

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

Ada beberapa kajian teori yang dapat diulas dalam penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram dalam Akun @Dakwah_Kebaikan

1. Analisis Isi

a. Definisi Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.¹ Analisis isi merupakan metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks dalam media tertentu, untuk kemudian symbol simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis.²

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi, Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak maupun media elektronik. Di luar itu, analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok, ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, maka analisis isi dapat diterapkan.³

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi suatu media (radio, film, surat kabar dan televisi) menggunakan analisis isi. Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (trend) dari suatu isi.⁴

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

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

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, 110

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

Dalam menganalisis isi, hal yang perlu digunakan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang apabila disampaikan dalam bentuk lambang tersebut, maka analisis yang digunakan adalah materi (pesan) dakwah yang berisi tentang pesan akidah, syariat, muamalah, dan akhlak dalam unggahan video di Instagram. Weber menyatakan bahwa kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang shahih dari sebuah buku atau dokumen. Holsty memberikan definisi yang lainnya dan menyatakan bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.⁵

b. Tujuan Analisis Isi

Adapun tujuan analisis isi:

1) Menggambarkan karakteristik pesan

Dalam proses komunikasi, pertanyaan “what, to whom, dan how”, digunakan dalam sebuah analisis isi. Pertanyaan what berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, trend dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan to whom dipakai untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sementara pertanyaan how berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik suatu pesan.⁶ Ada empat desain analisis isi yang dipakai dalam menggambarkan pesan yaitu:

- a) Analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam kurun waktu yang berbeda.
- b) Analisis isi dipakai untuk melihat suatu pesan pada situasi yang berbeda. Situasi disini dapat berupa konteks yang berbeda, budaya, sosial, dan politik.
- c) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak merujuk pada

⁵ Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta:UIN Jakarta Press, 2006) .68

⁶ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 32.

pembaca, pendengar atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik yang berbeda.

- d) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda.⁷
- 2) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (Inferences about the causes of communication).

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

c. Pendekatan Analisis Isi

Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang ingin menguji hubungan diantara variabel. Pendekatan analisis isi dibagi atas tiga bagian,⁸ yaitu:

1) Deskriptif Analisis isi

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

2) Eksplanatif Analisis isi

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

⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* 3,2.

⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 47-53

3) Prediktif Analisis isi

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

2. Definisi Dakwah

Pengertian Dakwah Ditinjau dari segi bahasa, menurut Prof Ali Aziz, dakwah berasal dari bahasa arab (دعوة) da`watan yang berarti panggilan, seruan, ajakan.⁹

Sedangkan menurut Syukir dalam ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk isim masdar yaitu berasal dari fi`il (kata kerja) da`a – yad`u- da`watan yang artinya memanggil, mengajak, menyeru.¹⁰ Dengan demikian dakwah secara bahasa (etimologi) adalah proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan, seruan atau himbauan. Sedangkan pengertian dakwah ditinjau dari segi istilah, terdapat pendapat para ahli yang merumuskan pengertian dakwah, diantaranya:

Dzikron Abdullah dalam bukunya berpendapat semua usaha untuk menyebarkan Islam dan merealisasikan ajaran di tengah masyarakat dan kehidupannya agar mereka memeluk agama Islam dan mengamalkannya dengan baik adalah dakwah.

¹¹ Menurut Samsul Munir Amin, yang berpendapat bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dengan sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individu maupun masyarakat untuk mencapai kebahagiaan dunia maupun akhirat dengan menggunakan berbagai media dan cara-cara tertentu.¹²

Sedangkan dakwah menurut Wardi Bhatiar adalah upaya mengubah situasi kepada situasi yang lain yang lebih baik sesuai

⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 3.

¹⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 17.

¹¹ Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, (Semarang : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo), 7.

¹² Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah 2008), 7.

ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Islam.¹³

Al-Rawi mengatakan bahwa dakwah adalah pedoman yang lengkap tentang perilaku manusia serta ketentuan hak dan kewajiban. Maksud dari hal tersebut yakni seluruh aspek dalam Islam dari urusan paling kecil sampai yang besar adalah dakwah, yang tidak luput dari suatu hal melainkan sudah lengkap dan jelas. Muhammad al-Khadlar Husain juga mengungkapkan bahwa dakwah merupakan menyeru manusia kepada kebaikan dan hidayah serta amar ma'ruf nahi mungkar untuk mencapai kepada kehidupan yang bahagia dunia akhirat. Pengertian dakwah juga dikemukakan oleh Adam „Abdullah al-Alwariyy yang menyebutkan, bahwasanya dakwah adalah memalingkan pandangan dan pola pikir manusia pada akidah yang bermanfaat bagi mereka serta pada kemaslahatan, juga berarti upaya penyelamatan manusia dari kesesatan dan kemaksiatan yang merongrongnya. Artinya adalah dakwah akan mengantarkan seseorang pada akidah dan keyakinan yang kuat dengan mengesampingkan akal pikiran, dan menjadikan orang selamat dari bentuk pemikiran- pemikiran sesat dan perilaku maksiat yang bersarang dalam dirinya.¹⁴

