

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dakwah adalah mengajak, menyeru, dan membimbing manusia pada kebaikan dengan penuh kebijaksanaan kepada jalan yang benar dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.<sup>1</sup> Kegiatan tersebut pada hakikatnya mengajak manusia dalam kebajikan dan mencegah umat manusia dalam kegiatan yang sia-sia dalam islam disebut *amar ma'ruf nahi munkar*. Allah SWT juga menerangkan perintah berdakwah dalam Q.S Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

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

Artinya: “dan hendaklah ada di antara kamu segolong umat yang menyeru kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang bmunkar merekalah orang-orang yang beriman.”<sup>2</sup>

Perkembangan di era globalisasi ini dakwah telah berkembang pesat dan signifikan mulai dari semakin bertambahnya *mad'u*, metode dakwah, atau *da'I* itu sendiri. Cara yang digunakan dalam berdakwah bermacam-macam menggunakan lisan atau tulisan, melalui media cetak, dan elektronik.

Sama halnya dengan berdakwah, dakwah juga merupakan proses berkomunikasi. Namun, bukan semua komunikasi itu dakwah. Karena dakwah di dalamnya mengandung sifat mempengaruhi, seruan atau ajakan untuk

---

<sup>1</sup> Wahidin Saputro, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Rajawali Pers,2012), 1

<sup>2</sup> Alquran, Ali Imran ayat 104, *Alquran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2001),63 .

membuat orang melakukan kebaiakan. Sedangkan komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang mengakibatkan hal tertentu.<sup>3</sup>

Komunikasi bisa saja hanya menyampaikan tanpa harus mempengaruhi. Berdakwah bisa dimana saja menggunakan metode apa saja. Saat ini untuk mengembangkan dakwah sangatlah mudah sekali, salah satunya menggunakan media yang sedang *booming* pada zaman globalisasi saat ini. Dalam arus globalisasi saat ini, *da'I* dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan mempergunakan dan memanfaatkan media itu sendiri.

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah.<sup>4</sup> Pertama pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. (isi pesan dan lambang), ke dua pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang, ke tiga penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah.

Untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, dakwah bisa menggunakan berbagai macam bentuk metode dakwah yaitu lisan maupun tulisan, audio visual. Dakwah di era globalisasi ini telah banyak menggunakan media untuk menunjang aktivitas menjadi lebih efisien dan efektif. Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.<sup>5</sup>

Salah satunya menggunakan sosial media yang banyak macamnya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan sosial media. Diantara sosial media yang sering digunakan masyarakat adalah *facebook*, *twitter*, *line*, *instagram* dan masih banyak lagi media yang di gunakan untuk berdakwah.

Media sosial adalah salah satu media, yakni media yang berbentuk online, dengan para penggunanya yang bisa

---

<sup>3</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 4

<sup>4</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140-141

<sup>5</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004), 404

dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan berkomentar dan lainnya. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.<sup>6</sup>

Tidak diragukan lagi bahwa manfaat sosial media bukan sekedar untuk berkomunikasi. Melainkan juga dapat digunakan untuk berwirausaha, berdakwah, dan lain sebagainya. Adapun banyaknya fungsi sosial media, yang bermanfaat bagi *netizen* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan saat ini sosial media yang sering digunakan masyarakat adalah *instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter. Perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya dan juga dari fitur-fiturnya, terutama *caption*. *Caption* adalah judul atau keterangan dari foto yang diunggah untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna *Instagram*.<sup>7</sup>

*Instagram* telah digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan keagamaan dan media dakwah. Tidak hanya orang-orang yang berstatus sebagai *ustadz* atau *da'i*, adapun mereka yang berstatus selain *da'i*, baik itu kalangan mahasiswa, aktivis islam, bahkan siapa saja mereka yang mempunyai keinginan kuat untuk berdakwah, saat ini sudah mulai bermunculan di media sosial.

Jumlah pengguna *Instagram* semakin banyak. Usianya belum sampai lima tahun, tapi media sosial berbagi foto itu sudah memiliki 400 juta orang pengguna aktif. Pencapaian angka tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah prestasi bagi *Instagram*. Sebelumnya pada Desember 2014 lalu, mereka mencatat sudah memiliki 300 juta orang pengguna aktif. Hal

---

<sup>6</sup> Isabellita, *Model Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram : Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Desain Grafis Akun Official @kartun.muslimah*, (UIN Sunan Gunung djati, 2018), 1, di akses pada tanggal 31 Oktober 2018; <http://digilib.uinsgd.ac.id/11012/>.

