

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Pustaka

1. Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*Content Analysis*) adalah sistem formal yang dilakukan untuk sesuatu hal yang sering semua orang lakukan secara informal, dengan pengamatan isi yang kemudian dapat diambil kesimpulan.¹ Analisis isi bisa dipergunakan menganalisis di semua jenis komunikasi tanpa terkecuali terutama menganalisis isi media, media cetak maupun media elektronik, seperti iklan televisi, berita di koran, surat kabar, berita radio dan lain-lain.

Menurut dari beberapa ahli yang berada di bukunya Eriyanto dengan judul, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Analisis isi dapat di definisikan menjadi beberapa pengertian yang bervariasi sebagai berikut:

- 1) Barelson
Analisis isi yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti dan menganalisis sebuah isi komunikasi secara objektif dan sistematis secara tampak (*manifest*).
- 2) Hokrilsti
Analisis isi yaitu suatu metode penelitian terhadap karakteristik pesan untuk membuat inferensi yang dilakukan dengan cara objektif dan identifikasi sistematis.
- 3) Weber
Analisis isi yaitu suatu metode penelitian yang menggunakan beberapa prosedur untuk membuat inferensi secara valid dari teks.

¹ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 4.

- 4) Krippendorff
Anlisis isi yaitu suatu metode penelitian secara inferensi dengan kesahihan datanya yang dapat ditiru dengan menyimak konteks dari isi.
- 5) Riffe, Lacy, Dan Fico
Anlisis isi yaitu suatu metode pengujian secara sistematis serta dapat direplikasikan dari simbol-simbol komunikasi dengan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang lengkap, untuk menggambarkan isi komunikasi serta menarik kesimpulan dari penyampaian yang konteks berupa produksi maupun konsumsi, analisis tersebut menggunakan metode statistik.²

Dalam menganalisis sebuah isi dapat memperoleh sebuah isi komunikasi, jika isi komunikasi tersebut di sampaikan dalam bentuk lambang, maka unit analisis menggunakan materi dakwah. Berisi mengenai pesan akidah, akhlak dan Syariah. Teknik penelitian ini untuk mendapatkan pandangan mengenai isi pesan komunikasi yang diuraikan dalam bentuk penelitian kualitatif atau kuantitatif.

b. Ciri-Ciri Analisis Isi

Sama halnya dengan ciri-ciri penelitian yang lain, jadi untuk memakai jenis penelitian dengan *conten* analisis isi, maka terdapat ciri-ciri didalamnya agar memudahkan para peneliti lain untuk mengenalinya. Menurut Holsti yang dikutip Muhajir kemudia di kutip kembali oleh Sumarno. Berikut ciri-cirinya:

- 1) Isi teks atau naskah dikerjakan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.
- 2) Isi teks atau naskah dikerjakan secara sistematis, dalam penentuan kategori sebuah isi teks dilakukan sesuai dengan peraturan yang disepakati beberapa pihak.
- 3) Saat menganalisis isi pesan sebaiknya disertai kontribusi

² Eriyanto, *Analisi Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: KENCANA, 2011), 15.

- 4) Saat proses pembahasan dan pengkajian analisis isi didasari dengan pemaparan yang dimanifestasikan serta pemanfaatan pada Teknik kuantitatif.³

c. Tahapan Analisis Isi

Sama halnya dengan metode-metode analisis isi yang lainnya, jadi untuk memakai jenis penelitian dengan content analisis isi, maka terdapat tahapan atau Langkah-langkah didalamnya, agar para peneliti dapat menggunakan metode analisis ini dengan baik. Berikut adalah metode-metode dalam analisis isi:

1) Merumuskan Tujuan Analisis Isi

Dalam merumuskan tujuan analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui hal-hal mengenai analisis isi, mengetahui masalah penelitian yang sedang terjadi, dan untuk menjawab metode analisis isi.

2) Konseptualisasi Dan Oprasionalisasi

Dalam metode ini peneliti dapat merumuskan konsep penelitian dan melakukan oprasionalisasi, sehingga konsep bisa di ukur oleh peneliti.

3) Lembar *Coding* (*Coding Shet*)

Dalam tahap ini lembar *coding* digunakan untuk menurunkan oprasionalisasi, kemudian lembar *coding* memasukan hal yang ingin dilihat serta cara pengukurannya.

4) Populasi Dan Sampel

Dari tahapan ini merumuskan sampel dan analisis isi yang harus dilakukan oleh peneliti. Bisakah populasi diambil semua (sensus). Jika tidak menentukan teknin penarikan sampel serta jumlah sampel yang akan dianalisis oleh peneliti

5) Training Atau Pelatihan Coder Dan Pengujian Validitas Realiabilitas

Dari tahapan ini saat mulai training, para peneliti terlebih dahulu memberikan pelatihan kusus terhadap *coder* yang akan membaca dan menilai isi serta menguji reliabilitas. Jika realibilitas

³ Sumarno, “Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra,” *Jurnal Elsa*, vol 18, No.2, (2020), 38

belum memenuhi target, maka perlu adanya perubahan pada lembar *coding* sampai tingginya angka reliabilitas.

6) Proses Coding

Dalam proses ini digunakan untuk mengkode semua isi yang berada dalam berita ke dalam lembar *coding* yang telah di susun oleh peneliti.

7) Perhitungan Reabilitas Final

Dalam tahap ini perhitungan dilakukan peneliti untuk menghitung angka reliabilitas dari hasil *coding* dengan menggunakan rumus yang sudah disediakan.

8) Input Data Dan Analisi

dari tahap ini digunakan untuk melakukan input data dari lembar *coding* serta menganalisis data yang ada.⁴

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi Bahasa “*Da’wah*” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Dalam Bahasa arab bentuk atau perkataan tersebut sebagai *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) adalah memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).⁵ Pada dasarnya dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur di antaranya, *pertama*, penyampaian pesan, *dua*, informasi yang disampaikan, *tiga*, penerima pesan. Namun dakwah itu sendiri memiliki pengertian yang lebih luas. Karena istilah dakwah mengandung arti sebagai aktivitas menyampaikan ajaran islam, menyeru agar berbuat kebaikan, dan mencegah dari perbuatan yang mungkar, serta memberikan kabar gembira dan peringatan bagi umat manusia.⁶ Berdakwah merupakan kewajiban bagi seluruh umat muslim, karena baerdakwah menyeru

⁴ Eriyanto, *Analisi Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 56-57.

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 1.

⁶ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2006), 17.

berbuat kebaikan nahi munkar dan perdamaian bagi seluruh semesta. Namun secara terminologi dakwah menurut para ahli memberikan pengertian yang bervariasi, sebagai berikut:

1) Syekh Ali Makhfudz

Dakwah Islam adalah dakwah yang dilakukan untuk mendorong manusia berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk, serta menjauhi larangan Allah Swt agar bahagia dunia dan akhirat.

2) Prof. Toha Yahya Oemar

Dakwah Islam adalah merupakan usaha untuk mengajak umat manusia dengan cara bijaksana kepada jalanyang benar sesuai perintah Allah Swt, untuk kebaikan dunia akhirat.

3) Syaikh Muhammad Abduh

Dakwah adalah fardlu yang diwajibkan kepada setiap muslim untuk menyeru kebaikan dan mencegah dari kemungkaran.