Cakupan makna dari kata “dakwah” memang amat luas. Sebagai upaya mengajak orang lain kepada keadaan yang lebih baik dalam ukuran-ukuran yang sesuai dengan ajaran Islam, tentu amat sulit untuk membuat batasan yang cukup tegas tentang maknanya yang spesifik. Bahkan, aktivitas dakwah telah ada jauh sebelum kenabian Muhammad Saw. Diutusnya para Nabi dan rasul sebelum Muhammad Saw. Merupakan salah satu bukti bahwa ajaran untuk kehidupan yang harmonis sesuai dengan tujuan penciptaan manusia telah ada sebelumnya. Dengan demikian, tugas Nabi Muhammad Saw, adalah melanjutkan dakwah para nabi dan rasul sebelumnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa aktivitas dakwah selalu bertujuan untuk membangun nilai-nilai kemanusiaan dari zaman ke zaman. Bukankah Nabi Muhammad mengungkapkan alasan mendasar beliau diutus sebagai Rasul, yakni untuk menciptakan manusia-manusia dengan akhlak yang utama (li utamimma

¹³ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), 31.

¹⁴ M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital: Seri Komunikasi Islam*, (Pustaka Al-Ikhlash, Kuningan: 2013), 8.

makarima al-akhlaq)? beliau diutus bukan untuk membuat manusia menjadi lebih pandai, kaya, sukses, dan sebagainya, tetapi dengan tujuan yang amat sederhana, membuat manusia agar memiliki akhlak yang terpuji. Manusia yang beradab.¹⁵

Dari definisi di atas memang terdapat persamaan dan perbedaan pendapat para ahli dakwah, namun bila dikaji bersamaan dan perbedaan tersebut dapat disimpulkan pengertian dakwah adalah sebagai berikut:

- a) Proses penyebaran agama Islam kepada orang lain supaya mereka memeluk agama Islam.
- b) Usaha yang dilakukan atau diselenggarakan berupa mengajak orang lain untuk beriman dan juga mentaati perintah Allah SWT, amar ma'ruf atau perbaikan dan pembangunan masyarakat serta nahi munkar.
- c) Dakwah itu merupakan suatu aktivitas atau suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar.
- d) Dakwah merupakan aktivitas yang bersifat menyeru, mengajak atau memanggil dengan metode tersendiri sesuai dengan kaidah Islam.
- e) Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai sebuah cita-cita dari dakwah itu sendiri yaitu kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat. Berdasarkan uraian di atas maka dakwah secara istilah dapat diartikan sebagai upaya dan kegiatan baik berupa ucapan maupun perbuatan mengajak atau menyeru orang lain agar mengetahui, menghayati, serta mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari agar dapat meraih kebahagiaan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat.

3. Pesan Dakwah

a. Definisi Pesan Dakwah

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok yang dapat berupa pikiran, keterangan, pernyataan dari suatu sikap.¹⁶ Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan sebuah lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

¹⁵ Moch.Fakhruroji. *Dakwah di era media baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) , 8-9

¹⁶ Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Gaya Media Pratama, Jakarta: 1997), 9.

Sementara Susanto Astrid dalam bukunya mengemukakan bahwa pesan adalah suatu ide, informasi, gagasan, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.¹⁷ Menurut Moh. Natsir, pesan dakwah lebih menitik beratkan kepada gambaran secara jelas tentang bagaimana konsep Islam dalam mengatur kehidupan manusia. Pesan dakwah merupakan sebuah motivasi kepada manusia agar memiliki semangat mencapai kehidupan yang baik. Serta menjadikan keberadaan agama sebagai problem solving terhadap permasalahan yang dialami manusia.¹⁸

Al – Qur’an merupakan sebuah kitab suci yang berisi risalah-risalah Allah yakni berupa berita dan pesan dakwah yang harus disampaikan kepada manusia supaya mereka selalu ingat akan balasan dari setiap perbuatannya selama hidup di dunia. Para rosul merupakan orang-orang yang diutus oleh Allah SWT untuk menyampaikan risalah-risalah Allah. Risalah-risalah Allah meliputi semua bidang kehidupan yang kemudian Muhammad Natsir dalam bukunya membagi ke dalam tiga pokok utama yaitu :

- 1) Pertama, risalah untuk menyempurnakan suatu hubungan manusia dengan Tuhan-Nya (hablum minallah). Dalam hal ini berarti mengimani adanya Allah, mentauhidkan-Nya dan tidak menyekutukan-Nya. Menjalankan seluruh kewajiban yang diperintahkan oleh Allah, seperti sholat, zakat, puasa, berdzikir, berdoa dan sebagainya, serta menjauhi semua larangan-Nya.
- 2) Kedua, risalah untuk menyempurnakan suatu hubungan manusia dengan sesama manusia (hablum minannas). Hal ini diantaranya tentang saling tolong menolong sesama muslim, bersedekah bagi orang miskin, berbuat baik kepada semua orang, dan lain sebagainya.
- 3) Ketiga, yaitu risalah untuk menyeimbangkan (tawazun) antara hablum minallah, dan hablum minannas, karena pada prinsipnya keduanya adalah dua hal yang tidak

¹⁷ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (BinaCipta, Bandung: 1997), 7.

