.

Dari dua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah suatu perbuatan yang telah tertanam kuat di dalam jiwa seseorang. Dalam berakhlak juga tidak ada unsur paksaan sehingga seseorang bebas melakukan perbuatan sesuai dengan pemikirannya. Jika baik menurut agama dan pandangan akal tindakan spontan ini disebut akhlak baik (*Akhlakuk karimah*) sebaliknya jika akhlak tersebut buruk tindakan spontan ini disebut akhlak tercela (*Akhlak Madzmumah*).

4. Wasilah (Media) Dakwah

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah yang dapat mengundang indra-indra mansuai serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakain tepat dan efektif wasilah yang dipakai maka akan semakain efektif pula upaya pemahaman ajaran islam pada masyarakat.

¹² Muhammad Asroruddin Al Jumhuri, *Belajar Aqidah Akhlak* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), 14.

¹³ Afriantoni, *Prinsip-prinsip Pendidikan Akhlak generasi Muda* (Yogyakarta:CV Budi utama, 2015), 7-8.

5. *Atsar* (Efek) dakwah

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan suatu reaksi. Artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah, dan thariqah tertentu maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada mad'u (penerima dakwah). *Atsar* sering disebut juga dengan *feed back* (umpan balik) dalam proses dakwah ini kerap kali para da'i sering melewatkannya. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah di sampaikan maka selesailah dakwahnya. Padahal *atsar* sangat besar pengaruhnya terutama dalam menentukan langkah-langkah dakwah selanjutnya.¹⁴

6. Metode Dakwah

Metode adalah cara yang teratur secara sistematis untuk pelaksanaan sesuatu atau cara kerja. Metode juga berarti suatu langkah atau prosedur memahami sesuatu secara sistematis. Dengan demikian metode dakwah adalah suatu cara atau teknik menyampaikan ayat ayat Allah dan ajaranNya secara sistematis sehingga dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Dari segi Bahasa metode berasal dari dua perkataan yaitu *meta* (melalui) dan *hodos* (jalan, cara). Dengan demikian dapat kita artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber lain juga menyebutkan bahwa metode berasal dari Bahasa Jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam Bahasa Yunani metode berasal dari kata *methous* artinya jalan yang dalam Bahasa Arab disebut *thariq*.¹⁵

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ

عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤٥﴾

¹⁴ M. Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 32-34.

¹⁵ Mubasyaroh. *Metodologi Dakwah*, 1-2.

Artinya : *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebijakan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar dan itulah mereka yang mendapat kemenangan (Q.S. Ali Imran 104)*¹⁶

Pada garis besarnya, bentuk dakwah terbagi menjadi tiga bagian, yaitu: dakwah lisan (*da'wah bi al-lisan*), dakwah tulis (*da'wah bi al-qalam*), dan dakwah tindakan (*da'wah bi al-hal*)¹⁷.

1) Dakwah lisan (*da'wah bi al-lisan*)

Dakwah lisan bisa diartikan “penyampaian pesan dakwah melalui berupa ceramah atau komunikasi antara da’I dan mad’u (objek dakwah).¹⁸ Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik bicara oleh seorang da’i pada suatu aktivitas dakwah. Metode ini harus diimbangi dengan kepandaian khusus tentang retorika, diskusi, dan faktor-faktor lain yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramahnya. Dakwah menggunakan lisan harusnya menggunakan Bahasa yang komunikatif mudah dipahami dan sangat efektif dalam penyampaiannya. Sehingga objek dakwah bisa menerimanya dengan baik.

2) Dakwah tulis (*da'wah bi al-qalam*)

Dakwah tulisan ialah suatu kegiatan menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan seperti buku, majalah, jurnal, artikel, internet, dan lain-lain. Karena dimaksudkan sebagai pesan dakwah maka tulisan-tulisan tersebut berisi ajakan atau seruan mengenai amar ma'ruf nahi munkar. Format *da'wah bi al-qalam* itu memiliki banyak keunikan dan kelebihan yakni suatu tulisan tidak

¹⁶ Cordova, Al-Qur'an surat Ali Imron Ayat 104, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Kementrian Agama RI*, 63.

