

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk yang sempurna yang diciptakan oleh Allah Swt, yang dibekali akal dan pikiran dalam keberlangsungan hidupnya. Adanya akal dan pikiran, manusia dapat mengembangkan suatu tindakan dengan inovasi-inovasi yang sudah ada. Meskipun manusia bisa dikatakan sebagai makhluk yang sempurna, akan tetapi dalam kehidupannya manusia membutuhkan yang namanya bersosialisasi dengan manusia lain. Hal itu membuat manusia bisa dikatakan sebagai makhluk sosial yang harus bersosial di lingkungannya, karena dalam kehidupan manusia pasti membutuhkan bantuan dari manusia yang lain. Selain itu dalam bersosialisasi perlu berinteraksi, yang merupakan suatu hubungan manusia dengan manusia yang lain, baik secara kelompok maupun dengan individu. Interaksi menurut para ahli adalah hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.¹ Selanjutnya, interaksi dari orang ke orang untuk membentuk komunikasi, baik itu komunikasi secara tidak langsung maupun komunikasi secara langsung.

Komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran informasi antara individu-individu melalui tingkah laku, simbol-simbol, ataupun lambang-lambang. Informasi tersebut sudah dikelola menjadi sebuah fakta dan bisa bermanfaat bagi penerimanya. Artinya, dengan komunikasi masyarakat akan memperoleh ataupun memberi informasi sehingga timbullah sosialisasi. Dalam ajaran Islam, pesan yang ditunjukkan oleh lisan atau yang diisyaratkan oleh anggota tubuh, yang digoreskan oleh pena merupakan suatu terjemahan oleh harapan sebuah hati.² Salah satu tujuan melakukan komunikasi adalah untuk memperoleh atau menyebarkan suatu informasi. Hal tersebut saat ini telah didukung dengan adanya teknologi yang memudahkan manusia dalam mencapai tujuan tersebut.

¹ Asrul Muslim, "Interaksi Sosial dalam Masyarakat Multietnis", *Jurnal Diskursus Islam*, no. 3 (2013), 485.

² Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Pramedia Grup, 2015), 70.

Kini teknologi semakin canggih dan maju, banyak hadir aplikasi-aplikasi yang berbasis internet, antara lain *Facebook*, *Line*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain. Adanya aplikasi tersebut berguna untuk mengikuti arus perkembangan zaman, di mana hampir keseluruhan membutuhkan internet. Hal tersebut menjadikan masyarakat menjadi manusia modern yang menggeser status tempo dulu menjadi tempo terbaru (mobilitas). Zaman mulai mempengaruhi manusia, yang dulu tak mengenal teknologi, kini telah dikuasai teknologi canggih yang sekarang dikenal dengan era digital.

Zaman modern saat ini telah menciptakan rasa ketergantungan manusia terhadap teknologi. Salah satu rentang usia penikmat teknologi adalah generasi milenial, anak milenial tidak dapat lepas dari *handphone* ataupun *laptop*. Penggunaan *handphone* telah sangat pesat dewasa ini, terlebih untuk mengakses internet, baik untuk mencari informasi, ilmu pengetahuan, walaupun berkomunikasi secara *online* melalui aplikasi media sosial. Era digital telah dinikmati oleh masyarakat karena semua sudah serba instan. Hal tersebut semakin memudahkan manusia untuk melakukan mobilitas.³ Perlunya media untuk berkomunikasi secara *online* atau yang disebut dalam jaringan (*daring*) tak menutup kemungkinan untuk meningkatkan rasa kenyamanan dan keakraban di lingkungan masyarakat terutama di kalangan milenial.

Penggunaan media komunikasi *daring* atau *online* berkaitan erat dengan internet. Internet digunakan untuk mencari informasi atau berita atau saling bertukar komunikasi yang sangat praktis. Penggunaan internet didominasi oleh kalangan muda, karena dalam pemanfaatannya saat ini sebagai sarana pendidikan, baik itu pendidikan formal atau nonformal yang sekarang serba *online*. Salah satu media sosial yang sering dipakai oleh anak muda bahkan sampai orang dewasa adalah *Instagram*, karena *Instagram* sendiri sangat mudah dalam penggunaan. Media *Instagram* bisa memuat unggahan berupa gambar, video, maupun toko *online*.⁴

³Syamsuriah, "Tentang Dakwah di Era Milenial", *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makasar*, No. 2 (2019), 164.