¹⁸ Thohir Luth, *Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta : Gema Insani Press, 1999), hlm. 71

boleh dipisahkan. Misalnya perintah keutamaan sholat berjamaah, sholat termasuk kategori hablum minallah tetapi dengan berjamaah berarti dilakukan bersama-sama dengan manusia.

Dari beberapa pengertian di atas pesan dakwah adalah pesan-pesan yang secara garis besarnya bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Kemudian disampaikan untuk mengatur kehidupan manusia agar menjalankan kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam. Sementara itu, dalam pelaksanaannya, pesan dakwah lebih merujuk kepada isi dakwah yang berupa kata-kata, simbol-simbol, gambar, serta lukisan, tulisan dan sebagainya yang dianggap dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap, dan perilaku pada penerima dakwah.

Itulah pesan dakwah, dan apabila da'i berdakwah melalui tindakan maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah. Kegiatan berdakwah merupakan komunikasi yang menggambarkan bagaimana seorang komunikator dakwah (da'i) menyampaikan pesan dakwah lewat bahasa atau lambang, simbol-simbol tertentu kepada mad'u melalui media. Lambang yang paling banyak digunakan adalah bahasa karena dapat mengungkapkan gagasan, gagasan, fakta, opini dan sebagainya.¹⁹

Pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin. Hal ini sejalan dengan penyampaian pesan dakwah melalui quotes, gambar, dan infografis menarik di media sosial yang sedang marak digunakan saat ini dan menjadi objek penelitian ini. Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam, bergantung pada tujuan dakwah yang di capai sudah menjadi doktrin, bahkan setiap muslim wajib berdakwah, baik itu secara perorangan atau dengan orang banyak, oleh karena itu dakwah harus terus di lakukan.²⁰

b. Macam-macam Pesan Dakwah

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

¹⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 98.

²⁰ Jamaludin Kafi, *Psikologi Dakwah*, (Indah, Surabaya: 1997), 35

1.) Akidah

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

2.) Syariat

Syariat adalah seluruh hukum yang ada dalam agama Islam, baik hubungan manusia dengan penciptanya, maupun manusia dengan manusia. Materi syariat merupakan materi yang menyangkut hukum wajib, haram, sunah, makruh, dan mubah. Materi dakwah yang bersifat syariat ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam di berbagai penjuru dunia, sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan. Pada penelitian ini, materi syariat mengkhususkan pada kategori hukum yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya.²¹

3) Muamalah

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

Materi muamalah terkait masalah hubungan antar sesama manusia. Islam mengajarkan tentang adab dan sikap yang benar dalam bergaul. Materi muamalah inilah yang banyak berbicara tentang hubungan antar sesama manusia.²²

4) Akhlak

Pada dasarnya pembahasan akhlak hanya pelengkap dalam materi dakwah. Akhlak juga masuk

²¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006),

²² Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta: 2006),

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

4. Definisi Kebaikan

Kebaikan berasal dari kata baik, yang artinya patut, elok, teratur (apik, rapi, tidak ada celanya dan sebagainya), mujur, beruntung (tentang nasib), menguntungkan (tentang kedudukan dan sebagainya), berguna, manjur (tentang obat dan sebagainya), tidak jahat (tentang kelakuan, budi pekerti, keturunan dan sebagainya), sembuh, jujur, pulih (tentang luka, barang yang rusak dan sebagainya), selamat, tidak kurang suatu apa), selayaknya, sepatutnya, (untuk menyatakan setuju), kebajikan. Kebaikan adalah sifat manusia yang dianggap baik menurut sistem norma dan pandangan umum yang berlaku.²³ Setiap orang mencintai kebaikan baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Oleh sebab itu setiap manusia di manapun selalu menolak keburukan. Mereka mengukur setiap tindakan dan ucapan yang berasal dari manusia yang mendatangkan manfaat secara manusiawi sebagai sebuah kebaikan.