¹⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 359.

dibatsi ruang dan waktu, bisa dibaca dimana saja dan kapanpun. Apalagi publikasi saat ini semakin mudah jangkauannya juga luas dan tidak terbat terutama tulisan yang disebar di internet bisa dibaca banyak orang diseluruh dunia. Sebuah gagasan menjadi riil dan kongrit bila ditulis tidak hanya diucapkan.

3) Dakwah tindakan (*dakwah bi al-hal*)

Dakwah tindakan adalah dakwah dengan menggunakan perbuatan atau teladan sebagai pesannya. Dakwah bilhal biasa juga disebut dakwah alamiah. Maksudnya adalah dengan menggunakan pesan dalam bentuk perbuatan dakwah dilakukan sebagai upaya pemberantasan kemungkaran secara langsung (fisik) maupun langsung menegaskan *ma'ruf* (kebaikan)¹⁹

Contoh dari *da'wah bil hal* adalah silaturahmi. Metode silaturahmi banyak manfaatnya disamping untuk mempererat persahabatan dan persaudaraan juga dapat dipergunakan oleh da'i itu sendiri untuk mengetahui kondisi masyarakat di suatu daerah yang dia kunjungi. Dengan metode ini da'i akan mengetahui secara dekat kondisi mad'u-nya dan dapat pula membantu mengatasi kesulitan-kesulitan yang sedang dihadapi mad'u.²⁰

Dari ketiga bentuk inilah dakwah diklasifikasikan lagi menjadi beberapa macam. Artinya ketika seseorang berdakwah sebenarnya tidak hanya terbatas pada satu model dakwah saja melainkan banyak cara untuk mengajak atau mensyiarkan agama Islam kepada umat manusia. Misalnya dalam dakwah dengan model lisan, dakwah seperti ini tidak terbatas pada ceramah atau khutbah tapi bisa berupa diskusi, konseling ataupun perdebatan Sementara dakwah dengan bentuk tulisan, bisa berupa buku-buku bacaan,

¹⁹ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 98.

²⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), 109.

Opini, Karya Tulis, surat menyurat. Bahkan secara histori, surat menyurat sering dilakukan oleh Rasulullah Muhammad SAW kepada beberapa raja di sekitar Arab, Afrika maupun Eropa pada saat beliau menjadi pemimpin umat Islam. Sedangkan dakwah dengan perbuatan (*da'wah bi al-hal*) justru lebih luas lagi, karena menyangkut seluruh aktivitas manusia. *Da'wah bi al-hal* dapat berupa kegiatan ekonomi, pendidikan, dan sebagainya.

3. Pesan Dakwah Bergambar

Dakwah bergambar dapat diartikan juga sebagai aktifitas penyampaian informasi atau pesan-pesan yang mengajak untuk berbuat *amar ma'ruf nahi munkar* hal ini dilakukan berdasarkan pedoman Al-Qur'an dan sunnah, dengan memanfaatkan media komunikasi jenis pendekatan dakwah melalui gambar yang dewasa ini sangat berkembang pesat²¹. Gambar sendiri merupakan perpaduan antara beberapa titik, beberapa garis, bidang dan warna yang berguna untuk menceritakan sesuatu.

Diantara media dakwah yang ada saat ini adalah media dakwah bergambar, hal yang seperti ini sudah lazim digunakan melihat perkembang zaman yang kian maju. Salah satu bukti bahwa dakwah bergambar yang sedang trend adalah karya seni desain grafis yang memuat komposisi gambar dan tulisan yang sifatnya *amar ma'ruf nahi munkar*.