⁴Sugiana Dadang, dkk, *Komunikasi dalam Media*, (Yogyakarta, Buku Literasi Yogyakarta, 2019), 215.

Khalayak yang menggunakan *Instagram* memiliki kecenderungan yang sangat tinggi. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh beberapa usahawan untuk mempromosikan produknya. Bahkan sampai pendakwah pun ikut andil dalam menyerukan dakwahnya, karena berdakwah secara langsung atau terang-terangan kini bukan lagi hal yang baru. Media sosial *Instagram* cakupannya sudah luas bahkan sampai penjuru dunia. Maka, tidak sulit untuk menarik minat masyarakat melihat, membaca, hingga mendengar konten-konten dakwah Islam yang dikemas dalam bentuk unggah-unggahan foto dan video yang kekinian dan menarik.⁵ Di Indonesia untuk *Instagram* sendiri dilansir dari *website statiska.com* sudah menempati urutan keempat dalam pemakaian paling aktif setelah *Facebook*, *WhatsApp*, dan *YouTube*.

Berdakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode yaitu *bil hikmah* (kebijakan), *bijadilum billalti hiya ahsan* (bertukar pikiran atau dialog yang baik), dan *bil mau'izahah khasanah* (pengajaran atau nasihat yang baik). Metode-metode tersebut peneliti gunakan untuk menentukan menganalisis pola dakwah pada media sosial *Instagram* dalam akun @*dakwah_islami.i* yaitu dengan melihat penerapan metode dakwah melalui akun tersebut dengan konten-konten unggahan di dalamnya, serta melihat banyaknya tingkat respon *followers* (warganet) yang mengikuti. *Instagram* merupakan aplikasi berbagi foto dan video, yang memfasilitasi pengguna *Instagram* dapat mengambil foto, menerapkan filter, bahkan bisa membagikan ke media sosial lainnya.⁶ Melalui *Instagram* ini pengguna dapat mengakses berbagai macam berita dan konten untuk memenuhi kebutuhannya. Fungsi dari *Instagram* sendiri begitu banyak, di antaranya sebagai sumber berita, informasi, ajang promosi, hiburan, dan lain-lain. Munculnya *Instagram* dengan berbagai kelebihan yang diberikan menjadikan pengguna *Instagram* tersebut bersemangat dalam

⁵ Nurrahmi Febri, dkk, "Efektifitas Dakwah Melalui Instagram", *Nyimak: Jurnal Communication*, No. 01, (2020), 01.

⁶ Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Visi Komunikasi*, No. 01, (2017), 152.

pemanfaatannya, salah satunya bagi seorang *da'i* dalam menyampaikan dakwah.

Untuk *da'i* sendiri sekarang sudah menyadari bahwa berdakwah tak harus datang ke tempat secara langsung atau jemput bola, akan tetapi harus melihat target dakwahnya dan perkembangan zaman. Dengan media *Instagram* para *da'i* akan memperoleh hasil yang maksimal. Salah satu kelebihanannya dapat mencakup banyak pengguna meskipun hanya virtual atau tidak bisa secara langsung untuk bertatap muka. Akan tetapi, banyak yang berpartisipasi terutama kaum milenial.

Dewasa ini, remaja mendominasi dalam penggunaan *Instagram*, karena ingin selalu terlihat tampil modis atau kekinian dalam hal apapun. Melihat penggunaannya yang sebagian besar adalah remaja, untuk konten dakwah yang dibuat harus sesuai dengan target sasaran dan sesuai dengan kemajuan zaman dalam wadah dakwahnya. Jadi, konten berdakwah yang cukup relevan adalah unggahan-unggahan atau materi dakwah berisikan *quotes* Islam, tentang pakaian, hijrah seseorang, ataupun tentang pernikahan. Namun dampak negatif yang ditimbulkan dari pemakaian *Instagram* juga tak sedikit, yakni salah satunya dapat membuat seseorang lupa waktu bahkan hingga lupa diri.