4) Muhammad Natsir

Dakwah adalah kewajiban dan tanggung jawab seorang muslim untuk mengajak orang dengan cara amar ma'ruf nahi mungkar.⁷

5) Masdar Helmy

Dakwah adalah mengajak serta menggerakkan umat manusia senantiasa untuk mentaati ajaran Allah Swt dan juga amar ma'ruf nahi munkar agar mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat.

6) Quraish Shihab

Dakwah adalah menyeru kepada seseorang untuk berinsaf atau upaya untuk mengubah keadaan yang tidak baik menjadi lebih baik terhadap diri sendiri ataupun masyarakat.

Dari beberapa definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah segala aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia ke situasi yang tidak baik menjadi lebih baik lagi, dari diri sendiri maupun

⁷ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 1-2.

masyarakat.berikut pengertian dakwah secara istilah yaitu antara lain:

- 1) Dakwah adalah kegiatan atau aktivitas mengajak seseorang untuk mengamalkan ajaran Islam.
- 2) Dakwah adalah aktivitas yang mengajak seseorang dilakukan dengan menggunakan beberapa cara dan metode.
- 3) Dakwah adalah suatu proses penyampaian ajaran Islam kepada da'i dilakukan secara sadar.
- 4) Dakwah adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencari kebahagiaan hidup dan mendapat ridho Allah Swt.⁸

b. Unsur-Unsur Dakwah

Setiap kegiatan dakwah harus memiliki unsur-unsur dakwah yang terkandung dalam kegiatan penyampaian pesan dakwah. Berikut adalah unsur-unsurnya:

- 1) Da'i (Pelaku Dakwah) adalah seseorang yang melaksanakan dan menyampikan dakwah kepada masyarakat baik secara lisan maupun tulisan. Seorang da'i juga melaksanakan kegiatan dakwah, mencotohkan dengan perbuatan, baik secara individu maupun berorganisasi. Karena pada dasarnya semua orang muslim yang menyampaikan dakwah, secara otomatis berperan sebagai juru dakwah atau komunikator dakwah. Sebagai pelaku dakwah senantiasa bisa menjadi contoh dan panutan yang baik bagi masyarakat, karena da'i dianggap seseorang yang mampu untuk merubah kehidupan di jalan yang benar. Da'i atau komunikator dakwah di bedakan menjadi dua yaitu:
 - a) Secara umum adalah setiap orang muslim yang sudah dewasa, mereka mempunyai kewajiban untuk menyampaikan dakwah. Sesuai dengan perintah: "Sampaikan walau satu ayat".

⁸ Wahyu, *Manajemen Dakwah*., 20-21.

- b) Secara khusus adalah seseorang yang di sebut sebagai ulama, mereka yang telah mengambil keahlian khusus dalam bidang agama Islam.⁹
- 2) Mad'u (Penerima Dakwah) adalah orang yang menerima dakwah atau orang yang menjadi sasaran dakwah baik secara individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam atau non Islam. Berdakwah kepada orang yang belum muslim bertujuan untuk mengajak mereka agar mengikuti dan masuk agama Islam. Sedangkan untuk orang yang sudah beragama Islam, dakwah bertujuan untuk menambah kualitas iman, Islam dan ihsan. Mad'u pada masyarakat biasanya di golongkan dari tingkat ekonomi, profesi serta lingkungan tempat tinggal. Sebagai mad'u Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, di antaranya yaitu:
- a) Golongan cerdas cendekiawan yaitu orang yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat untuk menangkap persoalan.
 - b) Golongan awam yaitu kebanyakan masyarakat yang belum bisa berpikir secara kritis dan mendalam dan belum bisa menangkap pengertian secara tinggi.
 - c) Golongan ini berbeda dengan kedua golongan di atas, mereka suka berdiskusi dengan sesuatu, pemahaman yang dimiliki hanya batas tertentu saja dan tidak sanggup mendalami dengan benar.
- 3) Materi dakwah (maddah) adalah materi dakwah atau isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. semua materi yang akan di sampaikan da'i bersumber dari al-Quran, sunah rasul, sejarah peradaban Islam dan juga hasil *ijtihad* ulama. Pada hakikatnya yang menjadi pesan dakwah itu sendiri

⁹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 19.

adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum di bagi menjadi empat bagian yaitu:¹⁰

a) Pesan Akidah (keimanan)

Pesan akidah merupakan pesan yang membahas mengenai suatu kepercayaan dalam agama islam yang berkaitan dengan keimanan. Keimanan yang harus diyakini meliputi:

1. Iman Kepada Allah Swt

Iman kepada Allah berarti membenarkan dan meyakini bahwa Allah itu benar-benar ada, meyakini bahwa Allah pencipta dan pengatur alam semesta ini, tiada tuhan selain Allah.

2. Iman Kepada Para Malaikat

Iman kepada malaikat yaitu meyakini bahwa malaikat itu benar-benar ada dan diciptakan oleh Allah. Malaikat diciptakan dari nur (cahaya) yang selalu taat kepada Allah dan tidak pernah membantah perintah-Nya. Jumlah malaikat sebenarnya sangat banyak dan tak terhitung, namun ada 10 malaikat yang wajib kita ketahui yaitu Malaikat Jibril, Malaikat Mikail, Malaikat Israfil, Malaikat Izrail, Malaikat Munkar, Malaikat Nakir, Malaikat Raqib, Malaikat Atid, Malaikat Malik, Malaikat Ridwan.

3. Iman Kepada Kitab-Nya

Iman kepada kitab-Nya berarti mengimani terhadap semua kitab-kitab Allah yang diturunkan kepada nabi. Ada empat kitab yang diturunkan kepada para nabi. Kitab Taurat diturunkan kepada Nabi Musa, Kitab Zabur kepada Nabi Daud, Kitab Injil diturunkan kepada Nabi Isa, yang terakhir Kitab yang paling mulia adalah Al-

¹⁰ Wahyu, *Manajemen Dakwah*, 23-24.

Quran diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw.¹¹

4. Iman Kepada Rasul-Nya

Iman kepada rasul yaitu mempercayai semua rasul yang telah di tunjuk Allah sebagai manusia yang terbaik untuk diberikan wahyu agar disampaikan kepada umatnya, begitu pun ada yang mendapatkan mukzizat. Jumlah para rasul ada 313, namun yang waib diketahui oleh manusia hanya dua puluh lima saja yang sudah tertera di dalam Al-Quran yaitu Nabi Adam, Idris, Nuh, Hud, Salih, Ibrahim, Lut, Ismail, Ishak, Yakub, Yusuf, Ayub, Syuaib, Harun, Musa, Ilyasa, Zulkifli, Daud, Sulaiman, Ilyas, Yunus, Zakariya, Yahya, Isa dan Muhammad.

5. Iman Kepada Qada Dan Qadar

Qada berarti keputusan Allah yang telah di tetapkan sejak manusia itu dalam kandungan. Sedangkan Qadar berarti realisasi ketika manusia sudah lahir di bumi. Jadi, iman kepada qada dan qadar adalah takdir Allah yang telah ditetapkan berdasarkan ilmu dan kehendak-Nya, dan terjadi pada waktu tertentu.

6. Iman Kepada Hari Akhir

Meyakini bahwa kehidupan di dunia ini akan ada ujungnya. Semua makhluk setelah hari akhir akan di bangkitkan dan di hisab, dimintai pertanggungjawaban semua amal yang dilakuka di dunia.¹²

Poin utama yang menjadi masalah pokok pada materi dakwah adalah tentang akidah Islam. Aspek akidah ini yang harus dipelajari atau di jadikan sebagai pembentuk moral atau akhlak manusia. Oleh karena itu,

¹¹ Endang Hidayat, Pendidikn Agama Islam : *Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, dan Akhlak* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2019),9.