Standar kebaikan tampak dalam penilaian terhadap perilaku manusia dengan sifat yang utama dan tercela, nikmat dan sakit, bermanfaat dan berbahaya atau bahagia dan sengsara. Aristoteles pernah melakukan penelitian berkaitan dengan pendapat manusia mengenai pengertian kebaikan. Aristoteles menemukan bahwa manusia mengartikan kebaikan dengan banyak makna. Misalnya kebaikan itu adalah kelezatan (kesenangan) nyata yang bebas dari rasa sakit. Ada yang mengartikan sebagai kebahagiaan karena sukses dalam kehidupan sosial. Ada juga yang mengartikan kebaikan dengan memiliki kekayaan dan harta yang banyak, keluarga yang bahagia atau karena memiliki ilmu pengetahuan.²⁴

Banyak dari filosof muslim dan ahli-ahli bahasa muslim juga mendefinisikan kebaikan sebagai sesuatu yang didambakan

²³ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke- 4, Cet. I, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 118-119.

²⁴ Fua'ad Farid Ismail dan Abdul Hamid Mutawalli, *Cara Mudah Belajar Filsafat*, 247.

oleh semua orang. Atau sebagai sesuatu yang disukai oleh setiap manusia. Definisi yang senada juga terdapat dalam sebagian karya Aristoteles (384-322 SM). Dalam *Nicomachean Ethics*, ia mengatakan: “Benar yang mereka katakan bahwa kebaikan adalah segala sesuatu yang menarik dan disukai oleh setiap orang.”²⁵

Di kalangan para ahli kajian tentang konsep kebaikan diperbandingkan dengan sifat sebaliknya yaitu keburukan. Kemunculan konsep baik dan buruk, sebagian ahli mengatakan bahwa kata baik kemungkinan besar pada mulanya diletakkan untuk keindahan-keindahan fisik yang bisa diindra. Misalnya ketika manusia melihat seseorang mempunyai penampilan fisik khususnya wajah yang memikat, maka penampilan itu menyebabkan kecenderungan jiwa terhadapnya. Di sini mereka menggunakan kata baik atau indah untuk konteks demikian. Artinya mereka yang merasa senang dan puas dengan melihat penampilan tampan akan menyebutnya baik dan indah, dan orang-orang yang mereka lihat dengan rasa benci dan jijik, akan menyebutnya buruk.

Lalu pada tahapan berikutnya kata baik dan buruk ini digunakan pada segala sesuatu yang sesuai dengan tujuan hidup mereka. Tegasnya kata ini digunakan dalam rangka kebahagiaan manusia dan memberdayakan hidupnya. Seperti adil, kebajikan, berkata jujur, karena kesesuaian tindakan-tindakan ini dengan kebahagiaan manusia dan fungsinya sebagai sarana pemberdayaan dan pemanfaatan kehidupan sosial, maka mereka menyifati tindakan-tindakan dengan sifat baik. Sebaliknya segala hal seperti kezaliman, penganiayaan, dusta dan khianat, mereka menyebutnya dengan sifat buruk atau jelek.²⁶

Dari pemahaman di atas dapat dikatakan bahwa awalnya kata baik diletakkan pada arti keindahan yang dapat diketahui melalui indera, lalu mereka menggeneralisasikan penggunaannya pada keindahan-keindahan spiritual (metafisis) dan moral. Dalam kajian filsafat, para ahli mempunyai pandangan yang

²⁵ Aristoteles, *Nicomachus Ethica*, terj. Parsi 4, Pur Husaini, hal. 1 dikutip dalam M. Taqi Mishbah Yazdi, *Falsafeh ye Akhlak*, judul terjemahan *Meniru Tuhan: Antara yang Terjadi dan yang Mesti Terjadi*, terj. Ammar Fauzi Heriyadi, (Jakarta: Al-Huda, 2006), 65.

²⁶ Aristoteles, *Nicomachus Ethica*, terj. Parsi 4, Pur Husaini, hal. 1 dikutip dalam M. Taqi Mishbah Yazdi, *Falsafeh ye Akhlak*, judul terjemahan *Meniru Tuhan: Antara yang Terjadi dan yang Mesti Terjadi*, terj. Ammar Fauzi Heriyadi, (Jakarta: Al-Huda, 2006), 65-66

beragam tentang konsep kebaikan dan keburukan sebanyak paham-paham moral yang muncul di sepanjang pemikiran manusia. Faktor terpenting yang menyebabkan perbedaan pandangan di antara mereka adalah pemaknaan yang berbeda atas konsep baik dan buruk. Misalnya paham-paham hedonisme, utilitarianisme, sosiologisme, evolusionisme, intuisiisme, fungsionalisme dan teori kehendak Tuhan (Divine Command Theory) mempunyai definisi dan penafsiran berbeda tentang konsep baik dan buruk.²⁷

Secara umum pandangan-pandangan tentang kebaikan dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok yaitu:

- a. Objektivitas Menurut pandangan ini disebutkan bahwa konsep baik dan buruk itu berupa konsep-konsep esensial, ia punya objektivitas di luar. Sebahagian tindakan manusia seperti keadilan, kejujuran adalah objek-objek konkret. Sebahagian tindakan lainnya seperti kezaliman, khianat dan bohong juga membawa sifat khas yang disebut dengan jelek, ia bukan hal-hal yang bisa disentuh oleh indra sehingga bisa dipersepsi oleh indra. Tetapi akal manusia bisa menemukan konsep baik dan buruk dengan bantuan indra, tanpa mesti melakukan suatu usaha pengolahan dan perenungan. Pandangan ini mendapat dukungan besar dari filosof-filosof besar seperti Nelson, Copleston, George Edward Moore.
- b. Simbol Emosionalitas Pandangan ini meyakini bahwa manusia diciptakan dengan membawa kecondongan emosional dan perasaan khasnya dalam dirinya, yang masing-masing atau keseluruhannya atau ekses-eksesnya merefleksikan tindakan-tindakan tertentu. Artinya ada semacam kesesuaian yang khas di antara sebagian tindakan dan keinginan-keinginan seseorang, sehingga tindakan-tindakan itu bersifat baik. Adapula sebagian tindakan yang tidak sesuai dengan bawaan emosionalnya, sehingga ia disifati buruk.
- c. I'tibar (Konvensi) Pandangan ketiga ini menyatakan bahwa baik dan buruk adalah arti konvensional dan penetapan. Seseorang atau suatu kelompok yang melihat suatu perbuatan yang sesuai dengan maksud, tujuan dan kepentingannya, mereka akan mengkonvensikan dan menetapkannya sebagai kebaikan. Atau setiap perbuatan

²⁷ Aristoteles, Nichomachus Ethica, terj. Parsi 4, Pur Husaini, hal. 1 dikutip dalam M. Taqi Mishbah Yazdi, Falsafah ye Akhlak, hal. 70.

yang tidak sesuai dengan kehendak dan kepentingannya, dikonvensikan sebagai keburukan.

- d. Kehendak Tuhan (Divine Command Theory) Teori ini menyatakan bahwa tindakan-tindakan manusia sama sekali netral kaitannya dengan baik dan buruk.²⁸

5. Media Sosial Instagram

a. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. “media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.²⁹

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di pejuru dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialoog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content.³⁰

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan orang lain untuk berbagi dan bertukar informasi dan berkomunikasi. Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet.

²⁸ Aristoteles, Nichomachus Ethica, terj. Parsi 4, Pur Husaini, hal. 1 dikutip dalam M. Taqi Mishbah Yazdi, Falsafeh ye Akhlak, hal. 72

²⁹ Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan” Jurnal Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1, Tahun 2017

³⁰ Anang Sugeng Cahyono “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung (2016), 142

b. Sejarah Media Sosial

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, jika pada tahun 2002 Friendster merajai media sosial karena hanya Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan media sosial dengan keunikan dan karakteristik masing masing. Sejarah media sosial diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan bulletin yang memungkinkan untuk dapat terhubung dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website dapat diakses dari manapun). Geocities merupakan tonggak awal berdirinya website. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu Sixdegree.com dan classmates.com. Tak hanya itu, di tahun tersebut juga muncul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu blogger. Situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat al tentang apapun.

Pada tahun 2002 Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan keadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wisser, Google+ dan sebagainya. Sosial media juga kini menjadi saran atau aktivitas digital marketing, seperti sosial media Maintenance, social media Endorsement dan sosial media activation. Oleh karena itu, sosial media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh Digital Agency.³¹

c. Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai

³¹ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia" Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung (2016) vol 9 n0 1 .143

sarana sosial di dunia virtual.³² Adapun karakteristik dari media sosial, yaitu:

- 1) Jaringan (Network) Antar pengguna Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (user) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telpon genggam, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara online.
- 2) Informasi Menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media lainnya di internet, pengguna internet mengkreasikan representasi identitas, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada instuisi msayarakat berjejarg (network society).
- 3) Arsip Bagi pengguna media sosial. Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudah diakses.
- 4) Interaksi Secara sederhana. Interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di Facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lain (old media) dengan media baru (new media).
- 5) Simulasi sosial. Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya msayarakat (society) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga Negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat

³² Nurudi, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, Jurnal Komunikator, Vol. 5, Tahun 2010, .83

atau Negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunaannya.

- 6) Konten Oleh Pengguna. Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial, khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang di produksi oleh orang lain.
- 7) Penyebaran (Share) Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari media sosial. Sharing merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah, komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru.

6. Instagram

a. Definisi Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun instagram kita. makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat aplikasi Instagram.³³

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang begitu unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti gerak. Instagram merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh telepon pintar. Instagram ini sendiri merupakan aplikasi handphone yang berbasis Android. Selain itu Instagram juga merupakan aplikasi yang

³³ Silvina Mayasari, Clavinda Indraswari, “ Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat” Jurnal Komunikasi Vol 9, No 2, Tahun 2018

digunakan untuk memotret, mengedit, memberi efek filter pada gambar dan membagikan gambar tersebut agar bisa dilihat pengguna Instagram lain.