Media gambar adalah segala sesuatu yang diwujudkan secara visual kedalam bentuk dua dimensi sebagai curahan ataupun pikiran yang bentuknya bermacam-macam seperti lukisan, *slide*, film, dan poster.²² Melalui jenis media tersebut juga efektif digunakan sebagai perantara penyampaian dakwah. Hal ini dikarenakan media gambar

²¹ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual", *Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang* (1) No.1, Mei-Oktober 2016, 109. (diakses pada tanggal 10 Agustus 2020)

²² Samhis Setiawan, "Pengertian Media Gambar-Jenis, Fungsi, Manfaat, Karakteristik, Kelebihan, Kekeurangan, Prinsip, Contoh, Para Ahli", di kutip dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-media-gambar/> diakses pada tanggal 22 April 2020.

memiliki kelebihan yang tidak ditemukan pada media dakwah yang lain. Berikut adalah kelebihan media gambar:

- 1) Sifatnya konkrit, gambar lebih realitis menunjukkan masalah dibandingkan dengan verbal semata.
- 2) Gambar dapat mengatasi batasan ruang dan waktu.
- 3) Media gambar dapat mengatasi keterbatasan pengamatan kita.
- 4) Gambar dapat memperjelas suatu masalah.
- 5) Bisa menampilkan gambar, grafik, diagram atau sesuatu yang berbentuk visual.
- 6) Dapat dipergunakan oleh banyak orang.²³

Model dakwah bergambar banyak ditemukan diberbagai media sosial seperti Instagram. Model dakwah yang seperti ini menjawab tantangan dakwah masa kini yang mengharuskan para da'I untuk lebih mengasah kreativitas mereka dalam menyampaikan pesan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Desain gambar yang bagus serta kalimat yang memotivasi akan semakin menarik minat seseorang menjadi penerima dakwah. Inilah alasan yang cukup urgen bahwa dakwah melalui gambar saat ini sangat dibutuhkan dan diminati oleh masyarakat.

4. Jalinan Komunikasi

a. Pengertian Jalinan Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari Bahasa latin *communication* yang berarti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Jadi secara garis besar dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima informasi). Proses komunikasi dapat diartikan transfer informasi atau pesan (*massage*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*)

²³ Samhis Setiawan, "Pengertian Media Gambar-Jenis, Fungsi, Manfaat, Karakteristik, Kelebihan, Kekeurangan, Prinsip, Contoh, Para Ahli", di kutip dari <https://www.Gurupendidikan.co.id/pengertian-media-gambar/> diakses pada tanggal 22 April 2020.

antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.²⁴

Adapun beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:²⁵

- 1) Carl I. Hovland berpendapat bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.
- 2) Gerald R. Miller Komunikasi terjadi jika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.
- 3) Everett M. Rogers berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Sedangkan jalinana berasal dari kata jalin yang berarti tali dalam artian hubungan.²⁶ Untuk memper erat jalinan sesama manusia baik antara individu dan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Maka diperlukan interkasi atau proses komunikasi. Dengan demikian dapat dipahami bahwa jalinan komunikasi adalah pertalian atau hubungan antar sesama manusia untuk saling bertukar pikiran dalam rangka mewujudkan tujuan bersama.

5. Unsur-unsur komunikasi

1) Komunikator

Istilah lain dari komunikator adalah *sender, encoder* atau pengirim pesan yaitu perorangan atau lembaga yang bertindak sebagai penyampai atau pengirim pesan. Sebagai penyampai atau pengirim pesan maka komunikator juga dapat sekaligus sebagai

²⁴ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), 5.

²⁵ Ahmad Sultan Rustan & Nurhakki hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 30.

²⁶ Shabrina Vashitia P, “Mempererat Jalinan Sesama Insan”, di kutip dari <https://www.kompas.com/mempererat-jalinan-sesama-manusia>, dikases pada tanggal 22 April 2020.

penggagasa atau disebut sebagai narasumber. Dalam kegiatan komunikasi akan terjadi proses interaksi antara manusia yang terlibat di dalamnya. Penyebar pesan atau komunikator adalah unsur yang menyampaikan ide atau gagasan kepada pihak lain. Tugasnya melakukan *encoding* atau merumuskan ide atau gagasan ke dalam suatu bentuk pesan yang dapat dan mudah dimengerti. Hal ini cukup menyulitkan mengingat seorang komunikator harus dapat memindahkan ide atau gagasannya tersebut ke benak atau pemikiran orang lain agar terdapat kesamaan pengertian dan makna.