¹² Endang Hidayat, Pendidikn Agama Islam : *Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, dan Akhlak...*, 6-12.

materi dakwah Islam yang pertama kali, dijadikan sebagai masalah akidah atau keimanan seseorang. Dengan adanya akidah akhlak, sebagai penguat iman dan keyakinan seseorang Muslim, senantiasa meyakini keberadaan Allah Swt, agar tidak salah arah dan selalu membawa kedamaian di hati dan di lingkungan masyarakat. Selain itu, akidah mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan negara lain, yaitu:

- 1) Seorang muslim harus bersyahadat dengan terang-terangan tanpa ditutup-tutupi agar identitas sebagai muslim jelas dan diakui, kemudian dapat menerima keberadaan identitas agama orang lain.
 - 2) Pengetahuan dan pandangan yang luas untuk memperkenalkan kepada dunia bahwa Allah Swt adalah Tuhan seluruh umat. Soal kemanusiaan dijelaskan dan juga dikenalkan asal usul mula manusia.
 - 3) Kekokohan antara iman dan amal perbuatan atau iman dan Islam. Iman merupakan manifestasi dari ibadah-ibadah utama yang dilakukan kemudian dipadukan dengan pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan datangnya kebaikan masyarakat yang menuju kesejahteraan. Karena pada dasarnya akidah merupakan pedoman bagi masyarakat.
- b) Pesan Syariah

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan tuhan dengan manusia ataupun sesama manusia itu sendiri. Syariaah tidak lepas dari masalah kemaslahatan sosial dan moral, materi dakwah yang bersifat ibadah ini pada umumnya bersifat luas serta

menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim dan berkesinambungan dengan masyarakat luas.¹³

Adapun pesan Syariah meliputi ibadah shalat, zakat, puasa, haji, taharah dan mu'amalah. Sedangkan hukum perdata meliputi beberapa aspek seperti hukum niaga, hukum mawaris dan hukum nikah. Hukum publik meliputi hukum negara, hukum pidana dan juga hukum perang dan damai.¹⁴ Mu'amalah sendiri mempelajari tentang aspek perekonomian seperti simpan pinjam, jual beli, pegadaian serta kerjasama. Dengan adanya materi Syariah di atas, maka tatanan sistem dunia bisa diatur dengan baik dan sempurna. Dalam unsur syariat materi dakwah harus memberikan informasi dengan jelas mengenai hukum yang bersifat wajib, *mubah* atau di perbolehkan, dan haram atau dilarang.¹⁵ Pada dasarnya manusia harus memiliki perundang-undangan atau tatanan hidup dalam islam, karena dengan semua perundang-undangan yang telah ditentukan atau ditetapkan dalam islam sangat mempengaruhi kehidupan manusia menjadi lebih terarah yang lebih baik.

c) Pesan Akhlak

Akhlak secara etimologi berasal dari Bahasa arab memiliki arti *khuluqun* yang berarti budi pekerti, tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi akhlak berkaitan erat dengan masalah tabiat atau kondisi batin yang berkaitan dengan perilaku manusia yang baik ataupun buruk, benar ataupun salah, yang dapat mengatur pergaulan manusia dan dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya.¹⁶ Dalam istilah, akhlak memiliki arti

¹³ Wahyu, *Manajemen Dakwah*,24-27.

¹⁴ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*,20.

¹⁵ Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*,26-27.

¹⁶ Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*,28-29.

sifat yang tertanam dalam diri masing-masing individu yang terdorong oleh keinginan secara sadar untuk melakukan hal baik tanpa berfikir terlebih dahulu.

Akhlak terhadap Allah Swt merupakan pesan akhlak yang wajib di perhatikan, tidak hanya itu tetapi ada beberapa pesan akhlak lainnya seperti akhlak terhadap makhluk, seperti akhlak terhadap manusia, akhlak kepada Rasulullah, seperti mencintai Rasulullah secara tulus dan mengikuti sunahnya, akhlak kepada diri sendiri, akhlak terhadap orang tua, keluarga, tetangga dan juga akhlak kepada bukan manusia (lingkungan hidup) seperti alam, tanaman dan binatang.¹⁷

Dalam kedudukan manusia, akhlak memiliki peran yang penting bagi individu maupun masyarakat. Baik buruknya lingkungan masyarakat tergantung dengan akhlaknya. Jika akhlaknya baik, maka hati dan perbuatannya baik juga. Namun Sebaliknya, jika seseorang akhlaknya buruk maka hati dan perbuatannya tidak baik.

4) Metode Dakwah

Di lihat dari segi bahasa kata metode berasal dari dua kata yaitu “meta” melalui “hodos” jalan, cara. Jadi kata metode dapat diartikan sebagai suatu cara atau jalan yang harus ditempuh secara jelas untuk mencapai sebuah tujuan. Metode dalam bahasa Jerman *methodica* yang artinya ajaran tentang metode. Metode dalam bahasa Yunani berasal dari kata *methodos* artinya jalan, sedangkan dalam bahasa arab, *thariq*.¹⁸

Metode memiliki pengertian yaitu, cara yang telah diatur sedemikian rupa oleh da.i (orang yang menyampaikan dakwah) kepada mad.u

¹⁷ Endang Hidayat, Pendidikan Agama Islam : *Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, dan Akhlak...*, 152-155.

¹⁸ M, Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 6-7.

(orang yang menerima dakwah) dengan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud tujuan tertentu, agar tercapai misi dakwah dengan sukses. Secara garis besar terdapat 3 metode dakwah diantaranya:

- a. Bi al-Hikmah yaitu berdakwah dengan cara memperhatikan situasi dan kondisi sekitar sasaran dakwah, dengan mengutamakan kondisi mad'u sehingga didalam menyampaikan ajaran islam selanjtnya dapt berjalan dengan nyaman tanpa merasa terpaksa.
- b. Mau'izatul Hasanah yaitu berdakwah dengan menyampaikan ajaran islam atau nasihat secara lembut dengan kasih sayang, sehingga ajaran yang telah disampaikan dapat menyentuh hati mad'u.
- c. Mujadalah Billati Hiya Ahsan yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang paling baik dengan tidak memberikan beban atau tekanan kepada mad'u¹⁹

c. Pesan Dakwah

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak agar terwujudnya motif komunikasinya. Pada dasarnya pesan adalah suatu hal yang bersifat abstrak dan pesan akan menjadi konkret jika di terima oleh komunikan dalam bentuk simbol atau lambang, visual, audio, mimik, gerak-gerik dan lain-lain.²⁰

Pesan (*maddah/ message*) adalah segala suatu yang terucap dari da'i yang disampaikan kepada mad'u, sedangkan Pesan dakwah yaitu sesuatu yang disampaikan da'i dalam proses melaksanakan kegiatan dakwah. Da'i menyampaikan pesan dari materi ajaran

¹⁹ Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, 34.

²⁰ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 62.

Islam yang terdapat dalam kitabullah dan sunnah Rasulullah serta pesan-pesan lain yang berisi ajaran Islam.

