

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Analisis Isi

a. Definisi Analisis isi

Proses pengumpulan dan analisis isi dalam hal ini “isi” berupa kata, makna, gambar, simbol, gagasan, tema, atau pesan yang dapat disampaikan disebut analisis isi.¹ Analisis isi adalah metode penelitian yang tidak mengambil orang sebagai subjek. Memproses dan menganalisis analisis konten berbasis simbol atau teks.²

Ilmu komunikasi memanfaatkan analisis isi secara ekstensif. Faktanya, analisis isi adalah salah satu pendekatan utama yang digunakan dalam bidang komunikasi. Sebagian besar waktu, analisis konten digunakan untuk melihat konten media cetak atau digital. Selain itu, analisis isi digunakan untuk menyelidiki isi dari semua konteks komunikasi—komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi—termasuk yang melibatkan isi. Analisis konten dapat dilakukan jika ada dokumen yang diterapkan.³

Salah satu teknik terpenting dalam ilmu komunikasi adalah analisis isi. Analisis isi digunakan dalam kajian isi media (koran, radio, film dan televisi). Peneliti dapat mengkaji deskripsi, karakteristik, informasi dan perkembangan (tren) isi dengan menggunakan analisis isi.⁴

Melihat konten, yang dipakai untuk memperoleh informasi dari komunikasi ketika dikirim sebagai simbol. Oleh karena itu, unit analisis yang diperlukan adalah materi (pesan) dakwah yang meliputi pesan akidah, akhlak, muamalah, dan syariah dalam video yang diunggah melalui jejaring media sosial Instagram.

¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012). 92.

² Martono. 110

³ Eriyanto, *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Kencana, 2011). 10

⁴ Eriyanto. 11.

b. Tujuan Analisis isi

Mengenai tujuan analisis isi antara lain :

1) Mendeskripsikan karakteristik pesan.

Dalam hal ini, analisis digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang proses komunikasi , seperti “apa”, “ siapa “ , dan “bagaimana”. Jawaban atas pertanyaan “ apa “ adalah penggunaan analisis untuk menentukan isi pesan , tren , dan perbedaan pesan dari berbagai komunikator. Tujuan dari pertanyaan “ke-siapa” adalah untuk menguji hipotesis tentang isi pesan kepada audiens yang berbeda. Persoalan “bagaimana”, di sisi lain, terutama berkaitan dengan bagaimana bentuk dan strategi pesan dapat dijelaskan melalui analisis isi.⁵

Pesan dijelaskan menggunakan empat desain analisis isi :

- a) Analisis adalah teknik untuk mendeskripsikan pesan dari asal yang sama pada saat yang berbeda.
- b) Pesan dapat dilihat dalam berbagai konteks menggunakan analisis isi. Keadaan yang dihadapi mungkin terletak dalam berbagai konteks sosial, budaya, dan politik.
- c) Khalayak yang berbeda dapat dilihat melalui analisis isi. Istilah “audiens” di sini mengacu pada berbagai media pembaca, pendengar, atau pemirsa.
- d) Berbagai pesan komunikator dianalisis dengan menggunakan analisis isi.⁶

2) Membuat Kesimpulan Tentang Akar Pesan

Tujuan analisis isi tidak terbatas pada mengidentifikasi karakteristik atau deskripsi dari sebuah pesan. Selain itu, kesimpulan tentang penyebab pesan dapat ditarik dengan menggunakan analisis isi. Yang menjadi inti dari penelitian konten disini bukanlah penggambaran pesan, melainkan untuk mengajukan pertanyaan mengapa pesan (konten) muncul dalam struktur saat ini.

c. Pendekatan Analisis Isi

Komponen penting dari desain analisis isi adalah menentukan tujuannya. Ada perbedaan yang jelas antara penelitian yang satu-satunya tujuan adalah untuk menggambarkan pesan dan Penelitian bertujuan mempelajari

⁵ Eriyanto. 11.

⁶ Eriyanto.39.

hubungan antar variabel. Metode analisis isi terdiri dari tiga bagian.⁷ yaitu :

1) Deskriptif Analisis Isi

Tujuan dari deskriptif adalah memberikan gambaran yang menyeluruh tentang suatu pesan atau teks khusus. Tujuan dari desain analisis isi ini bukan untuk menyelidiki hubungan antar variabel atau untuk menguji hipotesis tertentu. Murni deskriptif, analisis isi berfokus pada fitur dan karakteristik pesan.

2) Eksplanatif Analisis Isi

Analisis isi yang menguji beberapa hipotesis disebut eksplikatif. Selain itu, analisis isi ini berupaya membangun hubungan antara berbagai variabel.