Sekarang Instagram tak hanya dapat membagikan foto saja, aplikasi ini juga dapat digunakan untuk mengunggah video selama 15 detik. Awalnya aplikasi ini lebih dominan digunakan bagi yang mempunyai kesenangan dalam mengambil foto dari telepon pintarnya kemudian membagikan hasil jepretannya ke Instagram. Foto-foto yang diunggah ini bisa berupa foto pemandangan, foto keluarga sanak saudara, foto koleksi buku, dan sebagainya.³⁴

b. Fitur-Fitur Instagram

Menurut Atmoko dalam bukunya Instagram memiliki lima menu utama yaitu sebagai berikut: Home page

1) Home page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara untuk melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di computer. Instagram hanya akan menampilkan foto-foto terbaru.

2) Comment

Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

3) Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua kata soal foto yang diunggah.

4) Explore

Explore merupakan tampilan dari foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Baik foto yang berasal dari pengguna yang diikuti ataupun yang belum diikuti.

³⁴ Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Komsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda" Jurnal Vol 4, No 3, Tahun 2016: 402- 412

- 5) Hastag
Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.
 - 6) Integrasi ke media sosial
Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto maupun video ke jejaring sosial lain Facebook dan twitter. Bila tool diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.
 - 7) News Feed
News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi teradap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, sedangkan tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram teradap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.
 - 8) IGTV
IGTV adalah fitur baru Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video panjang dengan format vertikal.
 - 9) Direct Message
fitur Direct Message disediakan untuk pengguna yang ingin mengirim pesan, mengunggah foto atau video secara pribadi kepada akun yang diinginkan. Dengan fitur ini baik pesan foto atau video yang diunggah hanya bisa dilihat oleh akun yang dipilih oleh pengguna tanpa harus diketahui oleh pengguna lain secara umum.³⁵
- c. Instagram sebagai media dakwah
- Internet saat ini telah berkembang menjadi teknologi yang mampu menciptakan dunia dalam realitas kehidupan manusia. Pada era informasi, semua menjadi serba murah,

³⁵ Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana,. “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas” Vol 8, No.1. Tahun 2018

cepat, tepat, akurat. Teknologi komunikasi telah menciptakan apa yang disebut “public dunia”. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi, saat ini media massa mempunyai peran penting dalam membentuk pola hidup masyarakat. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapat informasi. Instagram telah menjadi aplikasi yang banyak dikenal oleh semua orang diseluruh dunia.

Dimana pengguna instagram hanya dapat memposting tulisan yang disertai foto maka engn adanya instagram, dakwah tidak hanya melalui tulisan namun juga dengan gambar yang berisikan dalil atau foto yang dijadikan media dakwah. Kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik pemanfaatan media. Melalui media instagram. Dakah islam memiliki berbagi kemudahan dalam menyampaikan dakwah islam bentuk gambar atau tulisan dan memberi kemudahan kepada *followers* untuk berkomentar dan bertanya melalui kajian yang di posting.

Media instagram saat ini menjadi peluang masyarakat untuk berdakwah pemanfaatan pada fitur instagram foto maupun video digunakan dengan mengembangkan kreatifitas masyarakat. Unggahan foto dalam instagram kini memiliki banyak macam kreatifitas yang berbentuk desain typografi maupun gambar yang didalamnya memiliki pesan yang disampaikan terdapat unsur dakwah.

Dalam pembahasan ini, penulis akan meneliti pesan dakwah di media sosial instagram yang menjadi sarana untuk berdakwah. Peneliti memilih akun @dakwah_kebaikan dalam media sosial instagram sebagai penelitian. Sebab media ini menarik untuk dikaji dalam hal dakwah, sebab pesan yang disampaikan juga mengikuti perkembangan modern saat ini sehigga masyarakat dapat melihat dakwah dalam media sosial instagram yang sangat efisien menurut penulis.

Media sendiri memiliki pengertian yaitu “median” yang diambil dari bahasa latin yang berdefiniskan sesuatu yang dapat dijadikan alat perantara untuk mencapai tujuan

tertentu, dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.³⁶

Dengan menggunakan media (alat) penyampai dakwah maka dakwah akan merangsang indera-indera-indera manusia sehingga membuat perhatian yang besar terhadap ateri dakwah yang disampaikan. Saat ini media komunikasi sangat maju serta mengalami perkembangan yang cukup pesat. Komunikasi dengan begitu cepat mendapatkan informasi secara luas. Beberapa jenis media komuikasi yang dapat dijadikan media dakwah yaitu :

- 1) Media visual, media komunikasi visual adalah alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indra penglihatan dalam menangkap data. Media visual meliputi, gambar, foto, computer.
- 2) Media auditif, merupakan alat komunikasi yang berbentuk hasil teknologi canggih dalam bentk *hardware*, media ini ditangkap melalui indra pendengaran dan penglihatan, termasuk kedalam medi ini adalah, telepon, radio, tape recorder.
- 3) Media audio visual, merupakan perangkat komunikasi yang dapat ditangkap melalui indra pendengaran dan peglihatan, termasuk kedalam media ini adalah, televisi, film, ataupun internet.³⁷