Sumber pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u adalah bersumber dari al-Quran, al-Hadis serta ijtihad dan fatwa ulama. Pada hakikatnya al-Quran dan al-Hadis menjadi sumber utama untuk menyampikan pesan dakwah, sedangkan ijtihad dan fatwa ulama menjadi sumber penjelas dan penguat terhadap al-Quran dan al-Hadis. Al-Quran berfungsi sebagai petunjuk hidup bagi seluruh umat manusia di muka bumi dan segala aspek kehidupannya.²¹

Untuk mengenali karakteristik pesan dakwah maka perlu membedakan antara pesan dakwah dengan pesan yang lainnya seperti pesan dalam komunikasi. Namun dalam hal ini karakteristik pesan dakwah tidak dibedakan secara spesifik antara karakteristik dakwah yang sifatnya verbal maupun non-verbal. Adapun karakteristik pesan dakwah tersebut ada lima. Yaitu *pertama*, mengandung unsur kebenaran, maka dalam setiap pesan dakwah islam adanya kebenaran didalam setiap pesan yang telah disampaikan. *Kedua*, membawa pesan perdamaian, dalam menyampikan pesan dakwah perdamaian menjadi unsur penting yang harus dilakukan. *Ketiga*, tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal, dalam menyampikan pesan dakwah hendaknya dilakukan dengan konteks lokalitas dari mad'u yang menerima pesan. *Keempat*, meberikan kemudahan bagi penerima pesan, kemudahan yang dimaksud dalam hal ini yaitu kemudahan dalam pengamalan ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash serta kaidah syariat Islam. *Kelima*, mengapresiasi adanya perbedaan, mentoleransi dan menghargai perbedaan terhadap orang lain. Untuk menyampikan suatu pesan dakwah, harus adanya

²¹ Kamaluddin, "Pesan Dakwah," *Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* vo.2, no.2 (2016), 39-40.

kegiatan berdakwah. Dalam penyampaian pesan ada ruang lingkup dakwah.²²

d. Fungsi dan Manfaat Pesan

1) Fungsi Pesan

Terkait dengan penyelenggaraan proses pesan dakwah terdapat fungsi dakwah yang harus diketahui oleh da'i. Bagi seorang da'i materi pesan merupakan pedoman yang harus diperhatikan. Karena mengarahkan aktivitas dalam berlangsungnya proses dakwah sekaligus merupakan substansi kompetensi yang seharusnya di ajarkan kepada da'i. Materi dakwah merupakan alat evaluasi penguasaan bagi da'i

2) Manfaat pesan

Materi pesan merupakan alat atau sarana yang baik serta memberikan pengaruh yang besar terhadap keberhasilan pencapaian sebuah tujuan dakwah. Bagi seorang da'i manfaat materi pesan dakwah adalah, alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan, serta terbentuknya kepribadian mad'u dari pengelolaan pesan-pesan tersebut. Menjadi fokus utama yang dipedomani oleh da'i saat menyampaikan sebuah ceramah di atas mimbar.²³

Persiapan materi dakwah yang matang akan membuat berlangsungnya acara dakwah lebih terarah. Bagi seorang mad'u, materi dakwah yang disampaikan da'I dengan jelas akan terlihat menarik dan mudah dipahami.

e. Jenis-Jenis Pesan Dakwah

Pada hakikatnya sumber pesan dakwah dibagi menjadi dua bagian yaitu, Al-Quran dan hadis dijadikan sebagai sumber utama dalam berdakwah, dan selain al-Quran dan hadis di sebut sebagai pesan tambahan. Jenis pesan dakwah diantaranya yaitu:

²² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 142-146.

²³ Kamaluddin, "*Pesan Dakwah*, 56-57.

1) Ayat-ayat Al-Quran

Al- Quran merupakan wahyu penyempurna yang diturunkan Allah Swt kepada nabi-nabi terdahulu dan nabi yang terakhir yaitu Muhammad Saw. Seseorang yang mempelajari Al-Quran dapat mengetahui kandungan kitab-kitab terdahulu seperti Kitab Taurat diturunkan kepada Nabi Musa AS, Kitab Zabur kepada Nabi Daud AS, Kitab Injil kepada Nabi Isa AS.

Untuk melihat kandungan Al-Quran, seseorang dapat menelaah kandungan dalam surat al-Fatihah, dikatakan sebagai ringkasan Al-Quran. Dalam surat al-Fatihah terdapat tiga bahasan pokok yang disebut sebagai sentral dakwah, yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6, muamalah (ayat 7). Dalam ajaran pokok tersebut semuanya disebutkan secara menyeluruh dalam Al-Quran, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadis. Berikut adalah etika yang harus di perhatikan saat mengutip ayat Al-Quran sebagai pesan dakwah:

- a. Saat membaca dan menulis ayat Al-Quran harus benar dan teliti. Jika kekurangan atau kelebihan tanda baca saat kita menulis ataupun dalam pengucapan (*tajwid*) maka dapat merubah makna ayat Al-Quran tersebut.
- b. Sebaiknya penulisan ataupun pengucapan ayat Al-Quran disertai dengan terjemahan. Hal tersebut agar memudahkan da.i untuk memahami arti ayat Al-Quran.
- c. Sebelum membaca Al-Quran, pendakwah sebaiknya membaca *ta'awwudh* dan *basmalah* terlebih dahulu.
- d. Pengucapan ayat Al-Quran ataupun saat memegang sebaiknya bersuci terlebih dahulu atau dalam keadaan berwudhu. Saat penulisan Al-Quran sebaiknya ditulis pada lembaran yang

tidak mudah diletakan ditempat yang kotor atau mudah terinjak.²⁴

2) Hadis Nabi SAW

Semua hal yang berkaitan dengan Nabi Saw, mulai dari perkataan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya disebut hadis. Untuk mengetahui kualitas kesahihan sebuah hadis, da'i atau pendakwah dapat mengutip dari hasil penelitian dan penilaian para ulama hadis. Tidak usah repot-repot untuk penelitian sendiri, karena jumlah hadis Nabi Saw sangatlah banyak. Jadi terlalu memberatkan jika harus menghafal semuanya. Adapun etika yang harus diperhatikan pendakwah dalam mengutip hadis Nabi Saw adalah sebagai berikut:

- a. Penulisan maupun pengucapan hadis harus benar. Jika dalam penulisan maupun pengucapan salah maka dapat merubah makna yang sebenarnya.²⁵
- b. Pengucapan dan penulisan matan hadis sebaiknya disertai dengan terjemahannya. Untuk memudahkan pendakwah dalam memahami hadis tersebut.
- c. Pendakwah harua mengutamakan hadis yang kualitasnya lebih tinggi.

3) Pendapat Para Sahabat Nabi Saw

Dapat dikatakan sebagai sahabat Nabi Saw jika orang tersebut hidup pada zaman Nabi Saw, pernah bertemu dan beriman kepada beliau. Pendapat para sahabat nabi memiliki nilai yang tinggi, karena kedekatan yang mereka jalin dan proses belajarnya yang secara langsung dengan Nabi Saw. Didalam persahabatan Nabi Saw di sebut ada persahabatan junior dan sahabat yunior. Dikatakan sahabat senior dilihat dari waktu masuk Islam, perjuangan dan kedekatan dengan sang Nabi Saw. Sedangkan sahabat Yunior dilihat dari hampir

²⁴ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), 319-20.

