

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi di era globalisasi saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan teknologi komunikasi tersebut terus berkembang. Masyarakat di era modern kini membutuhkan alat komunikasi guna untuk mendapatkan maupun menyebarluaskan informasi-informasi yang didapat ataupun dimilikinya dengan cepat dan mudah. Teknologi yang semakin canggih kini mempermudah masyarakat dalam proses komunikasi. Di mana pesan yang ingin disampaikan melalui teknologi tersebut tersampaikan kepada masyarakat dengan efektif dan efisien.

Kegiatan komunikasi memerlukan media atau saluran. Dalam proses komunikasi seorang komunikator pasti menggunakan unsur media sebagai salah satu alat penyampai pesan kepada komunikan. Media tersebut memiliki tujuan antara lain untuk memudahkan proses pengiriman pesan agar komunikan dapat menerima pesan tersebut dengan mudah.

Media massa memiliki banyak fungsi serta dampak dalam pengimplikasinya. Terdapat beragam jenis media komunikasi massa yang saat ini digunakan oleh manusia untuk mencari berbagai informasi. Media komunikasi massa yang saat ini digunakan oleh masyarakat antara lain media cetak, media elektronik dan media online. Media massa cetak adalah media yang penyampaian pesannya berbentuk tertulis dan dicetak berupa lembaran seperti Koran, majalah, tabloid dan lain-lain. Media massa elektronik adalah sebuah media yang dalam penyampaian informasinya disajikan dengan bentuk audio ataupun visual seperti televisi dan radio. Kemudian hadir media online sebagai perkembangan komunikasi massa.

Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online ini juga produk jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Dengan munculnya media online ini informasi dari

sebuah peristiwa akan sangat cepat dapat disampaikan oleh pemilik media kepada masyarakat melalui pemberitaan media online.<sup>1</sup>

Kehadiran media online membuat informasi atau berita yang disebarluaskan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh masyarakat dengan koneksi internet. Hal ini membawa perubahan tersendiri dalam perilaku komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Instagram menjadi salah satu contoh dari media sosial. Pengertian instagram yaitu :

“Sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (smartphone). Nama instagram diambil dari kata Insta yang asalnya dari Instan dan gram dari kata telegram”.<sup>2</sup>

Dalam kata lain Instagram merupakan alat untuk mengirimkan informasi-informasi berupa foto dan video. Para pengguna media sosial tersebut dapat mengunggah baik foto maupun video dijadikan konsumsi publik.

Media sosial digunakan tidak hanya digunakan untuk mencari informasi saja namun juga dapat dijadikan sebagai sarana hiburan bagi penggunanya. Selain itu, dengan adanya kecanggihan teknologi tersebut bisa menciptakan kreatifitas masyarakat terutama generasi milenial di zaman ini. Indonesia sendiri sudah banyak bermunculan masyarakat kreatif yang dalam penggunaan jejaring sosial khususnya instagram. Salah satunya ialah dengan membuat video kreatif yang dapat menyebarkan pesan-pesan dakwah yang identik dengan membosankan, kini bisa menjadi menarik perhatian banyak orang khususnya kaum remaja.

Agama Islam identik dengan aktivitas berdakwah. Dakwah merupakan ajakan untuk berbuat kebaikan menuju jalan kebenaran sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Dakwah menurut Toha Yahya Komar ialah :

---

<sup>1</sup> Romli, Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia

<sup>2</sup> Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House

“Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat”<sup>3</sup>

Seorang muslim berkewajiban untuk menyampaikan pesan dakwah seperti di dalam sebuah hadist riwayat Bukhari mengenai penyampaian sebuah kebenaran mesji satu ayat saja.

Dari Abdullah bin Amr radhiyallahu ta’ala ‘anhu, bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda :

*“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)*<sup>4</sup>

Saat ini media sosial menjadi salah satu media dalam penyebaran agama islam. Berbagai macam video yang berisikan pesan dakwah kini mulai digandrungi remaja bahkan orang dewasa. Video dakwah tersebut pastinya dikemas dengan lebih menarik. Para da’i menyebarkan pesan-pesan dakwahnya melalui video dengan akun media sosialnya seperti instagram. Pesan dakwah dikemas dengan nuansa yang berbeda agar pada mad’u lebih tertarik akan dakwah.