2) Pesan

Pesan merupakan ide, informasi atau berita yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Materi yang disampaikan komunikator pada komunikan dapat berupa lisan maupun tulisan. Selain itu dapat pula berupa lambang-lambang, gambar, warna, atau isyarat-isyarat lainnya yang dilakukan dengan menggunakan Bahasa yang verbal maupun nonverbal tetapi harus dapat dipahami oleh kedua belah pihak baik pengirim maupun penerima pesan.

3) Media

Media (*channel*) merupakan saluran dalam menyampaikan pesan yang ditunjukkan kepada komunikan baik perorangan, kelompok maupun massa. Media tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut :

- a. Media umum ialah media yang digunakan oleh semua bentuk komunikasi seperti *telephone, fax, Overhead, Projector* dan sebagainya.
- b. Media Massa ialah media yang digunakan untuk kepentingan massal seperti televisi, radio, film, surat kabar dan sebagainya.

4) Komunikan

Komunikan merupakan pihak penerima pesan yang dengan istilah lain disebut sebagai *receiver*. Seorang komunikan dalam tugasnya melakukan *decoding* yaitu menafsirkan pesan yang sampai kepadanya melalui media, berusaha memahami pesan itu sehingga dapat memberi reaksi yang sesuai dengan harapan si penyampai pesan.

6. Jenis Komunikasi

1) Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan Bahasa sebagai alat sehingga komunikasi verbal ini sama artinya dengan komunikasi kebahasaan. Komunikasi kebahasaan dapat dijalin secara lisan dan tulisan. Komunikasi kebahasaan ini lazim digunakan dalam kegiatan sehari-hari termasuk dalam pelayanan di perkantoran. Penggunaan komunikasi kebahasaan biasanya lebih akurat dan tepat waktu. Simbol yang digunakan sebagai alat adalah kata yang digunakan untuk mengekspresikan ide atau perasaan. Sering juga komunikasi kebahasaan digunakan untuk menyampaikan arti yang tersembunyi dan menguji minat seseorang. Keuntungan komunikasi kebahasaan yang dijalin secara lisan dengan cara tatap muka memungkinkan tiap individu untuk berhubungan secara langsung.

2) Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan Bahasa lisan maupun tulisan, tetapi menggunakan bahasa kias, bahasa gambar, dan bahasa sikap. Proses pemindahan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Bahasa kias sendiri adalah Bahasa yang menggunakan gerak tangan atau tubuh sebagai isyarat, gerakan tersebut mempunyai arti pesan dalam konteks komunikasi. Komunikasi jenis ini merupakan cara yang paling menyakinkan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain terutama pada penyandang tunarungu atau tunawicara.²⁷

7. Bentuk Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dan kompleks bagi kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat

²⁷ Herri Susanto, *Communication Skills* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), 28-29.

vital di kehidupan manusia karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi. Oleh karena itu kita juga perlu mengetahui bentuk-bentuk komunikasi. Bentuk-bentuk komunikasi dibagi menjadi 5 bagian diantaranya sebagai berikut:

1) Komunikasi Antar pribadi (*interpersonal communication*)

Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, dimana pengirim pesan dapat menyampaikan secara langsung dan memungkinkan setiap pesertanya dapat menangkap rekasi secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.²⁸

2) Komunikasi Kelompok (*Grup Communication*)

Komunikasi antar kelompok akan berlangsung antara seorang komunikator dengan sejumlah komunikan yang berkumpul bersama-sama, baik dalam dalam jumlah kehadiran yang kecil. Komunikasi kelompok dapat dipahami bahwa sejumlah orang yang sedang berinteraksi satu sama lain dan memiliki tujuan bersama untuk mencapai tujuan bersama. Adanya keinginan bersama dan juga sikap tenggang rasa adalah hal yang penting untuk keberhasilan komunikasi ini.