²⁵ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 321.

semua perkataan dalam kitab-kitab hadis.²⁶ Etika yang harus diperhatikan saat mengutip pendapat para sahabat adalah sebagai berikut:

- a. Tidak bertentangan dengan Al-Quran dan hadis
- b. Harus menyebut sumber rujukan
- c. Harus menyebutkan nama sahabat yang dikutip

4) Pendapat Para Ulama

Seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan tinggi secara mendalam. Namun ulama yang dimaksud yaitu orang yang beriman, menguasai ilmu secara mendalam dan dapat menjalankannya yang berpegang teguh pada Al- Quran dan hadis. Dalam hal ini pendapat para ulama dibedakan menjadi dua, yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-muttafaq*) dan pendapat yang masih menjadi perselisihan (*al-mukhtalaf*).²⁷

5) Kisah dan Pengalaman Teladan

Terdapat beberapa kisah dalam ajaran Islam, kisah tersebut dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Kisah yang paling baik yaitu kisah para nabi dan rasul. Namun kisah lokal juga bisa dijadikan contoh dalam penjelasan menyampaikan pesan dakwah.²⁸

Saat mad'u kesulitan dalam mencerna konsep dakwah dari da'i, maka da'i harus berupaya untuk memudahkannya. Ketika para mad'u atau mitra dakwah ragu terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i, maka sebaiknya da'i mencari keterangan yang menguatkan argumennya dengan cara menceritakan kisah pengalaman seseorang dalam kehidupan nyata yang terkait dengan topik pembahasan.²⁹ Dengan cara tersebut maka mad'u lebih memahami dan menerimanya sehingga pesan dakwah bisa sampai ke hati para mad'u.

²⁶ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 322-323.

²⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 323.

²⁸ Kamaluddin, "Pesan Dakwah", 42.

²⁹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 362

f. Hukum Dakwah

Secara umum berdakwah menjadi tanggung jawab kita semua yaitu umat muslim dimanapun kita berada. Namun pada dasarnya untuk mencapai dakwah semaksimal mungkin, membutuhkan peranan organisasi ataupun lembaga yang memikirkan bagaimana berdakwah harus memiliki strategi dan metode dakwah yang pas, hal tersebut sangat diutamakan. Menurut Al Quran dan hadis Rasulullah, hukum berdakwah yaitu wajib. Namun pada awalnya berdakwah itu hanya diwajibkan kepada para Rasul Allah Swt, kemudian dilanjutkan oleh para sahabat-sahabat nabi dan para ulama dan pemimpin Islam.³⁰

Kewajiban berdakwah dengan lebih baik atau bisa di sebut *afdhol* yaitu dengan cara terkonsip dengan baik Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Ali Imran [3]: 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada diantara kamu golongan umat yang menyeru kepada, menyuruh pada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S Ali Imron Ayat 104)³¹

Kemudian di tegaskan lagi degan hadis Rasulullah Saw.

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Sampaikan olehmu dari padauk walaupun sepotong ayat (Al Hadits)³²

³⁰ Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2007), 28-29

³¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Ali Imron ayat 104, *Al-Qur’an dan Terjemahan* (Jakarta :PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 80.

³² Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah*, 29.

Dengan ayat dan hadis di atas dapat disimpulkan bahwa berdakwah merupakan kewajiban bagi orang yang mengaku muslim atau muslimah, dikatakan berdosa jika mereka tidak melaksanakan dakwah sama sekali, karena walaupun sepotong ayat tetap di katakana berdakwah dengan menyampaikan dan berbuat kebaikan.

g. Media Dakwah

Media dakwah adalah media atau sebuah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi pesan dakwah kepada mad'u.³³ Pada era sekarang ini media berkembang dengan pesat, media sudah menjadi bagian dari masyarakat tak terkecuali, anak-anak, anak muda, orang dewsa sampai orang tua, semua menggunakan media. Jadi untuk mempermudah penyampaian dakwah, dan bisa di bilang sangat efektif, da.i memanfaatkan media sebagai penyebar dakwah, banya media massa yang digunakan sebagai media dakwah diantaranya yaitu:

- 1) Media visual (*al-abshar*) yaitu media dakwah yang hanya bisa dinikmati melalui indra penglihatan dan dibaca oleh mulut. Ada dua macam media visual yaitu, *pertama*, Pers adalah media cetak yang berupa tabloid dan majalah. *Kedua*, surat adalah tulisan yang berisi tentang pernyataan dari pihak yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada mad'u.
- 2) Media Audio Visual yaitu media yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan oleh khalayak. Media visual memiliki unsur gambar serta unsur audio , jadi memudahkan para khalayak untuk menerimanya. Macam-macam audio visul bisa berbentuk televisi, slide, internet, film.
- 3) Media massa yaitu alat yang dipergunakan pada saat komunikasi pada mad'u dengan jumlah banyak, serta diwilayah mad'u yang bertempat

³³ Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*,32.

tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan seperti surat kabar, radio, televisi dan film.³⁴

- 4) Media audio adalah alat yang dipergunakan sebagai tempat penunjang kegiatan dakwah berupa audio yang hanya dapat di tangkap melalui indra pendengaran saja. Media audio di bagi menjadi dua bagian yaitu radio dan tap recorder.³⁵

3. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Secara istilah, media sosial memiliki dua kata yaitu, “*media*” dan “*sosial*”. Kata “*media*” dapat diartikan sebagai alat komunikasi atau sarana teknologi. Sedangkan kata “*sosial*” memiliki arti sebuah komunitas yang didalamnya terdapat aktivitas sosial yang berinteraksi dengan individu lain. Jadi media sosial adalah sebuah media online yang digunakan untuk memudahkan interaksi dan berbagi dengan pengguna lain, serta menciptakan isi berupa, jurnal online (*blog*), media jejaring sosial, wiki dan mickroblog.³⁶

Media sosial yang paling umum digunakan dimasyarakat seluruh dunia biasanya jejaring sosial, wiki atau media konten dan *blog*. Saat ini masyarakat tidak bisa terlepas dengan media sosial karena media sosial sudah menjadi bagian sehari-hari dalam beraktivitas.

Media sosial pada umumnya tidak jauh berbeda dengan cara kerja komputer. Memiliki tiga bentuk sosial berupa pengenalan, komunikasi serta kerja sama, yang dapat dianalogikan dengan cara kerja komputer yang dapat membentuk sebuah sistem yaitu sistem

³⁴ Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2004), 411-424.

³⁵ Aminuddin, “Media Dakwah,” Al- munzir, Vo. 9, No. 2 (2016): 349-351. <https://www.google.com/search?q=media+dakwah+aminudin+dosen+IAIN+kendari&oq=media+dakwah+aminudin+dosen+IAIN+kendari&aqs=chrome..69i57.33274j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

³⁶ Desi Anggreaini, *Evektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*, (Skripsi, UIN Raden Lampung, 2019), 23. Diakses pada 10 Juni 2021, <http://repository.radenintan.ac.id/9340/1/SKRIPSI%20II.pdf>

antara individu dengan masyarakat luas. Media sosial memiliki beberapa pengertian yang bervariasi menurut beberapa para ahli penelitian, berikut adalah definisinya:

- 1) Menurut Mandibreggh, media sosial yaitu sebuah media yang didalamnya menampung kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten menarik, atau biasa disebut dengan *content creator*
- 2) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak adalah alat yang digunakan untuk mempermudah masyarakat dalam berbagi, bekerja sama di antara pengguna lain, dan melakukan tindakan bersama diluar lingkup institusional maupun organisasi.
- 3) Menurut Body, media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang didalamnya digunakan individu maupun komunitas berkumpul, berkomunikasi, berbagi dan saling berkolaborasi dalam suatu hal.
- 4) Menurut Meike dan Young, media sosial yaitu konvergensi antara komunikasi personal yang diartikan saling berbagi terhadap individu dan media publik, berbagi kepada siapa saja tanpa ada unsur membeda-bedakan.³⁷

b. Karakteristik Media Sosial

Sama halnya dengan media siber yang juga memiliki karakteristik, namun media sosial ini memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media siber lain. Berikut adalah karakteristik dari media sosial:

1) Jaringan (*network*)

Jaringan (*network*) merupakan karakter dari media sosial. Didalam media sosial terdapat dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Sama halnya dengan komputer. Koneksi bisa terhubung jika insfastruktur antara komputer dengan perangkat keras lainnya dihubungkan. Jaringan yang terbentuk antara pengguna (*user*)

³⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 8-11

merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti, telepon genggam, tablet, dan juga komputer.

