

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama dakwah yang memuat berbagai petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang baik, beradab, dan berkualitas. Islam mengajak umatnya selalu berbuat baik sehingga mampu membangun sebuah peradaban yang maju, sebuah tatanan kehidupan yang manusiawi dalam arti kehidupan yang adil, maju, bebas dari berbagai ancaman, penindasan, dan berbagai kekhawatiran.¹

Dakwah adalah kegiatan menyebarkan agama Islam yang usianya sama tuanya dengan Islam itu sendiri. Dalam konteks Islam, dakwah dapat diartikan sebagai semua usaha, ajakan untuk berbakti kepada Allah Swt. atau menyeru dan mengajak ke jalan Allah Swt.²

Globalisasi tak semata ancaman, tetapi sekaligus juga peluang dakwah untuk menyebarkan Islam dan mengokohkan ajaran-ajarannya di muka bumi. Globalisasi membuka peluang dan kesempatan baru bagi kaum Muslim untuk berdakwah, tidak saja bagi umat Islam, tetapi bagi umat manusia secara keseluruhan. Globalisasi dakwah menjadi kewajiban kaum Muslim sebagai konsekuensi logis dari kedudukan Islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam.³

Sesuai dengan perkembangan masyarakat saat ini, yang tidak dapat terlepas dari internet, lebih-lebih dengan media sosial, maka hal ini dapat dijadikan salah satu aspek penting agar dakwah lebih dapat diterima dengan materi yang mudah dipahami. Artinya, penggunaan media dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Adapun dakwah melalui situs jejaring adalah salah satu dari wujud

¹ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 4.

² Erwin Jusuf Thaib, *Problematika Dakwah di Media Sosial* (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 2.

³ Ilyas Ismail, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial* (Jakarta: Kencana, 2018), 6.

penyampaian dakwah dengan penekanan pada dakwah *bil-hikmah*.⁴

Pada era media baru saat ini, ragam cara dapat digunakan dalam terlaksananya misi dakwah. Keadaan sekarang amat berbeda dengan keadaan sebelum masyarakat mengenal teknologi internet. Pada prinsipnya, agar dakwah dapat diterima oleh khalayak luas, maka dalam kegiatan dakwah perlu memperhatikan audiens yang didakwahi. Ringkasnya, dakwah perlu menggunakan strategi.⁵

Dalam pelaksanaannya, dakwah Islamiyah senantiasa membutuhkan berbagai hal yang menunjang terlaksananya dakwah atau sampainya pesan-pesan dakwah kepada objek dakwah. Fasilitas penunjang pelaksanaan dakwah ini disebut dengan media dakwah. Kepandaian subjek dakwah dalam memilih sarana atau media yang tepat merupakan keberhasilan awal bagi kesuksesan dakwah.⁶

Dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran agama Islam, ia merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya, baik yang sudah menganutnya maupun yang belum. Sehingga, dengan demikian, dakwah bukanlah semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidak-tidaknya harus ada segolongan yang melakukannya. Dalam hal ini Allah berfirman dalam QS. Ali Imran: 104:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”
(QS. Ali Imran: 104).⁷

⁴Mansur Hidayat, “Model Komunikasi Dakwah Milenial di YouTube pada Lagu Aisyah Istri Rasulullah”, *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus* 7, no. 2 (2020): 270.

⁵Mansur Hidayat, “Model Komunikasi Dakwah Milenial di YouTube pada Lagu Aisyah Istri Rasulullah”, 269.

⁶Erwin Jusuf Thaib, *Problematisa Dakwah di Media Sosial* (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 3.

⁷Alquran Surat Ali Imran Ayat 104, *Alquran dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Toyyibah, 2018), 405.

Salah satu media dakwah adalah berupa narasi dakwah dimana sesuai dengan perkembangan zaman. Para dai agar pesan-pesan dakwahnya sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan, baik media visual maupun audiovisual. Adapun yang di maksud dengan media dakwah ialah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai sarana. Media dakwah dibagi menjadi lima golongan besar, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.⁸

Media dakwah adalah sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya. Dalam arti sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah, atau yang populer di dalam proses belajar mengajar disebut dengan istilah “alat peraga”. Alat bantu berarti media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Artinya proses dakwah tanpa adanya media masih dapat mencapai tujuan yang semaksimal mungkin.⁹

Fisher memperlihatkan paradigma naratif sebagai penggabungan logika dan estetika. Fisher juga menekankan bahwa logika naratif berbeda dari logika dan pemikiran tradisional. Aspek penting dari asumsi-asumsi paradigma naratif adalah bahwa mereka bertolak belakang dengan paradigma dunia rasional, sebagaimana kedua logika tersebut berbeda.¹⁰

Aspek bahasa yang diteliti dalam penelitian naratif tidak membedah bahasa pada aspek kekuasaan ataupun ideologis, namun bagaimana bahasa digunakan dalam

⁸ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Internet”, *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 1 (2013), 95.

⁹ MS. Udin, *Retorika dan Narasi Dakwah bagi Pemula*, (Mataram: SANABIL, 2019) 18.

¹⁰ Radita Gora, *Riset Kualitatif Public Relations* (Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya, 2019), 375.

penceritaan.¹¹ Lewat analisis naratif, kita menempatkan berita tidak ubahnya seperti sebuah novel, puisi, cerpen, atau cerita rakyat. Di dalam teks berita terdapat jalan cerita, plot, karakter, dan penokohan.