Melihat dari beberapa jenis media di atas, maka instagram termasuk dalam media audio visual. Saat ini telah menjadi media ataupun sarana yang banyak digemari oleh kalangan masyarakat terutama kalangan pendakwah dimana ia berekspresi menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan menggunakan indra pendengaran dan penglihatan. Banyaknya akun atau model dakwah yang dapat dilihat dalam sebuah akun instagram yang begitu mudah diterima oleh khalayak, membuat semakin banyak kaum pendakwah yang terjun membuat akun dakwah di instagram. Salah satunya akun @dakwah_kebaikan yang begitu menarik penulis amati hingga saat ini. Hal ini terjadi karena khalayak dapat dengan mudah mengetahui serta lebih

³⁶ Asmuni syukir, *dasar-dasar strategi dakwah islam*, (Surabaya: al-ikhlas, 1983)
104

³⁷ H. Suarin Nurdin, *Media Sebagai Sarana komunikasi dalam berdakwah*, Ta'dib : Volume 16, No 2 (Juli- Des 2018), 54

mengenal dengan jelas pesan-pesan dakwah yang ada pada akun @dakwah_kebaikan.

d. Instagram sebagai media komunikasi

Sebagai media komunikasi penyampaian informasi gambar atau audio sudah merupakan bagian dari kehidupan manusia sejak zaman dahulu selama perkembangan sejarah umat manusia, komunikasi visual makin lama makin meyisihkan bentuk komunikasi yang mungkin tergolong paling purba, yaitu komunikasi oral, yang tentu saja pada dasarnya berisi informasi untuk disebarluaskan. Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan teknologi sudah sangat maju seiring dengan perkembangan dampak yang terlihat pada perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin aktif pada dunia *online* disaat zaman teknologi yang semakin canggih pada masa modern ini membuat manusia semakin mudah berkomunikasi serta dapat menggabungkan beberapa informasi data dan sumber untuk dimanfaatkan sebagai ilmu bagi kegunaan manusia melalui penggunaan berbagai media atau peralatan komunikasi modern saat ini.

Aktivitas komunikasi tidak bias dilepaskan dari penggunaan media komunikasi. Media komunikasi adalah alat atau perantara yang digunakan untuk mempermudah dan memperlancar proses penyampaian informasi tau pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga komunikan memahami makna pesan yang dimaksud sesuai dengan tujuan komunikator. Melalui mdia komunikasi yang tepat, tujuan komunikasi akan lebih mudah tercapai.³⁸

Seiring perkembangan dalam teknologi informs maka lahirlah media komuikasi yang memanfaatkan teknologi internet seperti medi social instagram yang pada saat ini sedang banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Maka instagram juga nerupakan alat untuk brkomunikasi dalam hal visual. Karena para pengguna internet lebih cenderung tertarik pda konten yang bersifat visual dibandingkan dengan media social lainnya. Instagram lebih memaksimalka fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau audio.

³⁸ Nilnan ni'mah, *Dakwah komunikasi visual, Islamic communication . journal*, vol1 no 1 (2019), 109

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian dari referensi dalam penelitian ini. Adapun tujuan dari pemaparan penelitian terdahulu adalah menentukan posisi penelitian dan menjelaskan perbedaannya. Penelitian terdahulu sangat berguna sebagai perbandingan. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah benar-benar orisinal. Penelitian ini termasuk dalam penelitian baru, namun di beberapa situs online, ditemukan beberapa penelitian yang relevan.

Berikut adalah penelitian relevan yang ditemukan oleh peneliti:

Penelitian pertama yakni skripsi karya Agus Mulyana, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Yang ditulis oleh Agus Mulyana dengan judul *Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)*.

Penelitian ini menunjukkan bahwasanya facebook memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah salah satu mempermudah menyebarkan dakwah islam secara otomatis, sehingga facebook dapat dikatakan efektif untuk media dakwah secara umum. Dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial penting sebagai media penyebar informasi apabila digunakan secara optimal untuk mendukung penyebaran dakwah secara positif.³⁹

Oleh sebab itu, persamaan penelitian terdapat pada obyek yang digunakan yaitu aktivitas dakwah, dan perbedaannya terdapat pada media dan subjek penelitian. Agus menggunakan media twitter, sedangkan peneliti menggunakan media instagram, selain itu obyek penelitiannya yaitu pesan dakwah dalam akun twitter felix siauw . Sedangkan, obyek peneliti yakni dalam akun dakwah @dakwah kebaikan.