Media sosial membentuk jaringan diantara penggunanya. Dengan adanya jaringan di media sosial akan membentuk sebuah komunitas, tidak hanya didalam negeri saja tetapi diseluruh dunia.

2) Informasi

Sama halnya dengan media pada umumnya, informasi dalam media sosial merupakan entitas yang penting, karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya dengan membuat konten, serta saling melakukan aksi berdasarkan informasi yang didapat. Informasi didalam masyarakat menjadi komoditas, karena dimedia sosial informasi menjadi konsumsi sehari-hari bagi masyarakat.

3) Arsip (*active*)

Dalam media sosial arsip merupakan sebuah data atau informasi yang telah tersimpan dan dapat diakses atau dilihat kembali kapanpun dengan melalui perangkat yang tersedia. Informasi atau data yang telah di unggah di media sosial seperti *Facebook, Instagram, Tweeter, YouTube, Tik Tok*, tidak akan hilang dengan sendirinya meskipun informasi atau datanya sudah lama, hingga bertahun-tahun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang hebat bagi penyimpanan, sehingga masyarakat sangat bersyukur dan beruntung dengan adanya media sosial yang semakin berkembang

4) Interaksi

Dalam media sosial interaksi berarti terbentuknya jaringan antara pengguna. Tidak hanya memperbanyak hubungan pertemanan saja namun paling tidak ada interaksi lebih didalam media sosial, seperti saling berkomentar atau memberikan *like* pada postingan di *Facebook* maupun di *Instagram*. Tidak hanya itu saja, tetapi dimedia sosial ini dapat menambah kenalan baru, saling bertukar informasi, pengalaman baru . interaksi

dalam media dapat dibedakan antara media lama dengan media baru. Media lama (*old media*) khalayak pada media merupakan pengguna yang pasif, cenderung tidak ingin tau atau tidak kenal tentang pengguna lain. Sedangkan media baru adalah khalayaknya bisa berinteraksi dengan baik dengan pengguna lain.

5) Simulasi Sosial

Media sosial mempunyai karakter sebagai medium. Berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Pengguna media sosial disebut dengan julukan warga negara digital (*digital cityenship*) dengan ketentuan keterbukaan oleh pengguna dan tidak ada batasan yang terkait. Kata simulasi yang berarti bahwa para pengguna media sosial saat ini sudah mengabaikan kebenaran kesadaran yang nyata, dan tergantikan oleh kebenaran yang semu.

6) Konten Oleh Pengguna

Media sosial memiliki karakteristik berupa konten oleh pengguna atau biasa disebut dengan kata *user generated content* (UGC). Dalam media sosial ada istilah konten kreator yang berarti seseorang yang memiliki akun di media sosial dengan mempublish atau membagikan informasi seperti video-video kreatif seputar bisnis dan juga bermanfaat serta menarik. Namun tak hanya itu saja, di media sosial juga ada penikmat konten atau informasi-informasi yang telah tersedia dan kemudian dapat dibagikan kembali di media sosial lainnya, dengan izin *share* terlebih dahulu.³⁸

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Pembagian dalam media sosial di bagi menjadi enam jenis. Berikut adalah berbagai jenis-jenisnya:

1) Jejaring Sosial (*social networking*)

Jejaring sosial ini sangat populer di kalangan masyarakat dunia, karena media ini dapat digunakan oleh pengguna untuk berhubungan

³⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*, 15-32.

atau berinteraksi sosial kepada pengguna lain. Berinteraksi bisa menggunakan banyak cara seperti melalui pesan teks, melalui foto ataupun video. Munculnya *facebook* di jejaring sosial merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat untuk membagikan konten seperti profil dan aktivitas sehari-hari.

2) Jurnal *Online (Blog)*

Blog adalah salah satu media sosial yang digunakan penggunanya untuk membagikan aktivitasnya, saling mengomentari, berbagi tautan, web, maupun informasi dengan pengguna lain. Jorn Berger pada tahun 1997, pertama kali mengenalkan istilah *blog* yang berasal dari kata “*weblog*” dan disebut sebagai jurnal pribadi *online*. biasanya *blogger* disebut juga sebagai jurnalis karena dapat mempublikasikan peristiwa kepada khalayak yang akan menjadi topik pembicaraan.

3) *Mickroblog*

Hampir sama dengan jurna *online*, *mickroblogging* ini merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk memfasilitasi para pgunanya atau menulis serta mempublikasikan kesehariannya. Kehaditan jenis media sosial yang satu ini mengarah pada *twiteer* yang hanya menyediakan ruang tertentu.

4) *Media Berbagi*

Media sharing adalah salah satu jenis dari media sosial yang digunakan pengguna untuk berbagi media, seperti dokumen (file) foto, video, audio. Kemudia dibagikan Kembali di berbagai media sosial oleh pengguna lain.

5) *Penanda Sosial (Social Bookmarking)*

Social Bookmarking adalah salah satu jenis media sosial yang bekerja untuk menyimpan, mengelola, mengorganisasi serta mencari informasi secara *online*. Itlist merupakan jenis penanda sosial di internet dan istilah *Social Bookmarking* muncul pada ahun 2003, kemudian muncul situs *Delicious*.

Situs delicious mempopulerkan penggunaan menggunakan tagar, besar kemungkinan para pengguna diinternet encari sebuah informasi dengan kata kunci.

6) Wiki

Wiki bisa disebut sebagai media konten Bersama, karena media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil Kerjasama dengan pengguna lain. Wiki atau Wikipedia merupakan media kolaborasi konten Bersama. Pada situs wiki ini menyediakan perangkat lunak yang bebas dimasuki siapa saja untuk mengisi, menyunting hingga mengomentari sebuah lema dengan bebas.³⁹

Pada zaman moderen ini pasti semua orang mengenal apa itu media sosial. Media sosial saat ini berkembang sangat pesat, banyak sekali jenis-jenis media sosial yang di gunakan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari untuk sekedar memberi kabar, informasi dan apa yang terjadi saat ini. Adanya media sosial suatu peristiwa atau kejadian langsung cepat menyebar dengan luas. Namun dalam penggunaan media sosial bisa saja membawa dampak positif maupun negatif, jadi untuk para pengguna media sosial harus berhati-hati dan bisa membedakan mana hal yang bisa di contoh dan hal yang tidak perlu di contoh.