3) Prediktif Analisis Isi

Prediksi adalah bahwa investigasi konten terlihat untuk memprediksi hasil karena pemeriksaan memuaskan menemukan faktor yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti harus menggunakan temuan metode penelitian lain, seperti survei dan eksperimen, selain menggunakan variabel dari luar analisis isi. Data penelitian kemudian dihubungkan dan dicari hubungannya.

2. Dakwah

a. Definisi Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab, tepatnya da'a-yad'i-da'watan, artinya menyambut, menyeru tanpa henti. Dakwah dalam bahasanya adalah menyambut atau mendekati individu untuk memiliki keberadaan tersebut dengan cara Allah SWT.⁸

Dakwah adalah salah satu cara umat Islam berperang di masa kenabian, bersama para sahabatnya, dan itu harus disertai dengan rencana sekarang dan di masa depan. Meskipun dakwah dapat dipahami dari berbagai konsep, namun pendapat para ahli menentukan maknanya diantara lain :

Menurut kitab Syech Ali Mahfudh "Hidayatul Mursyidin," dakwah adalah: mengajak manusia untuk beramal dan mengikuti petunjuk (agama), mengajak mereka beramal baik dan mencegahnya dari beramal yang buruk agar mereka

⁷ Eriyanto. 47- 53.

⁸ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016). 7.

ridha dalam akhirat.⁹ Abdul Rosyad Sholeh, yang berpendapat bahwa dakwah adalah “proses usaha yang terorganisasi untuk mengajak manusia beriman dan taat kepada Allah SWT, amar makruf, perbaikan dan pengembangan masyarakat, dan nahi munkar yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tersebut.” tujuan tertentu yaitu kebahagiaan dan kemakmuran dalam hidup yang diridhoi Allah SWT”.

M. Masykur Amin, dakwah adalah kegiatan yang menggunakan bahan ajar Islam untuk mengajak manusia memeluk Islam secara bijaksana agar meraih keselamatan di dunia dan akhirat.¹⁰

M. Arifin, mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan mengajak baik dalam bentuk lisan, tulisan, dan lain-lain, secara sadar dilakukan dan direncanakan dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok, menghayati dan mengamalkan ajaran agama sebagai risalah yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan.¹¹

Dari bukunya *ad Dakwah ila al Ishlah*, Syekh Muhammad Khidr Husain menyatakan bahwa dakwah adalah “upaya menggerakkan manusia untuk berbuat baik dan mengikuti jalan yang dipandu, atau beramal dan beramal saleh dengan tujuan mencapai keberhasilan dan kebahagiaan dunia dan akhirat”.¹²

Dari pengertian-pengertian di atas terdapat persamaan dan perbedaan di antara para pakar dakwah, namun jika diperhatikan persamaan dan perbedaan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah¹³ diantaranya adalah:

- 1) Dakwah adalah proses transmisi ajaran Islam dari satu orang ke orang lain.
- 2) Penyebaran ajaran Islam berupa amar ma'ruf (mengajar kebaikan) dan nahi munkar (mencegah segala bentuk maksiat).
- 3) Upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk membentuk individu atau masyarakat yang sepenuhnya menganut dan mengamalkan semua ajaran Islam.

⁹ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: CV Salsabila Putra Pratama, 2013). 9.

¹⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah*. 12

¹¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015). 11.

¹² Mahmuddin, *Manajemen Dakwah* (Ponorogo: WADE Group, 2018). 9.

¹³ Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. 11.

Dengan demikian, dakwah adalah segala bentuk kegiatan menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk menciptakan individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam di segala lapisan masyarakat.

b. Landasan Hukum Dakwah

Dakwah adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh umat Islam, karena dakwah adalah nafas dan sumber gerakan Islam. Dengan dakwah, ajaran Islam dapat tersebar merata di masyarakat, mulai dari zaman Nabi Muhammad SAW dilanjutkan ke generasi berikutnya. Perintah untuk menjalankan dakwah dijelaskan dalam QS. Ali Imron (3) : 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ الْمُنْكَرَ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : *“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”* (QS. Ali Imron (3) : 104)

Para ulama sepakat bahwa dakwah itu wajib karena ayat sebelumnya secara eksplisit memerintahkannya. Kalimat *ولتكن* merupakan sighat amar yang menunjukkan bahwa muatan pada bagian (amar makruf nahi mungkar) adalah wajib.¹⁴

c. Tujuan Dakwah

Tujuan umum dakwah adalah sesuatu yang dapat dicapai melalui kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan utama dan umum dakwah harus menjadi inti dari setiap langkah prosesnya. Sejalan dengan itu, Al-Qur'an menyatakan bahwa tujuan dakwah secara umum adalah untuk menggiring orang - orang beriman, kafir, termasuk musyrik - ke jalan kebenaran dan pencapaian, yang diridhoi Allah SWT. Nabi Muhammad adalah utusan Allah untuk seluruh umat manusia.