Adapun penelitian yang kedua yakni skripsi berjudul *Analisis Isi Pesan Dakwah Akhlak pada Video Akun Instagram @Hijablila* karya Nisa Adilah Silmi, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi berfokus pada pesan dakwah dalam bidang akhlak pada video akun instagram @Hijablila. Menurut Nisa, media instagram menjadi media yang tepat untuk mempublikasikan aktivitas dakwah, menyesuaikan metode dakwahnya dengan aktivitas

³⁹ Agus mulyana, *Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook*. (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018) <http://repository.radenintan.ac.id/3168/>

dakwah yang sering menggunakan media sosial.⁴⁰

Dari hal itu, bisa disimpulkan bahwa, persamaan skripsi karya Nisa Adilah dengan peneliti yakni dalam media penyebaran dakwah yakni melalui media instagram. Adapun perbedaannya, skripsi tersebut hanya berfokus pada pesan bidang akhlak saja, sedangkan peneliti tidak hanya berfokus pada pesa dakwah di bidang akhlak saja akan tetapi juga bidang fikih, taswuf dan juga muamalah.

Skripsi ketiga yakni karya Nur Rohmah dengan judul *Dakwah Mealui Instagram (Skripsi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*. Penelitian ini bersifat deksriptif kualitatif untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan analisis isi dan teknik yang digunakan adalah metode dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian.⁴¹

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

Selain penelitian skripsi beberapa jurnal juga berfungsi sebagai pembanding, salah satunya jurnal karya Suarin Nurdin dengan judul *Media Sebagai Sarana Komunikasi dalam Berdakwah*.⁴² Penelitian ini hanya mengkaji mengenai media dakwah secara luas, sehingga terdapat perbedaa dengan peneliti yakni tidak adanya subyek dan fokus kajian.

Jurnal yang kedua yakni kolaborasi karya Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul *Studi Analisis Isi Pesan*

⁴⁰Anis Fitriani, *AnalisisIsi Pesan Dakwah UstadZ Hanan Attaki Dalam Akun YoutubePemuda Hijrah* (Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah, 2018) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42476/1/ANIS%20FITRIANI-FDK.pdf>

⁴¹Fifit Difika, *Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*, “Skripsi” (skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, 2016). <http://eprints.walisongo.ac.id/6462/>

⁴² Suarin Nurdin, *Media Sebagai Sarana Komunikasi dalam Berdakwah*. Ta’dib : Volume 16, No 2 (Juli- Des 2018), 42

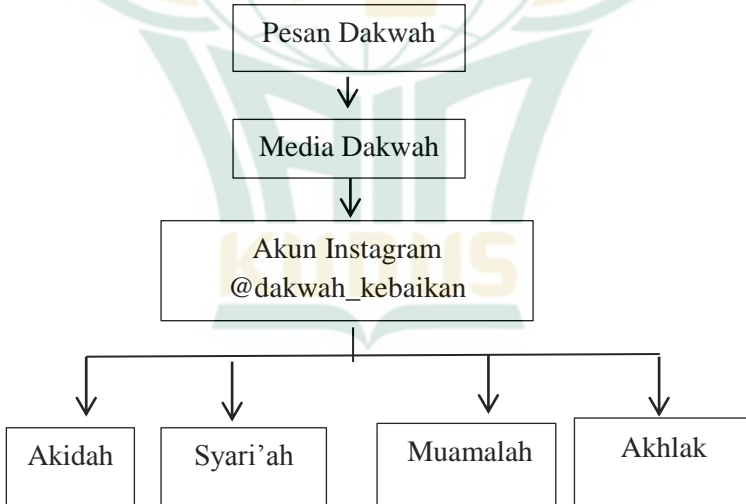
Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid.⁴³ Adapun titik perbedaannya yakni terletak pada obyek dakwah.

C. Kerangka Berpikir

Inti dari peneliiian ini yakni menganalisis isi pesan dakwah yang disampaikan dalam akun instagram @dakwah_kebaikan. Dinilai sebagai media yang efektif, akun @dakwah_kebaikan memanfaatkannya sebagai media dakwah yang memiliki pesan keislaman baik itu dalam bidang fikih, akhlak, maupun muammalah. Analisis- analisis ini dilakukan oleh peneliti dengan menjadikan akun @dakwah_kebaikan sebagai obyek utama dalam penelitian ini. Lebih lagi, di masa sekarang banyak komunitas keislaman yang juga berdakwah melalui media sosial, menariknya pesan yang disampaikan akun dakwahkebaikan tidaklah berbelit dan cukup jelas untuk dipahami karena cenderung menggunakan audio video, bukan tulisan saja.

Dari hal tersebut dapat dianalisis dan dipahami untuk menemukan rerepresentasi pesan dakwah. Adapun analisisnya sebagai berikut.

Gambar 1.2 Kerangka Berpikir



⁴³Agus Triyono, Nifsya Khaira M. *Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid* ,Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4. No. 1, Januari 2020, hlm 50-67