3) Komunikasi Massa (*mass communication*)

Menurut Bittner Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa yang melibatkan banyak orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang bahkan puluhan ribu jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media Komunikasi yang termasuk media massa adalah media elektronik dan media cetak. Media elektronik adalah media yang memerlukan alat elektronik untuk membuka kontennya. Contoh sumber alat elektronik yang sering

²⁸ A Andhita Sari, *Komunikasi antar pribadi* (Yogyakarta: CV Budi Utama,2017),8.

biasa kita jumpai antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, dan konten daring. Sedangkan media cetak tidak memerlukan alat elektronik untuk membukannya seperti majalah dan surat kabar.²⁹ Komunikasi massa juga mempunyai empat karakteristik yang perlu juga dipahami seperti³⁰:

a) Komunikasi massa bersifat umum

Komunikasi massa bersifat umum artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu komunikasi bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi sekeliling kita dapat dimuat media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria yang menarik.

b) Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi massa bersifat heterogen maksudnya adalah adanya keanekaragaman dari komunikannya. Karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda yang dapat dikelompokkan berdasarkan pada status sosial, pengalaman, pendidikan, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lain-lain. Sejumlah orang yang berbeda ini disatukan oleh minat yang sama yang mempunyai bentuk dan tingkah laku yang sama meskipun mereka belum saling mengenal.

c) Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Komunikasi massa menimbulkan keserempakan maksudnya adalah jumlah sasaran khalayak yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu komunikasi yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan dapat memperoleh pesan yang sama.

²⁹ Rohadatul Ais, *Komunikasi efektif di masa pandemic covid-19* (Banten: Makmood Publishing, 2020), 27.

³⁰ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, 17.

- d) komunikasi massa tidak terdapat hubungan non pribadi.

Dalam komunikasi massa tidak terdapat hubungan non pribadi maksudnya adalah dalam konteks komunikasi massa komunikator tidak harus mengenal dulu komunikannya seperti pada komunikasi antar personal, yang paling terpenting adalah bagaimana pesan tersebut disusun secara sistematis dan mudah dipahami.

- 4) Komunikasi Organisasi (*Organization Communication*)

Komunikasi organisasi dapat disebutkan suatu komunikasi yang terjadi dalam sebuah lembaga atau organisasi. Komunikasi organisasi, bersifat formal, dan juga informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Karena itu maka organisasi dapat dikatakan kelompok dari kelompok-kelompok.

- 5) Komunikasi Publik (*Large-grup Commucitation*)

Komunikasi publik adalah komunikasi yang berlangsung diantar seorang pembicara dengan sejumlah khlayak besar dimana masing-masing orang tidak saling kenal satu sama lain. Komunikasi publik juga sering disebut sebagai kuliah umum, pidato atau cermaha. Biasanya komunikasi public berlangsung dalam situasi yang lebih formal dan karakteristiknya lebih sulit dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi atau komunkasi kelompok. Hal ini terjadi disebabkan komunikasi public menuntut persipan pesan yang lebih cermat serta kemampuan menghadapi khlayak besar.

8. Pola Komunikasi

Pola dapat diartikan sebagai sebuah bentuk yang teratur dan terjadi secara berulang-ulang atau rangkaian peristiwa yang terlihat dan dapat menggambarkan cara sesuatu terjadi atau dikerjakan.³¹ Sedangkan istilah komunikasi berpangkal pada Bahasa latin *Commucitation*

³¹ Ali Nurdin, *Komunikasi Magis* (Yogyakarta:PT.Lkis Printing cemerlang,2015),31.

yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Dengan demikian yang dimaksud dengan pola komunikasi adalah hubungan antara dua orang atau lebih yang mana dalam penerimaan dan pengiriman pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan dapat mudah untuk tersampaikan dan dipahami.³²

Proses komunikasi mempunyai dua pola komunikasi yaitu model linear dan sirkuler.

1) Model linear

Model ini hanya terdiri atas dua garis lurus, yaitu proses komunikasi yang berawal dari komunikator dan berakhir di komunikan. Contohnya : formula lasweel. Formula ini dikenal dengan rumusan cara untuk menggambarkan dengan tepat suatu tindakan komunikasi yaitu dengan menjawab pertanyaan berikut:³³

- a) Who (Siapa)
- b) Says What (Mengatakan apa)
- c) In Witch channel (Dengan saluran yang mana)
- d) To whom (Kepada siapa)
- e) With what effect (Dengan efek seperti apa)

Dapat disimpulkan linear disini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan satu titik ketitik yang lain secara lurus, Yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi juga ada kalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan lebih efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

2) Model Sirkular

Model sirkuler ditandai dengan adanya unsur *feed back*. Dengan demikian, proses komunikasi tidak

³² Ita Nurlita & Indah Noviandari, "Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Perberdayaan Perilaku Anak Terhadap Tayangan sinetron di Televisi", *Jurnal Cakrawala*,(10) No.2, Desember 2016,157. Dikutip dari <https://cakrawalajournal.org>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.