4. Instagram

a) Pengertian Instagram

Kata Instagram berasal dari kata insta yang memiliki arti “*instan*” sama halnya dengan kamera polaroid lebih terkenal dengan sebutan “*foto instan*” pada kala itu media soisal Instagram dapat menampilkan foto secara instan sama seperti polaroid dengan tampilannya. Sedangkan kata gram berasal dari kata telegram yang memiliki peran sebagai mengirimkan sebuah informasi kepada khalayak dengan

³⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi*,39-47.

cepat. Instagram juga dapat mengunggah foto dengan tersambungannya jaringan internet.⁴⁰

Instagram adalah salah satu aplikasi yang sangat populer banyak diakses oleh semua kalangan yang digunakan untuk berbagai foto. Melalui Instagram pengguna dapat mengambil foto dan video, kemudian membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial.⁴¹

b) Sejarah Instagram

Awal mula Instagram didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010 di Negara San Fransisco oleh dua orang bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Mereka berdua memutuskan untuk fokus terhadap pembuatan aplikasi multi fitur “HTMLS” *mobile*. Josh Riedel bergabung di perusahaan Systrom dengan posisi *community manager*. Pada bulan November 2010 salah satu koleganya yang bernama Shayne Sweeney ikut bergabung sebagai *engineer* dan Jessica Zollman dipekerjakan sebagai *community evangelist* pada bulang Agustus 2011.

Pada tanggal 2 Februari 2011 merupakan hari yang baik bagi Instagram karena berhasil mengumpulka sebanyak US\$ 7 juta dari beberapa insvestor di antaranya, Bench Mark Capital, Crish Sacca, Jack Dorsey dan Adam D’Angeleo.

Akhirnya Instagram untuk android berhasil dirilis pada tanggal 3 April 2012. Dihari pertama perilisan aplikasi tersebut sudah mencapai lebih dari satu juta unduhan dalam kurun waktu kurang dari satu

⁴⁰ 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. 6. Diakses pada 7 Agustus 2021, <https://www.google.com/search?q=Neng+Dwi+Kurnia%2C+Riche+Cynthia+Johan%2C+Gema+Rullyana%2C.+%E2%80%9CHubungan+Pemanfaatan+Media+Sosial+Instagram+Dengan+Kem&oq=Neng+Dwi+Kurnia%2C+Riche+Cynthia+Johan%2C+Gema+Rullyana%2C.+%E2%80%9CHubungan+Pemanfaatan+Media+Sosial+Instagram+Dengan+Kem&aqs=chrome..69i57.2806j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

⁴¹ Bimo Mahendra, “Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram,” *visi komunikasi* 16, no. 1 (2017): 6, <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submitmission/original/1649-3678-1-SM.pdf>. diakses pada tanggal 18 September 2021.

hari. Kurang dari seminggu instaram berhasil mencapai US\$ 50 juta dari *Ventustre Capitalist* untuk berbagai *shere* perusahaannya yang mampu meningkatkan nilai Instagram naik pesat hingga US\$ 500 juta. Setelah tiga bulan perilisan aplikasi Instagram berhasil mencapai lebih satu juta *rating* di *Google Play*. Sejak saat itu aplikasi Instagram mengalami penambahan yang sangat drastis. Kemudian Instagram berhasil menjalin kerjasama dengan Facebook yang diresmikan pada tanggal 6 September 2012.⁴²

c) **Fitur-Fitur Instagaram**

1) *Home page*

Home page yaitu halaman utama dari Instagram yang didalamnya memuat foto-foto dan video terbaru dari pengguna lain yang telah diikuti. Untuk melihat foto dan video lainnya kita hanya perlu mengeser layar ke atas.

2) *Comment*

Fitur lain dalam Instagram yaitu komentar. Kita bisa memberika komentar pada foto dan video yang ada di Instagram dengan mengeklik tombol komentar yang terletak di bawah foto maupun video tepat disebelah tombol *like* (yang berbentuk hati).

3) *Caption*

Caption berfungsi untuk memberikan keterangan pada foto dan video yang akan kita bagikan ke Instagram.

4) *Explore*

Merupakan tampilan foto dan video populer di Instagram yang memiliki banyak *like* dari sesama pengguna Instaram baik yang di ikuti maupun belum.

5) *Like*

Fitur ini dapat digunakan untuk menyukai postingan foto dan video dari penggna lain, yaitu dengan cara mengeklik tombol *like* yang terletak di bawah foto ataupun video tepat di sebelah pojok kiri (berbentuk

⁴² Desi Anggreaini, *Evektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*, 28.

hati). Kita juga bisa menggunakan cara lain yaitu dengan mengeklik dua kali pada foto atau video, maka tombol like otomatis berubah menjadi warna merah.

6) *DM (direc messege)*

DM merupakan salah satu fitur di Instagram untuk mengirim pesan teks, foto maupun video kepada pengguna lain . fitur ini bisa kita jumpai di halaman pertama bagian atas pojok kanan.⁴³

d) Cara Membuat Akun Instagram

Untuk membuat akun Instagram di hp android sangatlah mudah, berikut Langkah-langkahnya:

- 1) Langkah pertama yang harus di lakukan saat membuat akun Instagram yaitu, mengunduh aplikasi Instagram di play store (penguna android) sedangkan pengguna Apple di apstore, kemudian setelah selesai pengunduhan instal di Hp
- 2) Lalu setelah itu tekan tulisan *sign up* untuk melakukan pendaftaran
- 3) Isi semua data-data yang diminta seperti email, nama pengguna dan kata sandi (kode keamanan)
- 4) Atur foto profil dengan cara mengambil foto langsung di kamera Hp atau mengambil foto dari galeri sesuai yang diinginkan
- 5) Setelah proses registrasi selesai, kamu bisa langsung menggunakan Instagram sebagai media dakwah.⁴⁴

e) Instagram sebagai Media Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk mengajak orang lain melakukan hal kebaikan dalam kehidupan. Sedangkan media dakwah adalah sarana yang digunakan untuk mengajak orang

⁴³ 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. 6-7.

⁴⁴ M. Fahmi Abdul Ghoni, “*Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah,*” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018), 31-32, tanggal 27 oktober 2021, <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/8736/1/Skripsi%20Full.pdf>

lain ke jalan Allah. Pada umumnya dakwah dilakukan dengan ceramah dan khutbah oleh da'i kepada para mad'u. Namun seiring berjalannya waktu kini perkembangan zaman semakin berkembang pesat yang mengharuskan para pendakwah atau da'i melakukan ceramah dengan cara lain. Sekarang ini dakwah tidak hanya dilakukan dengan cara bil-khitbah ataupun bil-kalam. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu menggunakan audio video, gambar, ataupun suara yang sedang diminati masyarakat luas saat ini dengan menggunakan media.⁴⁵

Keberadaan teknologi yang canggih di era globalisasi ini harus dimanfaatkan dengan baik dan tepat untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah islam. Salah satunya media yang digunakan dalam berdakwah yaitu Instagram. Dakwah melalui Instagram dapat memudahkan pemahaman dan informasi terbaru dari ajaran islam. Instagram sebagai media alternatif berdakwah dapat menghemat waktu, biaya serta mempermudah penyampian pesan kepada khalayak umum. Selain itu dakwah melalui media sosial bisa disimpan atau di download di dalam penyimpanan perangkat handphone yang bisa dilihat sewaktu waktu.

Instagram merupakan salah satu aplikasi favorit yang banyak digunakan dan diminati oleh Sebagian masyarakat. Karena cara akses yang mudah. Banyak fitur, filter yang bagus, moderen dan keren menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Melihat perkembangan pengguna Instagram semakin meningkat. Kini banyak pendakwah yang menyampaikan dakwahnya melalui Instagram. Penyampaian dakwah melalui Instagram terbilang sangat singkat dan menjuru pada intinya.