Banyaknya konten-konten keagamaan yang bertebaran di media sosial menimbulkan pro dan kontra di kalangan pengguna media sosial, bahkan menimbulkan persoalan yang merembet ke dunia nyata. Berbagai komentar dan perdebatan yang timbul baik di dunia maya maupun di dunia nyata dipicu oleh berbagai konten dakwah yang disebar di media sosial. Padahal bukan hal ini yang menjadi tujuan dari para pendakwah di media sosial. Persoalan ini sudah pasti tidak hanya berakhir pada perang komentar dan pendapat di dunia maya tapi pada waktunya akan memicu lahirnya konflik yang nyata di masyarakat.

Fenomena di atas merupakan suatu persoalan sosial keagamaan yang harus dijaga agar jangan sampai memberikan efek negatif terhadap kehidupan sosial masyarakat. Dakwah bagaimanapun cara penyampaiannya dan media apapun yang digunakan, pastilah memiliki tujuan yang mulia bagi pengembangan ajaran agama Islam pada masyarakat. Untuk itulah, maka apa yang menjadi problematika dakwah di media sosial, serta bagaimana strategi untuk mengatasi *problem* tersebut, hal inilah yang akan menjadi pokok bahasan dalam skripsi ini.

Salah satu tokoh publik yang memiliki motivasi yang tinggi dalam berdakwah Gus Abdurrohman Kafa dengan akun Instagramnya. Gus Abdurrohman Kafa merupakan beliau Gus Abdurrohman Kafa merupakan salah satu putra KH. Abdullah Kafabih Mahrus yaitu Pengasuh Pondok Pesantren Lirboyo Kediri Jawa Timur. Pemilihan Gus Abdurrohman Kafa sebagai subyek penelitian karena *background* keislamannya jelas, yaitu NU, beliau juga aktif di media sosial khususnya Instagram, dengan pola dakwahnya berupa mengkaji kutipan dari kitab-kitab, membahas fenomena atau *trend* yang baru viral dalam *Live* streaming Instagram, atau berupa *story* Instagram.¹²

¹¹ Radita Gora, *Riset Kualitatif Public Relations*, 375.

¹² <https://www.instagram.com/imkafa/>, diakses tanggal 20 Juni 2022.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai narasi dalam dakwah karena di dalam dakwah yang akan diteliti penulis akan mengetahui pola dalam dakwah. Dalam kajian ini penulis menganalisis “**Paradigma Naratif dalam Dakwah Gus Kafa di Instagram**”. Kumpulan dakwah yang di analisis akan berbentuk rekaman audio visual yang sudah sering dilihat dan didengar oleh kebanyakan masyarakat khususnya umat muslim.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari fokus penelitian di atas, maka pokok permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana paradigma naratif dalam dakwah Gus Kafa di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dimaksud dalam penelitian kualitatif adalah untuk menemukan teori.¹³ Teori dimaksud berkaitan dengan ilmu Dakwah bidang studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Selanjutnya sesuai dengan judul skripsi ini maka secara rinci tujuan penelitian ini, secara spesifik untuk mengungkap dan menjelaskan paradigma naratif dalam dakwah Gus Kafa di Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah dan menjadi referensi bagi penulis selanjutnya, serta dapat menambah wawasan keilmuan mengenai narasi yang berkaitan dengan dakwah.

Manfaat praktis penelitian di lingkungan perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan pengetahuan serta pengembangan penelitian yang relevan dengan penelitian ini ke depannya.

Penelitian ini diharapkan pula dapat menambah wawasan bagi para teoritis, praktisi dan pemikir dakwah dalam mengemas nilai-nilai Islam menjadi kajian yang

¹³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015),

menarik. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan pula dapat memotivasi para pelaksana dakwah untuk lebih memanfaatkan media sebagai saluran dakwah khususnya narasi.

E. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun. Untuk lebih mudah penulisan, perlu ada sistematika pembahasan yang terdiri dari tiga bagian di antaranya:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi memuat garis besar yang terdiri dari lima bab. Antara bab satu sampai dengan bab lima saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan motivasi penelitian, selanjutnya fokus penelitian sebagai inti masalah, kemudian dilanjutkan dengan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian mengenai pola dakwah Gus Abdurrohman Kafa di Instagram dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab dua kajian teori berisi tentang landasan teori yang mencakup telaah pustaka yang diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan untuk mengetahui posisi dari penelitian ini. Pada bab ini terdiri dari teori-teori yang terkait dengan judul, yaitu Teori paradigma naratif yang meliputi pengertian paradigma naratif, asumsi paradigma naratif, aspek-aspek paradigma

naratif, kegunaan paradigma naratif, tahapan-tahapan analisis naratif, kelebihan analisis naratif, karakteristik narasi. Teori pola dakwah yang meliputi pengertian pola, pengertian dakwah, pengertian pola dakwah, pola pelaksanaan dakwah. Teori mengenai profil gus kafa. Teori mengenai *instagram* yang meliputi pengertian *instagram*, pemanfaatan *instagram* dan fitur-fitur *instagram*, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga metode penelitian berisi uraian tentang metode/cara/langkah-langkah operasional pelaksanaan penelitian yang bersifat teknis dan aplikatif. Disini, peneliti menjelaskan rencana langkah-langkah atau prosedur dalam melaksanakan penelitian. Penjelasannya cukup secara global namun aplikatif/praktis sesuai kebutuhan penelitian tersebut. Pada bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, data penelitian, dan pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini penyusun memfokuskan pada hasil penelitian terhadap data penelitian yang telah dilakukan, serta analisis data hasil penelitian berdasarkan informasi yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab lima penutup yang merupakan bab terakhir yang menguraikan tentang simpulan hasil penelitian dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.