<sup>7</sup> Dwi Nurul Ilimi, *Instagram sebagai media dakwah Era Milenial: Studi deskriptif Ppesan dakwah dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017*,( UIN Sunan Gunung Jati, 2018 ), 2, di akses pada tanggal 31 Oktober 2018, <http://digilib.uinsgd.ac.id/9568/>.

demikian berarti dalam waktu kurang dari satu tahun, mereka bisa memikat 100 juta orang baru untuk aktif menggunakan layanannya. Bersamaan dengan pengumuman itu juga disebutkan bahwa 75 persen dari total jumlah penggunanya adalah orang yang tinggal di luar Amerika Serikat. Para anggota baru instagram sebagian besar berasal dari Eropa dan Asia. Lebih spesifik lagi kebanyakan anggota barunya berasal dari Indonesia, Jepang serta Brazil.<sup>8</sup>

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan mediasosial.

Perkembangan zaman globalisasi saat ini, menjadikan media sosial sebagai media yang tidak semata-mata digunakan sebagai sarana informasi biasa atau hanya sekedar promosi. Dakwah turut ambil bagian dalam keadaan ini, salah satunya pola *dakwah bil qalam* (dakwah melalui tulisan) baik dengan media sosial seperti *instagram* dengan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat efektif dilakukan.

Model *dakwah bil qalam* (metode karya tulis) merupakan buah dari ketrampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Ketrampilan tangan ini tidak hanya melahirkan tulisan, tetapi juga gambar atau lukisan yang mengandung misi dakwah.<sup>9</sup> *Metode dakwah bil qalam* saat ini sedang berkembang pesat dalam media sosial.

Pengguna *instagram* bermacam-macam, sehingga banyak orang menggunakan sesuai dengan cara yang mereka sukai. Salah satu targetnya ialah untuk berdakwah. Melalui akun *instagram* pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya.

Menyebarkan kegiatan dakwah dengan melalui *Instagram* ini merupakan metode yang tepat dikarenakan instagram merupakan media sosial yang sedang *trend*, dan metode dakwah nya menggunakan audio dan visual yang

---

<sup>8</sup>Nur Rizky Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Haditsku*, (IAIN Antasari, 2016), 3, diakses pada tanggal 31 Oktober 2018, <http://idr.uin-antasari.ac.id/6173/>.

<sup>9</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 74.

menarik untuk dilihat, dibaca, dan di perhatikan. Oleh sebab itu, mulai banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan *instagram* sebagai media untuk berdakwah melihat kemudahan penggunaan dan pengguna *instagram* di indonesia yang menggunakan media *sosial* ini.

Seperti yang dilakukan salah satu akun *instagram* @cinta.mulia, akun cinta mulia memiliki ciri khas tersendiri dalam menyampaikan gambar atau tulisan-tulisan yang dibagikan. Akun @cinta.mulia dapat menyampakan nilai dakwah secara efektif dan menarik bagi pengguna media sosial *Instagram* lainnya. Saat ini terdapat berbagai macam *cara* untuk menyampaikan pesan dakwah. Salah satunya adalah menggunakan media *Instagram*. Dengan *instagram* penyampaian dakwah akan lebih cepat dan mudah. Melihat saat ini penyampaian pesan dakwah secara tatap muka kurang di minati oleh kaum muda karena harus datang ke lokasi pengajian, durasi waktu pengajian juga relatif lama.<sup>10</sup> Dakwah yang dilakukan oleh akun @cinta.mulia selain menggunakan media yang sedang *trend* namun juga memiliki metode yang unik dan menarik pengguna *Instagram* yang mayoritas adalah kalangan anak muda atau remaja yang sedang membutuhkan penanaman-penanaman moral secara Islami. Oleh karena itu kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun @cinta.mulia dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* dapat menyampaikan nilai dakwah secara lebih mudah dan efektif.