³³ Kadar Nurjaman & Khaerul Umam, *Komunikasi dan Publik Relation* (Bandung : Pustaka Setia, 2012), 40.

berawal dari satu titik dan berakhir di titik yang lain. Jadi, proses komunikasi sirkuler itu berbalik satu lingkaran penuh. Komunikasi yang efektif mempunyai ciri-ciri yaitu dua arah (*Two Ways*). Model seperti ini menunjukkan adanya arus dari satu orang kepada orang lain atau dari kelompok kepada kelompok lainnya. Melalui umpan balik atau *feed back*, kembali kepada orang semula, membuat *loop* atau balikan atau putaran penutup. Balikan bermula ketika seseorang atau pengirim mempunyai pesan yang akan dikomunikasikan. Pertama-tama, pengirim menulis pesan dan memberi arti dengan harapan pesannya dapat dimengerti. Pengirim selanjutnya mengirim pesan atau menyampaikannya melalui saluran baik formal maupun informal diantara dua pihak dengan menggunakan media atau perantara, misalnya *face to face*, *telephone*, dan internet. Penerima kemudian menerima pesan itu dan mencoba untuk memahaminya, dengan cara menguraikan isi pesan yang telah diterima. Untuk itu ia perlu mendengarkan dengan baik apabila pesan disampaikan secara oral, dan membacanya dengan benar apabila pesan disampaikan secara tertulis. Penerima memberi tahu kepada pengirim dengan memberikan umpan balik bahwa pesan telah diterima³⁴.

Maka dapat dimengerti model sirkular ini membutuhkan peran aktif dari pihak komunikator dan komunikan. Yang artinya komunikator memberikan pesan kepada komunikan melalui media. Dan selanjutnya komunikan memberikan jawaban terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator.

9. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Media Sosial

Agar lebih memahami apa arti media sosial maka berikut pendapat dari beberapa para ahli³⁵ :

³⁴ Kadar Nurjaman & Khaerul Umam, *Komunikasi dan Publik Relation*, 40.

³⁵ Mac Aditiawaman,dkk, *Hoax Hate Speech Di Dunia Maya* (Tonggak Tua: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia, 2019), 50-51.

1. Menurut Philip Kolter dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.
2. Menurut Chris Brogan media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.
3. Menurut M Terry media sosial adalah suatu media komunikasi dimana pengguna dapat mengisi kontennya secara bersama dan menggunakan teknologi penyiaran berbasis internet yang berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.

Dengan demikian media sosial adalah media online yang mendukung di mana penggunanya dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan cara berbagi atau memperoleh informasi yang ada.

b. Instagram

Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto dan video secara online. Instagram berasal dari kata *insta* dan *gram*. Kata *insta* berasal dari kata *instan*, seperti halnya kamera *poraloid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan *foto instan*, sedangkan kata *gram* berasal dari kata *telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. yang didalamnya terdapat.³⁶

Pencetus pertama kali Instagram adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tanggal 6 Oktober 2010 mereka adalah pengusaha internet dan pemrogram komputer. Sebulan kemudian Instagram mampu merangkul 1 juta pengguna, kemudian setahun setelah itu, Instagram mencapai 10 juta lebih pengguna. Dan

³⁶ Meutia Puspita Sari, Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau, *JOM FISIP* (4) No, 2 Oktober 2017.5-6. Dikutip dari <https://media.neliti.com>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.

pada tahun 2012 Instagram mampu menyaingi pengguna facebook.³⁷

Instagram juga mempunyai istilah tersendiri untuk penggunanya. pertemanan di Instagram menggunakan istilah following dan followers. Yang artinya following berarti mengikuti pengguna dan follower berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna juga dapat menggunakan fitur-fitur yang sudah disediakan untuk kemudah berinteraksi seperti DM (*direct message*), *comment*, *like*, *Instagram story*, IGTV, dan lain sebagainya.