⁴⁵ Abdul Karim, "Dakwah Melalui Media," *At-Tabsyir: Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 167-170, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2911/2082>.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa sumber penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Ahmad Riyan Lisandi (2014) dengan judul penelitian "*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuang Subuh Karya Hadi E Halim*". Hasil penelitian yang telah dilakukan Ahmad Riyan Lisandi yaitu menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yang bersifat kualitatif, menggunakan teori R. Holstay. Hasil dari penelitian Riyan membahas tentang isi yang terkandung didalam buku pejuang subuh, dengan pesan-pesan dakwah yang menggandung pesan akidah, pesan akhlak dan pesan Syariah. Dengan sub kategori ibadah dan muamalah. Hasil penelitian ini lebih cenderung membahas pesan Syariah. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang pesan dakwah dengan menggunakan jenis metode penelitian analisis isi. Perbedaan penelitian ini terdapat pada obyek yang diteliti. Penelitian pada Riyan menggunakan metode cetak yaitu buku sebagai obyek yang di analisis, sedangkan peneliti menggunakan media sosial Instagram.⁴⁶
2. Penelitian ini dilakukan oleh M. Fahmi Abdul Ghoni dengan judul penelitian. "*Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah*" (*Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo*). Metode yang digunakan dalam penelitian Fahmi adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis dan menggunakan Teknik purposif. Hasil dari penelitian ini adalah Instagram dari kalangan mahasiswa KPI tahun 2013 sangat populer, terdapat 90,3% dari 93 mahasiswa dan 9 lainnya tidak mempunyai. Namun dalam penelitian ini mahasiswa yang mengunggah pesan dakwah di Instagram hanyalah 7 orang, dia menjadi seorang da'i. Meskipun konten materi yang di

⁴⁶ Ahmad Riyan Lisandi, "Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuang Subuh Karya Hadi E Halim," (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014). Diakse pada pukul 10:15, tanggal 27 oktober 2021, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26627/1/AHMAD%20RIAN%20LISANDI-FDK.pdf>

upload, 7 da'i tersebut menggunakan 4 tripologi menurut teori Denis Mc Quli yaitu 1. Pengalihan 2. Hubungan Personal 3. Identitas Pribadi 4. Pengawasan yaitu bentuk pencairan informasi.

Persamaan penelitian ini terletak pada media sosial Instagram yang digunakan sebagai media dakwah dan juga sama-sama menganalisis pesan dakwah. Perbedaan penelitian ini terdapat pada jenis penelitiannya. Penulis menggunakan metode analisis isi. Dalam penelitian ini terdapat 7 akun Instagram yang berisi materi dakwah. Sedangkan penulis menggunakan 1 akun Instagram dalam penelitiannya.⁴⁷

3. Penelitian ini dibuat oleh Fitriani Br Pane (2016) dengan judul penelitian "*Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram*" UIN Sumatra Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun teladan rasul di Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian Fitriani adalah metode analisis isi dengan teknik pengumpulan data menggunakan Teknik coding. Dari hasil penelitian ini terdapat 143 gambar dalam Instargam yang akan dijadikan sampel penelitian dengan pengelompokan pesan-pesan dakwah yang terkandung didalamnya meliputi, pesan akidah terdapat 9,09% atau 3 gambar akun teladan rasul, pesan Syariah terdapat 8,39% atau 12 gambar, pesan akhlak terdapat 82,51 % atau 118 gambar. Persamaan ini terdapat pada pembahasan yang sama-sama menganalisis isi pesan dakwah pada media sosial Instagram yang meliputi pesan akidah, Syariah, akhlak serta menggunakan analisis isi. Perbedaan penelitian Fitriani dengan penulis terletak pada teknik pengumpulan data, yaitu Teknik coding dengan hasil penelitian menggunakan presentasi angka. Penulis meneliti pesan

⁴⁷ M. Fahmi Abdul Ghoni, "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo)," UIN Walisongo Semarang, 2018). Diakses pada pukul 13:15, tanggal 27 oktober 2021, <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/8736/1/Skripsi%20Full.pdf>

dakwah dengan obyek video sedangkan penelitian Fitriani menggunakan gambar sebagai obyek penelitiannya.⁴⁸

4. Penelitian ini di buat oleh Rifky Rifai (2019) dengan judul “*Pesan Dakwah Melalui Video Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Nunuzoo)*” hasil penelitian yang telah dilakukan Rifky yaitu menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi. Dalam penelitian ini mempunyai tiga tema yang dibahas diantaranya tentang ibadah, akidah dan akhlak. Peneliti mengambil 15 video dari akun Instagram @nunuzoo dari *views* terbanyak pada setiap bulannya terdapat 6 video yang mengandung tema ibadah, 13 video mengandung tema akidah dan 6 video mengandung tema akhlak. Gaya penyampaian pesan dakwah pada akun @nunuzoo berupa dialog sebanyak 4 video, adegan 8 video, serta nyanyian 3 video. Pada penelitian ini pesan dakwah yang disampaikan mengandung banyak humor.

Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan yang sama-sama menganalisis isi pesan dakwah. Pada media yang digunakan yaitu Instagram menggunakan metode dan Teknik pengumpulan data yang sama. Perbedaannya peneliti ini mengambil video untuk obyek penelitian dari *views* yang paling banyak, sedangkan penulis meneliti cuplikan video yang di upload akun @nafilmufiq dari bulan Februari-Maret. Dalam penelitian Rifky video yang dianalisis isi pesan dakwahnya *real* dari akun @nunuzoo sendiri yang ada di video, sedangkan video dari akun @nafilmufiq yang di analisis penulis cuplikan dari dakwah UAS (Ustad Abdul Somad).⁴⁹

⁴⁸ Fitriani Br Pane, “Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram,” (UIN Sumatra Utara, 2016). Diakses pada pukul 09:15, tanggal 28 oktober 2021, <http://repository.uinsu.ac.id/2637/1/PDF%20SKRIPSIIII.pdf>

⁴⁹ Rifky Rifai, “Pesan Dakwah Melalui Video Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Nunuzoo),” (UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019). Diakses pada pukul 15:10, tanggal 28 oktober, <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/adzikra/article/view/4235>

C. Kerangka Berfikir

Berdakwah merupakan salah satu cara berjihad ke jalan Allah SWT. Dakwah itu sendiri memiliki arti, mengajak, menyeru seseorang untuk melakukan kebaikan ke jalan Allah SWT dan meninggalkan keburukan. Setiap seorang muslim yang sudah baligh, sehat jasmani dan rohani wajib melakukan dakwah, meskipun secara sederhana. Mengajak teman, keluarga dan orang lain berbuat kebaikan itu dianggap sudah melakukan dakwah.

Pada era moderen saat ini hampir semua orang dari semua kalangan masyarakat mempunyai media sosial. Media sosial menjadi kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat dalam menerima informasi maupun menyampaikan sebuah informasi. Hal ini menjadi kesempatan para da'i untuk berdakwah melalui media sosial, salah satunya yaitu media instagram yang dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah. Materi dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u meliputi pesan akhidah, akhlak dan syariah.

Penyampaian dakwah yang dilakukan melalui media Instagram dirasa cukup efektif. Dakwah melalui Instagram dapat memudahkan pemahaman dan informasi terbaru dari ajaran islam. Instagram sebagai media alternatif berdakwah dapat menghemat waktu, biaya serta mempermudah penyampaian pesan kepada khalayak umum.