Sedangkan rumusan tujuan umum dakwah merupakan komponen dari tujuan khusus dakwah, tujuan ini dimaksudkan untuk memperjelas ke mana arahnya dan kegiatan dakwah

¹⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019). 24.

seperti apa yang akan dilakukan, serta sebagai siapa untuk berdakwah, bagaimana, dan bagaimana secara rinci, selama pelaksanaan semua kegiatan dakwah.¹⁵

3. Pesan Dakwah

a. Definisi Pesan Dakwah

Perintah, saran, dan permintaan adalah contoh pesan yang dapat disampaikan melalui bahasa (KBBI). Dalam ranah korespondensi, pesan diartikan sebagai substansi atau alasan yang ingin disampaikan. Ajaran Islam (syari'at Islam) meliputi segala materi dan pesan dakwah. QS. An-Nahl: "Jalan Tuhan" (sabil rabbika) 125 menyebutnya. Artinya, informasi Islam yang dikenal dengan "pesan dakwah" sekaligus menunjukkan sekaligus mendorong "obyek dakwah" untuk berpegang pada syariat Islam.¹⁶

Apa saja yang disampaikan daripengirim (dalam hal ini sumber) untuk penerima (mad'u) disebut sebagai pesan dakwah. Istilah lain untuk materi dakwah dalam konteks komunikasi adalah pesan, isi, atau informasi.¹⁷ Semua ajaran Islam yang terkandung dalam Katabullah dan Sunnah Nabi-Nya, juga dikenal sebagai al-haq (kebenaran tertinggi), yaitu al-Islam yang berasal dari Al-Qur'an, harus ditransmisikan kembali ke mad'u. (objek dakwah) oleh da'i (objek dakwah). Endang Saepudin Anshari sependapat dengan pandangan di atas : Ajaran al-Islam, termasuk Al-Quran dan As-Sunnah, mencakup berbagai topik berhubungan kehidupan dengan kehidupan manusia.¹⁸

Pada Kajian Korespondensi Pesan dakwah akan berupa pesan, khususnya gambar. Dalam tulisan Arab, pesan dakwah disebut al-dakwah (موضوع الدعوة). Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk mengartikan "isi dakwah" seperti kata-kata, gambar, tata letak, dan lain-lain. Misalnya dalam hal dakwah secara komposisi, yang dibentuk adalah pesan dakwah. Jika dakwah bersifat lisan, pembicara menyampaikan pesan

¹⁵ Awang Darmawan Putra, *Manajemen Dakwah* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021). 25.

¹⁶ Asep Syamsul, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis* (Bandung: www.romeltea.com, 2013). 29.

¹⁷ Fahrurrozi Faizah Kadri, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019). 91.

¹⁸ Kadri. 92.

tentang dakwahnya. Jika melalui kegiatan amal yang dilakukan merupakan pesan dakwah.¹⁹

Dalam berdakwah, pesan seorang da'i, kelompok, atau bahkan organisasi dakwah kepada seorang muslim harus sesuai dengan konteks dan kemampuan muslim dalam memahami pesan-pesan dakwah. Namun, pesan tersebut pada hakekatnya merupakan undangan tersebut sejalan dengan ajaran Islam dan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an atau salah satu haditsnya.²⁰

Sementara itu, seorang akademisi bernama Abd mengklaim: Al-Karim Zaidan memiliki lima ciri pesan dakwah sebagai berikut:

- 1) Anannahu Min 'Indillah(yang diturunkan Allah SWT)
- 2) Al-Syumul (yang meliputi seluruh aspek kehidupan)
- 3) Al-'Umum, (yang dimiliki oleh semua manusia)
- 4) Al-Jaza' Fil-Islam (setiap perbuatan ada pahalanya)
- 5) Al-Mitsaliyyah Wal Waqi'iyah, (yang berarti "keseimbangan antara ideal dan realita).

Dari pendapat yang dikemukakan oleh Abd Al-Karim Zaidan tersebut, bahwa pesan dakwah harus bersumber awal Allah SWT dan Rasulullah SAW atau asli. Sebab, dari Alquran dan Hadits sudah mencakup keseluruhan dalam kehidupan manusia. Baik dalam kehidupan bermasyarakat, ibadah, mu'amalah dan lain sebagainya. Karena ajaran agama Islam sangat komplit.