10. Jenis-jenis followers

Jumlah followers merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki influencer. meskipun konten masih jadi hal yang paling utama yang bias mempertahankan eksistensi di media social, tak bisa disangkal banyak sedikitnya followers juga sangat berpengaruh. Influencer sendiri adalah seseorang yang bisa memberikan pengaruh di masyarakat mereka bisa merupakan selebritis, blogger, public figure yang dianggap penting di komunitas tertentu. berdasarkan jumlah followers influencer dapat dibedakan menjadi tiga kelompok diantaranya sebagai berikut:³⁸

1) Nano Influencers

Nano Influencers adalah orang-orang yang memiliki 1.000-5.000 Followers.

2) Micro Influencers

Micro Influencers adalah orang-orang yang memiliki jumlah followers antara 5.000-10.000.

3) Power Middle Influencers

Power Middle Influencer adalah orang-orang yang memiliki jumlah followers antara 10.000-250.000.

³⁷ Zakiya Romadlany & farhan, Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Kasus Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid, *EL-Furqonia* (5), No. 1 Agustus 2019, 113. Dikutip dari <https://zenodo.org>. diakses pada tanggal 23 Agustus 2020.

³⁸ Tim Stiletto Book & Ranny Afandi, *How to win instagram* (Jogjakarta: CV Diandra Primamitra Media, 2019), 22-26.

4) Macro Influencers.

Macro Influencers adalah orang-orang yang memiliki jumlah followers antara 250.000-lebih dari 1 juta.

11. Instagram Sebagai Media Dakwah

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunduh foto, oleh karena itu Instagram berbeda dengan jejaring sosial lain seperti facebook, twitter dan berbagai macam media sosial lainnya. Karena umumnya media sosial Instagram khusus hanya bisa mengunggah foto beserta tulisan-tulisan yang terdapat di dalam gambar atau foto tersebut. Tulisan-tulisan (*Caption*) tersebutlah yang akan nantinya akan disampaikan kepada orang lain. Berbeda dengan *Facebook* maupun *Twitter* yang biasanya penggunanya tidak hanya mengunggah foto tetapi juga bisa menulis kalimat yang mereka suka tanpa harus mengunggah foto terlebih dahulu. Adapun unsur-unsur dalam aktifitas dakwah di Instagram, tulisan-tulisan (*Caption*) yang terdapat didalam gambar merupakan pesan dakwah, memposting atau pemilik akun dakwah tersebut disebut da'i, madu'nya adalah seluruh pembaca atau pengikut (*Followers*) akun tersebut. Mediana adalah jejaring sosial yaitu Instagram, Metode dakwahnya adalah susunan kalimat yang terdapat didalam gambar tersebut. Kemudian efek dakwahnya adalah dapat menggugah hati dan memotivasi seseorang untuk melakukan suatu hal. Hal baik ataupun buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunannya. Untuk itu juru dakwah juga harus piawai dalam menggunakan Bahasa dan memilih materi yang ringan sehingga mudah dipahami oleh para pengikutnya (*Followers*).

B. Penelitian Terdahulu

Pesan-pesan dakwah melalui media merupakan suatu objek yang menarik untuk dibahas, sehingga tidak jarang jika banyak kajian keilmuan megambil ranah dakwah melalui media sosial sebagai salah satu latar belakang penelitian. Penelitian tentang *Instagram* sebagai media dakwah telah banyak di teliti

sebelumnya, hanya saja konteks dan studi kasusnya yang berbeda diantaranya yaitu:

1. Skripsi Karya Fitriani Br. Pane “Pesan-Pesan Dakwah dalam Akun Teladan Rasul pada Media Sosial Instagram”.³⁹

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh akun Instagram Teladan Rasul terhadap para followers. Jenis penelitian ini adalah penelitian Analisis Isi (*Content Analysis*) dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa akun Teladan Rasul di Instagram, berisi gambar mengenai potongan ayat suci Al-Qur’an dan Hadits yang berkenaan tentang keimanan atau akidah, keteladanan, dan syariat atau perintah dari Allah. Cara tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah supaya sasaran mad’unya lebih luas. Persamaan dalam penelitian ini adalah terdapat pada media yang digunakan yaitu Instagram dan Perbedaannya terletak pada akun yang digunakan yaitu Akun Instagram @ Rumayshocom.