Akun *Instagram* yang bertemakan dakwah sudah banyak ditemukan, tetapi peneliti fokus terhadap akun *@dakwah_islami.i*. Ada beberapa hal yang masih belum terpecahkan mengenai kualitas keefektifan suatu dakwah dengan menggunakan media sosial. Artinya, tingkat keefektifitasan akun *@dakwah_islami.i* dalam berdakwah dapat ditakar dengan respon yang diberikan warganet dan fase perubahan yang sedang atau sudah dialami oleh penggunanya. Dengan demikian, penelitian ini mempunyai maksud untuk merumuskan dan mengungkap metode dakwah dalam konten-konten unggahan pada akun *Instagram @dakwah_islami.i*.

Untuk itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Metode Dakwah dalam Akun *Instagram @dakwah_islami.i* sebagai Upaya *Amar Makruf Nahi Munkar* di Kalangan Milenial."

B. Fokus Penelitian

Untuk penelitian ini, peneliti menentukan suatu masalah yang dihadapi. Bersamaan dengan hal tersebut penelitian ini mengambil fokus penentuan metode berdakwah, respon dakwah, dan penerapan dakwah di sosial media mengenai konten-konten unggahan yang ada dalam akun *Instagram @dakwah_islami.i*. Peneliti memanfaatkan warganet yang mengikuti akun *Instagram* tersebut sebagai objek penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana metode dakwah dalam akun *Instagram @dakwah_islami.i*?
2. Bagaimana respon *followers* dan pola terhadap metode dakwah akun *Instagram@dakwah_islami.i*?
3. Bagaimanakah strategi pengunggahan konten dakwah dalam akun *Instagram @dakwah_islami.i*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan teori tersebut, tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui dan menganalisis penerapan metode dakwah dalam media sosial *Instagram* melalui akun *Instagram@dakwah_islami.i*.
2. Mengetahui dan menganalisis tingkat respon *followers* dan pola unggahan *Instagram @dakwah_islami.i*.
3. Mengetahui dan menganalisis strategi pengunggahan konten dakwah yang ada dalam akun *Instagram @dakwah_islami.i*.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat yang positif, baik manfaat secara teoretis maupun praktis. Berikut penjelasannya sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pemahaman mengenai metode dakwah di media sosial. Selain itu supaya dapat menjadi rujukan atau

referensi bagi penelitian selanjutnya untuk peneliti lainnya yang serupa yang bertujuan untuk dapat menyempurnakan lagi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan baru tentang metode dakwah dalam media sosial *Instagram* terkhusus untuk kaum milenial.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan inspirasi, informasi, dan evaluasi untuk semua kalangan khususnya kalangan milenial. Kemajuan zaman sekarang dalam bersosial media sangatlah pesat, dengan hal tersebut supaya dapat membangkitkan semangat kalangan milenial untuk memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk berdakwah.

F. Sistematika Penulisan

Penjelasan sistematika penulisan skripsi ini memiliki rangkaian bab yang berbeda-beda yang tentunya untuk memudahkan dalam pembuatan skripsi mengenai gambaran keseluruhan tentang penelitian tersebut. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang digunakan.

Tahap awal, yang berisikan halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan selanjutnya daftar isi.

Tahap isi ada lima bab, di antaranya sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisikan meteri yang meliputi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka. Bab ini berisikan kajian pustaka yang meliputi sebagai berikut, yaitu mengungkap metode dakwah di sosial media oleh akun *Instagram @dakwah_islami.i*, tingkat respon *followers* terhadap unggahan akun media sosial *Instagram @dakwah_islami.i*, dan juga pola unggahan konten dakwah pada akun *Instagram @dakwah_islami.i*. Selain itu dalam bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu dan menyuguhkan kerangka berfikir yang disampaikan oleh penulis.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisikan materi yakni metode penelitian yaitu meliputi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data yang didapat, pengumpulan data, pengujian keabsahan data, serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisikan tentang pemaparan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi strategi dakwah pada akun *Instagram @dakwah_islami.i*, respon *followers* pada akun *Instagram @dakwah_islami.i*, dan memilih pola unggahan dakwah pada akun *Instagram @dakwah_islami.i*.

Bab V Penutup. Bab ini bagian penutup yang berisikan simpulan dan saran yang menjadi inti dari penelitian yang sudah dilakukan sekaligus menjadi penutup.

Selanjutnya tahap akhir, yang berisikan lampiran, daftar pustaka, dan daftar riwayat hidup peneliti.