Materi dari ajaran Islam dalam Kitab Allah & Sunnah Nabi-Nya, selain pesan-pesan lain yg mengandung ajaran Islam, dimasukkan pada pesan tersebut. Al-Qur'an, al-Hadits, dan ijtihad & fatwa para ulama adalah asal pesan dakwah. Apalagi kebenaran hidup acara publik dapat dimanfaatkan sebagai 'ibrah atau sumber belajar bagi mad'u. Hadits dan Al-Qur'an adalah dua sumber utama pesan dakwah., namun hal-hal lain dapat digunakan untuk menjelaskan atau mendukung Al-Qur'an dan Hadits. Pesan dakwah tidak bisa dikatakan bertentangan dengan dua sumber utama. esan-pesan ini, yang dapat berupa kata-kata,

¹⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah*. 272.

²⁰ Mawardi MS, *Sosiologi Dakwah Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur'an Dan Al-Hadits* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018). 63-66.

gambar, atau simbol lainnya, dimaksudkan untuk membantu masyarakat mad'u memahami dan mengubah perilakunya.²¹

Jadi Pesan dakwah adalah pesan yang menggunakan seperangkat simbol bermakna dari Al-Qur'an dan As-Sunnah untuk menyampaikan makna dari semua pernyataan, seperti aqidah, akhlak, dan ajaran syariah. dilakukan dengan sengaja dan tanpa paksaan untuk mendorong individu dan kelompok untuk mengikuti ajaran Islam dan bersosialisasi untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dimanapun melalui lisan, tulisan, perilaku.²²

b. Macam-Macam Pesan Dakwah

Pesan dakwah berbasis hadits dan Al-Qur'an dapat dibedakan menjadi pesan akidah, pesan akhlak dan pesan syariah., berikut penjelasan tiga macam pesan tersebut :

1) Akidah

Aqidah mengandung arti keyakinan atau iman yang teguh dan tak tergoyahkan, yang tidak diragukan lagi oleh mereka yang beriman. Aqidah berasal dari akar kata “aqida-ya” qidu.- a'qdan/aqidatan. Kaitan antara pentingnya kata 'aqdan dan 'aqidah adalah bahwa keyakinan terikat erat di dalam hati, bersifat membatasi dan mengandung pengaturan. Jadi akidah adalah sesuatu yang tidak tergoyahkan di hati seseorang dan bersifat membatasi. Menurut Abu Bakar Jabir al-Jazairy, istilah “aqidah” mengacu pada sejumlah kebenaran yang secara umum dapat diterima manusia berdasarkan akal, wahyu, dan fitrah. Manusia mendefinisikan kebenaran di dalam hati mereka, berpegang bahwa itu benar, pasti ada, dan menolak apapun yang bertentangan dengannya.²³

Tidak ada ayat dalam Al-Qur'an yang menggunakan kata “aqidah” secara harfiah. Namun ada beberapa istilah yang memiliki akar kata yang sama dengan “aqidah”, yaitu “a'qada”, dan istilah tersebut antara lain: aqadat, kata ini

²¹ Kamaluddin, “Pesan Dakwah,” *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* Vol.02 No. (2016), http://jurnal.iain-padangsampung.ac.id/index.php/F/article/view/475/pdf_3.

²² Guesty Tania, “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram,” (*Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019*) (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019), http://repository.radenintan.ac.id/8787/1/SKRIPSI_GUESTY_TANIA.pdf.21-22.

²³ Enang Hidayat, *Pendidikan Agama Islam Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, Dan Akhlak* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). 1-2.

digunakan untuk menyinggung nazar pengabdian, hal ini terdapat dalam QS An-Nisa: 33.

وَلِكُلِّ جَعَلْنَا مَوَالِيَ مِمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ ج وَالَّذِينَ عَقَدَتْ
 أَيْمَانُكُمْ فَأَتَوْهُمْ نَصِيْبُهُمْ ج إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدًا

Artinya : “Bagi tiap-tiap harta peninggalan dari harta yang ditinggalkan ibu bapak dan karib kerabat, kami jadikan pewaris-pewarisnya. Dan (jika ada) orang-orang yang kamu telah bersumpah setia dengan mereka, maka berilah kepada mereka bahagiannya. Sesungguhnya Allah menyaksikan segala sesuatu.” (QS An -Nisa : 33).²⁴

Al-Tuwaijiri menjelaskan bahwa dalam Islam, iman kepada Allah adalah keyakinan utama atau mendasar. Disebut demikian, karena dasar iman terhadap yang lainnya, seperti Alkitab, malaikat, rasul, dan iman di hari akhir. Tanpa percayalah kepada Allah, maka iman terhadap yang lainnya akan berpengaruh juga. Termasuk dalam hal ini iman terhadap zat-Nya, nama-Nya, pekerjaan-Nya, serta janji dan ancaman-Nya.