2. Skripsi karya Lisa Seri Wahyuni “Pesan-pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_Islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan”.⁴⁰

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah akun @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan. Adapun penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode diskriptif (*descriptive research*). Penelitian ini mengkaji akun Instagram @sahabat_islami yang menganalisis tentang pesan-pesan dakwah yang berupa pesan aqidah, syariah, dan akhlak. Dari ketiga pesan dakwah yang terdapat pada akun Instagram @sahabat_islami tersebut yang paling menonjol yaitu

³⁹ Fitriani Br Pane, “Pesan-Pesan Dakwah dalam Akun Teladan Rasul pada Media Sosial Instagram”,(skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016), diakses pada 10 Desember 2019 – <https://resopitory.unisnu.ac.id>.

⁴⁰ Lisa seri wahyuni, “Pesan-pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_Islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan”, (skripsi, Univeritas Negeri islam Ar-raniry Banda Aceh, 2019), diakses pada 6 Februari 2020 – <https://media.neliti.com>.

pesan-pesan tentang akhlak yang membahas tentang perilaku yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah sedangkan perbedaan terletak pada objek yang akan diteliti.

3. Skripsi Ahmad Pakhri M “Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)”⁴¹

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dakwah melalui fitur vidgram di Instagram yang dilakukan oleh Yufid Tv. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini mengkaji akun Instagram @yufid tv yang menganalisis tentang bagaimana penggunaan fitur Vidgram sebagai trend

media dakwah masa kini. Akun Instagram @yufid tv tersebut menonjolkan penggunaan fitur vidgram yang ditawarkan oleh Instagram dengan memproduksi dan mengunggah konten video poster. Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada media social yang digunakan yaitu Instagram adapun perbedaan dengan penelitian yang akan di kerjakan oleh peneliti yaitu lebih fokus pada pesan-pesan dakwah yang terdapat pada postingan akun @Rumaysocom.

C. Kerangka Berfikir

Berdakwah merupakan kewajiban bagi setiap manusia, setiap orang dalam berbagai profesi bisa melakukan dakwah. Zaman yang serba modern saat ini bukanlah alasan untuk tidak menyampaikan pesan dakwah. Salah satunya dengan internet merupakan media dan sumber informasi yang paling canggih saat ini, sebab teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, kecepatan dan kemampuan menyediakan berbagai informasi setiap orang, media tersebut bukan sekedar hiburan akan tetapi media sosial adalah alat untuk kita dapat meningkatkan tali saliaturahmi dengan cara dakwah masa kini.

⁴¹ Ahmad Pakhri M, “Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)”, (skripsi, Universitas Negeri Islam Alauddin Makassar, 2017), diakses pada 1 Februari 2020 – <https://repositori.uin-alauddin.ac.id>.

Media Instagram yang diteliti oleh peneliti mengambil akun @Rumaysocom yang memiliki jumlah postingan sebanyak 1,376 juta per April 2020. Dari banyaknya postingan tersebut tentunya memuat pesan-pesan Islam seperti akidah, syariah, dan akhlak. Selain itu, akun ini juga memiliki follower atau pengikut dengan jumlah yang cukup banyak yaitu 734 ribu follower per April 2020. Follower tersebut dapat memberikan feedback dengan berkomentar di kolom komentar Instagram. Dari adanya postingan dan komentar oleh follower maka akan membentuk jalinan komunikasi.

Berdakwah di Media Instagram memiliki peranan penting dalam sukses atau tidaknya kegiatan dakwah tersebut dapat berlangsung. Dari skema di bawah, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dalam jalinan komunikasi antar followers.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