Akun dakwah dalam *Instagram* @cinta.mulia menjelaskan tentang semangat untuk memperbaiki diri dalam hal penantian jodoh dan motivasi. Hal-hal yang membuat lebih terkesan dalam pesan dakwah di akun *Instagram* @cinta.mulia diantaranya video dalam berceramah, bentuk tulisan yang berbentuk dakwah maupun dalam sebuah makna yang lebih memotivasi bagi kalangan pemuda, anak-anak maupun setiap netizen yang menontonnya dalam akun tersebut. Sehingga peneliti lebih tertarik pada akun ini yaitu @cinta.mulia sebab akun ini lebih menarik dan mengajak setiap *netizen* untuk berbuat yang lebih baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Akun *instagram* @cinta.mulia mempunyai 198 ribu pengikut

---

<sup>10</sup> Hasil observasi penulis pada akun *instagram* @cinta.mulia pada tanggal 9 november 2019

dan bertambah setiap harinya. Setiap postingannya di *Instagram* mengadung materi-materi tentang dakwah yang terdapat dalam *caption*.<sup>11</sup> Selain itu juga bahasa yang ringan dan menarik membuat para remaja mengikuti Akun ini, maka tak heran Aku *instagram @cinta.mulia* memiliki *followers* yang terus bertambah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan sebuah penelitian dengan judul “**Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @cinta.mulia**”

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan yang ada. Dengan mengambil fokus penelitian isi pesan dakwah dan respon masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun *@cinta.mulia* di *instagram* periode Januari 2018.

## **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan menjadi objek penelitian berdasarkan dari uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini terangkum dalam beberapa poin, yaitu :

1. Apa saja pesan dakwah yang terkandung pada akun *instagram @cinta.mulia*?
2. Bagaimana respon *netizen* terhadap postingan dakwah di akun *Instagram @cinta.mulia*?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung pada akun *instagram @cinta.mulia*?
2. Untuk mengetahui respon *netizen* terhadap postingan dakwah di akun *Instagram @cinta.mulia*.

---

<sup>11</sup> Hasil observasi penulis pada akun *instagram @cinta.mulia* pada tanggal 9 november 2019

### E. Manfaat Penelitian

Adapun terdapat manfaat penelitian yang dibagi dalam dua aspek diantaranya secara teoritis dan praktis yaitu :

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya. Dan diharapkan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang media dakwah melalui media sosial *Instagram*, yaitu tentang bagaimana menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial secara efektif.
2. Secara praktis diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana cara penyampaian pesan dakwah oleh akun @cinta.mulia melalui media sosial Instagram. Sehingga diharapkan dapat memberi inspirasi kepada para pengguna media sosial Instagram untuk memperbanyak kegiatan di media sosial dengan menyebarkan ajaran agama Islam.

### F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menjelaskan rangkaian tiap bab dalam penyusunan skripsi untuk memudahkan dan memahami gambaran secara menyeluruh tentang penelitian. Dalam penulisan skripsi, penulis membaginya dalam tiap bagian yang masing-masing memiliki isi yang berbeda, yaitu :

#### **BAGIAN PENDAHULUAN**

Pada bagian halaman pendahuluan ini berisi halaman sampul, lampiran-lampiran pengesahan, moto persembahan, kata pengantar, pernyataan penulis, pengesahan pembimbing, abstraksi dan daftar isi.

Bagian isi terdiri dari lima bab. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, secara sistematis, bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang mengandung pokok pikiran, antara lain: latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menunjang dan mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini, yakni: penjelasan mengenai penyajian pesan dakwah melalui media sosial . Bab ini juga membahas hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan skripsi ini, serta menampilkan kerangka berpikir yang di gambarkan oleh penulis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan kerangka metode yang dirancang untuk pelaksanaan penelitian ini. Pada bab ini penulis menjelaskan desain jenis dan pendekatan penelitian, instrumen penelitian, waktu dan lokus penelitian, validitas data dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

Bab ini memuat hasil temuan-temuan penelitian yang meliputi berbagai bentuk-bentuk pesan dakwah di akun instagram @cinta.mulia. bagian ini mendeskripsi objek penelitian, gambaran dan hasil analisis tentang penyajian pesan dakwah melalui media sosial instagram.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang disajikan dari hasil temuan data dan analisis data terkait dengan penyajian pesan dakwah melalui media sosial instagram. Bab ini juga memuat saran dari penelitian yang telah dilakukan, serta menjadi penutup dari pembahasan.