Di bawah ini dikemukakan masing-masing hikmah rukun iman yang enam sebagaimana dijelaskan Al-Tuwaijiri.²⁵

a) Iman kepada Allah

Jiwa orang beriman harus ditanamkan kecintaan kepada Allah yang tak henti-hentinya mengagungkan, memuji, dan bersyukur kepada-Nya. Juga harus ditanamkan rasa takut hanya kepada-Nya yang tidak henti-hentinya berharap, beribadah, taat, percaya, dan meminta pertolongan-Nya.

b) Iman kepada Malaikat

Tanamkan pada seorang mukmin cinta kepada Allah sebagaimana malaikat tidak pernah kehilangan cintanya kepada-Nya, memuji pencipta-Nya tanpa merasa

²⁴ Safrida dan Dewi Andayani, *Aqidah Dan Etika Dalam Biologi* (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2016). 3.

²⁵ Hidayat, *Pendidikan Agama Islam Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, Dan Akhlak*. 14-15.

malu kepada-Nya, dapat menjadi teladan dalam menaati-Nya, dan tidak pernah melakukan perbuatan maksiat.

c) Iman kepada Kitab

Karena keagungan firman Allah, mengetahui kebaikan syariat-Nya, mengetahui kesempurnaan, dan mengetahui bahwa Dia menurunkan kitab melalui para nabi-Nya sebagai petunjuk dan penerang bagi umat manusia, menanamkan jiwa selalu memuliakan Allah.

d) Iman kepada Rasul

Menanamkan rasa cinta, mengetahui kesempurnaan rahmat Allah, dan pandai bersyukur kepada-Nya karena telah mengutus para Rasul untuk menuntun manusia ke jalan-Nya.

e) Iman kepada Hari Akhir

Menanamkan semangat untuk senantiasa memuji Allah dan mencintai serta berserah diri kepada-Nya, menanamkan rasa takut akan didikan-Nya dan membayangkan seperti apa hari kiamat nanti, mengingat pada umumnya manusia memikirkan-Nya.

f) Iman kepada Qada dan Qadar

Tanamkan jiwa yang selalu tenang dan puas dengan apa yang telah disediakan Tuhan, yang selalu berusaha dan mengalah pada kehidupan dunia, dan percaya bahwa segala sesuatu telah direncanakan untuk kepentingan umat manusia.

Kalau kita perhatikan hikmah rukun iman di atas dapatlah dipahami bahwa iman kepada Allah merupakan dasar seseorang beriman kepada kitab-kitab, hari akhir, rasul-rasul dan qada dan qadar.. Dikatakan demikian, karena rukun iman kepada malaikat dan seterusnya tidak terlepas atau sangat berhubungan dengan iman kepada Allah akibatnya, memiliki iman di dalamnya kepada Tuhan adalah salah satu dari enam rukun iman. ditempatkan di posisi pertama.

2) Akhlak

Meskipun ungkapan “akhlak” berasal dari bahasa Arab, namun masyarakat Indonesia sangat familiar dengan istilah tersebut . Akhlak sama dengan budi pekerti, akhlak, dan budi pekerti dalam bahasa Indonesia. Menurut Hamzah

Ya'qub, akhlak memiliki arti yang sama dengan perangai, tingkah laku, atau watak.²⁶

Tidaklah cukup memahami akhlak hanya melalui bahasa (etimologi); itu juga harus dipahami dalam istilah (*terminologi*). Secara menurut terminologi Ibn Manzur mengatakan bahwa kata “akhlak” berarti “karakter” alamiah. Sementara itu menurut *Ensiklopedia Islam*, Dalam Islam, moralitas adalah karakteristik dari sifat manusia. Setelah itu, ia lahir melakukan sesuatu yang dianggap sederhana dan tidak memerlukan banyak pemikiran atau pertimbangan. Dia melahirkan hal-hal baik dan buruk. Jadi, secara singkat konsep akhlak adalah sistem yang berkaitan dengan tindakan manusia yang dianggap baik atau buruk. Untuk situasi ini, kualitas etis juga terkait erat dengan karakter.²⁷

3) Syariah

Kata “syariah” berarti “jalan lurus yang harus dipatuhi”, atau “jalan keluarnya air untuk diminum”, menurut etimologinya. Aturan-aturan yang Allah ta'ala turunkan kepada nabi-Nya untuk kemaslahatan umat di mana pun dan seterusnya disebut sebagai syariah. Menurut ajaran Islam, syariah adalah bagian dari agama Islam dan ditetapkan oleh Muhammad Daud Ali sebagai standar hidup bagi seluruh umat Islam. Ini juga merupakan cara hidup bagi umat Islam. Sementara itu, Imam Syafi'i menulis dalam bukunya *Ar-Risalah* bahwa syaria'h dan natijah kesimpulan yang diturunkan dari wahyu mengenai perilaku manusia merupakan perbuatan lahiriah yang bersumber dari wahyu.²⁸

4. Media Sosial Instagram

a. Definisi Media Sosial

Istilah “media sosial” dan “media” membentuk istilah “media”. Media mengacu pada sarana komunikasi, sedangkan “sosial” mengacu pada realitas sosial di mana setiap manusia berpartisipasi dalam masyarakat. Media sosial termasuk wiki, blog, dunia maya, jejaring sosial, dan platform online lainnya di mana pengguna dapat dengan mudah berbagi berkolaborasi dengan pengguna lain, dan membuat konten.