Salah satunya pendakwah yang menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu sarana untuk dakwahnya ialah KH. Ainur Rofiq dengan akun instagram @ainur2rofiq. Akun tersebut berisikan banyak video tentang dakwah. Pemilik akun instagram ini memiliki lebih dari 850 followers atau pengikutnya, serta terdapat 28 video. Adanya akun instagram @ainur2rofiq membantu dalam menyebarluaskan pesan-pesan dakwah dengan cara yang berbeda. KH. Ainur Rofiq memanfaatkan teknologi komunikasi untuk berdakwah. Media sosial instagram yang kini menjadi tren dari berbagai kalangan khususnya anak muda, memudahkan ia dalam menyiarkan agama islam.

Salah satu video dakwahnya yang diunggah dalam akun instagram @ainur2rofiq adalah berjudul Q.S Muhammad Tafsir Attustary. pada video tersebut berisikan pembahasan mengenai tafsir Attustary. Berdasarkan hasil observasi yang

---

<sup>3</sup> Toha Yahya Omar. 1992. Ilmu Dakwah. Jakarta: Wijaya.

<sup>4</sup> Hadist Riwayat Bukhari no 3202

telah peneliti lakukan, dalam video tersebut memiliki jumlah views terbanyak diantara video lainnya.

Dalam komunikasi terutama komunikasi inovasi, efek atau perubahan diharapkan terjadi pada komunikan bukan saja pada seseorang melainkan kepada orang banyak atau masyarakat. Begitu juga dalam proses komunikasi dalam berdakwah yang diharapkan agar pada mad'u dapat mengerti daripada pesan yang disampaikan oleh dai'nya. berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Aktivitas Media Dalam Komunikasi Dakwah (Studi Kasus Media Sosial KH. Ainur Rofiq)”**

#### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan. Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Komunikasi Dakwah di Media Online (Studi Kasus Media Sosial KH. Ainur Rofiq pimpinan Ponpes Al-Anshor Desa Bulung cangkring Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus )” dengan objek utamanya adalah akun instagram KH. Ainur Rofiq sebagai salah satu media dakwah.<sup>5</sup>

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti mengadopsi poin-poin utama dari ungkapan pertanyaan terkait judul, yaitu:

Bagaimana aktivitas media sosial massa dalam komunikasi dakwah Islam pada Instagram @ainur2rofiq

#### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui makna dan tujuan dari aktifitas-aktivitas media sosial massa dalam komunikasi dakwah islam pada akun sosial media @ainur2rofiq

---

<sup>5</sup> Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, beberapa manfaat bisa didapatkan. Beberapa manfaat hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Saya berharap melalui penelitian ini saya dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi dalam kajian penggunaan media sosial massa sebagai salah satu teknologi komunikasi.

2. Secara Praktis

Keunggulan dari penelitian ini adalah untuk menyelesaikan program (S1) yang akan memberikan pengalaman praktis yang telah dikaji selama proses penelitian. Di saat yang sama juga menambah pengetahuan tentang peranan media sosial massa dalam aktifitas dakwah melalui instagram.

### **F. Sistematika Penulisan**

Agar penelitian ini dapat mengarah pada tujuan yang diharapkan maka akan disusun sistematika. Sistematika penulisannya terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab membicarakan masalah yang berbeda-beda namun saling memiliki keterkaitan. Pada bab pertama pendahuluan, para peneliti menguraikan mentalitas segala sesuatu di kertas. Diantaranya, peneliti mengedepankan pendahuluan, fokus penelitian, rumusan masalah, serta mengedepankan tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, peneliti juga memperkenalkan metode penelitian yang sistematis.

Pada bab II yang berupa kerangka teori peneliti menjelaskan teori-teori mengenai aktifitas media sosial massa dalam komunikasi dakwah islam serta memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan aktifitas media sosial massa dalam komunikasi dakwah islam dan menguraikan teori yang digunakan dalam menganalisis kerangka berpikir.

Pada bab III yang merupakan metode penelitian peneliti menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan, yang diantaranya tentang jenis dan pendekatan, Setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

Pada bab IV mengenai hasil penelitian dan pembahasan penulis menyajikan data yang berkaitan langsung dengan penelitian serta pembahasan mengenai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Pada bab V mengenai penutup penulis memberikan kesimpulan dan saran yang berguna bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