²⁶ Suhayib, *Studi Akhlak* (Yogyakarta: Kalimedia, 2016). 1.

²⁷ Hidayat, *Pendidikan Agama Islam Integrasi Nilai-Nilai Aqidah, Syariah, Dan Akhlak*. 76.

²⁸ Sutisna, *Syariah Islamiyah* (Bogot: IPB Press, 2015). 1.

Pengguna dapat berinteraksi, berbagi, dan membangun jaringan yang lebih besar melalui media sosial, yang juga dapat dianggap sebagai cara untuk berkomunikasi secara online. Dengan memanfaatkan aplikasi media sosial, kini seseorang dapat melakukan komunikasi tatap muka secara online seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line, Path, dan media sosial lainnya. Lebih dari sekedar komunikasi dapat dilakukan melalui media sosial ini juga berguna untuk menghibur pengguna, memicu kreativitas, dan berfungsi sebagai sarana komunikasi.²⁹

Media sosial pada dasarnya adalah inovasi terbaru dalam teknologi pengembangan website yang dapat diakses secara online. Setiap orang dapat dengan mudah berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membangun jaringan online untuk menyebarkan konten mereka sendiri berkat ini. situs di mana orang dapat berbicara satu sama lain dengan teman yang mereka kenal baik secara langsung maupun online dikenal sebagai media jejaring sosial.³⁰

b. Sejarah Media Sosial

Meskipun pada tahun 2002, Friendster mendominasi media sosial. Karena merupakan satu-satunya platform media sosial yang tersedia saat itu, banyak platform media sosial baru yang kini hadir, masing-masing dengan fitur dan karakteristiknya sendiri yang berbeda. Penemuan sistem papan buletin pada tahun 1970-an menandai awal sejarah media sosial. Sistem ini memungkinkan untuk mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, menggunakan surat elektronik untuk berkomunikasi dengan orang lain, dan menggunakan saluran telepon yang terhubung ke modem untuk melakukan semua ini.

Situs web GeoCities diluncurkan pada tahun 1995, dan menyediakan web hosting (layanan untuk menyewa penyimpanan data situs web agar situs web dapat diakses dari mana saja). Langkah pertama untuk membangun situs web adalah GeoCities. Dari tahun 1997 hingga 1999 hiburan berbasis web utama muncul, khususnya Classmates.com dan Sixdegree.com Selain itu, jurnal online muncul di situs web

²⁹ Futikhatussalamah, "Analisis Pesan Dakwah Remaja Di Akun Instagram @NUNUZOO Periode Januari 2018 - April 2020" (Skripsi IAIN Purwokerto, 2021), http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9280/2/Futikhatussalamah_Analisis_Pesan_Dakwah_Remaja_Di_Akun_Instagram_%40Nunuzoo_Periode_Januari_2018_-_April_2020.pdf. 26.

³⁰ Ranga Aditya, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru," *Jom FISIP Volume 2 No. 2*, 2015, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880/5750>.

pada tahun itu, khususnya Blogger. Pengguna Blogger dapat memposting apa saja tentang apa saja karena situs memungkinkan mereka membuat halaman mereka sendiri.

Pada tahun 2002, Friendster berkembang menjadi platform media sosial yang berkembang pesat dengan kehadiran yang fenomenal. Sejak itu, sejak banyak platform media sosial telah muncul sejak tahun 2003. yang masing-masing memiliki ciri khas dan keunggulannya masing-masing, antara lain: Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace, Google+, dan lain-lain. alat atau aktivitas pemasaran, seperti aktivasi, dukungan, dan pemeliharaan media sosial. Alhasil, salah satu layanan yang kini disediakan digital agency adalah media sosial.³¹

c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial menonjol dari jenis media lainnya. Hanya media sosial yang memiliki sejumlah keterbatasan dan karakteristik dibandingkan dengan bentuk media lainnya.³² Diantaranya ciri-ciri media sosial, seperti:

- 1) Istilah “*network*” disebut juga “jaringan” dapat diartikan sebagai terminologi bidang teknologi seperti ilmu computer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan computer maupun perangkat keras (*hardware*).
- 2) Identitas didasarkan pada “informasi” di internet. Karena, berbeda dengan bentuk media online lainnya, pengguna media sosial membangun identitas, memproduksi konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi. Padahal, dalam masyarakat informasi, informasi menjadi komoditas. Setiap orang menciptakan, berbagi, dan mengkonsumsi informasi.
- 3) “Archive” diberikan personalitas, menandakan bahwa data telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa saja. Konten media sosial tidak akan hilang begitu saja di penghujung hari, bulan, atau tahun.
- 4) Karakteristik dasar “interaksi” media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Gane dan Beer menyatakan bahwa “interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi”. Kehadiran

³¹ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Masyarakat Di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung* Vol 9 No 1 (2016). 143.

³² Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas,” *EduLib* 8, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>.

teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut digital *technologies have become integral parts of our everyday lives*.

- 5) Peragaan sosial (rekreasi masyarakat) saat bekerja sama dengan klien yang berbeda melalui titik koneksi melalui hiburan berbasis web, klien harus melalui dua keadaan. Pengguna harus terlebih dahulu membuat username dan password untuk mengakses media sosial atau login. Kedua, ketika seseorang menggunakan media sosial, mereka terkadang mengarahkan bagaimana orang tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia maya dengan bersikap terbuka tentang identitasnya sendiri.
- 6) Content from users (konten yang dibuat oleh pengguna). Konten buatan pengguna, lebih dikenal dengan UGC, adalah konten yang dibuat oleh pengguna. Istilah ini menunjukkan bahwa konten media sosial dimiliki sepenuhnya dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
- 7) Diseminasi atau disebut juga dengan “sharing” adalah proses dimana media ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga mendistribusikan dan mengembangkan konten tersebut. Ini menyebar melalui dua saluran berbeda: konten dan perangkat.

5. Instagram

a. Definisi Instagram

Instagram, atau IG seperti yang lebih dikenal adalah bentuk media sosial yang terdiri dari aplikasi yang digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video. Mereka juga dapat menerapkan filter ke foto dan video mereka sebelum membagikannya ke jejaring sosial lainnya. Instagram adalah gabungan dari dua kata, insta dan gram. Fakta bahwa pengguna aplikasi ini berbagi foto dan video secara instan tercermin dari fakta bahwa kata “insta” berasal dari kata “instan”. Sebaliknya, gram berasal dari kata telegram, artinya pengguna aplikasi ini dapat dengan cepat berbagi foto dan video.³³

Instagram adalah aplikasi berbagi foto tempat pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan meninggalkan komentar di

³³ Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Pkun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan,” *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020). 35

foto satu sama lain. Bambang menegaskan, Instagram merupakan aplikasi smartphone yang dibuat khusus untuk media sosial. Instagram adalah salah satu media digital yang memiliki tujuan yang hampir sama dengan Twitter satu-satunya perbedaan adalah mengambil gambar dalam format atau lokasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi satu sama lain.

Karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih bagus, indah, dan artistik, juga dapat menginspirasi penggunanya dan meningkatkan kreativitas. Aplikasi Instagram kini menjadi salah satu media yang bekerja di industri informasi. Media di Instagram telah berkembang pesat di seluruh negeri, dan dapat digunakan untuk komunikasi terkait bisnis, interaksi interpersonal, dan penyebaran informasi yang bermanfaat seperti dakwah.³⁴

b. Fitur-Fitur Instagram

Dalam bukunya, Menurut Atmoko, Instagram memiliki lima menu utama yakni:

- 1) Home page atau beranda, menampilkan foto-foto terbaru dari pengguna lain yang telah diikuti. Dengan hanya menggeser layar dari bawah ke atas, mirip dengan cara mouse komputer menggulir, foto dapat dilihat. Instagram hanya akan menampilkan foto dari baru-baru ini.
- 2) *Comment* Instagram menyediakan fitur komentar. Foto di Instagram bisa dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, lalu tulis kesan Anda tentang foto tersebut pada kotak yang tersedia setelah itu tekan tombol kirim.
- 3) *Explore* merupakan tampilan foto terpopuler yang paling disukai pengguna Instagram. Kedua gambar diunggah oleh pengguna yang telah diikuti atau tidak.
- 4) Profil Instagram pengguna dapat belajar banyak tentang data pengguna dari pengguna lain dan dari pengguna lain. Ikon kartu nama di paling kanan menu utama adalah cara untuk masuk ke halaman profil. Jumlah followers, jumlah foto yang diunggah, dan jumlah foto yang diikuti semuanya ditampilkan oleh fitur ini.

³⁴ Lisa Seri Wahyuni, "Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan," *Jurnal Peurawi* 2, no. 2 (2019), <https://media.neliti.com/media/publications/308793-pesan-pesan-dakwah-akun-instagram-sahaba-3820a0b3.pdf>.

5) *News Feed* adalah fitur yang memungkinkan pengguna melihat notifikasi untuk berbagai tindakan yang diambil oleh pengguna Instagram lainnya. Ada dua jenis tab di umpan berita: “Mengikuti” dan “Baru”. Tab “mengikuti” menampilkan aktivitas terbaru untuk pengguna yang telah diikuti oleh pengguna lain. Tab “berita” menampilkan pemberitahuan terbaru terkait aktivitas pengguna Instagram, seperti komentar, mengikuti, atau foto. Hasilnya, notifikasi ini akan ditampilkan di tab ini.³⁵

6. Respon

a. Pengertian Respon

Respon berasal dari kata *respond* yang berarti menjawab, membalas atau menanggapi (*to treatment*).³⁶ Tanggapan dikategorikan sebagai tanggapan, reaksi, dan tanggapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia.³⁷ Menurut Ahmad Subandi mengungkapkan respon dengan istilah umpan balik (*feedback*) yang memiliki peran penting dalam komunikasi.³⁸

Sedangkan Jalaluluddin Rahmat mengatakan respon adalah kegiatan (kegiatan) organisme yang lebih dari sekedar gerak positif respons dapat berupa aktivitas (kegiatan) apa saja yang dipicu oleh suatu dorongan. Setelah melengkapi informasi, menafsirkan pesan, dan melakukan pengamatan tentang subjek, kejadian, atau hubungan, tanggapan secara umum dapat dipahami sebagai hasil atau kesan.

Di sisi lain menurut Soenarjo dan Djoenarsih, kegiatan komunikasi yang diantisipasi akan menimbulkan hasil atau akibat setelah komunikasi disebut sebagai tanggapan. suatu kegiatan dalam komunikasi yang menghasilkan tanggapan dari komunikasi ke pesan komunikator.³⁹

³⁵ Kurnia, Johan, and Rullyana, “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas.” 6.

³⁶ Staf Bahasa Infra, *Kamus Super Lengkap Bahasa Inggris* (Jakarta: Infra Group, 2013). 177.

³⁷ KBBI, “Arti Kata Respon,” n.d., <https://kbbi.web.id/respons>.

³⁸ Riri Indriantini, “Respon Masyarakat Terhadap Pengajian Hari Selasa,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 3 (2020): 262–82, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i3.1018>. 265.

³⁹ Connie Chairunnisa, “Analisis Respon Mahasiswa Terhadap Mata Kuliah Terintegrasi Islami Kemuhammadiyah dan Penghayatan Terhadap Nilai Agama Islam,” *Faktor: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 4 (2017): 1–108, [http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/391/1/ARTIKEL_JURNAL_FAKTOR\(2017\).pdf](http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/391/1/ARTIKEL_JURNAL_FAKTOR(2017).pdf).

Perbedaan pendapat dari ahli dalam mendefinisikan perbedaan respon antara satu dengan yang lain memiliki perbedaan. Tetapi tidak merubah makna yang dimaksud dari para ahli, yakni memiliki kesamaan pada titik yang sama.

b. Macam-Macam Respon

Secara umum, respons komunikasi adalah kegiatan yang diharapkan menghasilkan akibat, atau efek, setelah komunikasi. suatu kegiatan dalam komunikasi yang menghasilkan tanggapan dari komunikasi komunikator kepada komunikan.

Dalam buku *Psychology of Communication* karya Steven M. Chaffe dijelaskan bahwa ada tiga bagian dari berbagai respon tersebut. yaitu⁴⁰ :

- 1) Respon kognitif : Respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan, kemampuan, dan informasi seseorang tentang sesuatu merupakan tujuan dari respon kognitif. Saat audiens mengalami perubahan, respons ini ikut bermain.
- 2) Respon afektif : Tujuan dari respon afektif adalah untuk bereaksi dengan cara yang berhubungan dengan perasaan, sikap, dan penilaian orang lain dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Ketika perubahan dibuat yang disukai penonton, reaksi ini terjadi.
- 3) Respons psikomotorik : Tujuan respons psikomotorik adalah untuk merespons perilaku, seperti rutinitas atau tindakan.

B. Penelitian Terdahulu

1. Analisis Pesan Dakwah Remaja di Akun Instagram @*nunuzoo* Periode Januari 2018 – April 2020 Di susun oleh Futhikhatussalamah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.⁴¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah pada postingan akun instagram @*nunuzoo*. Metode yang digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi media, Adapun model analisis data berupa Analisis data kualitatif. Jenis data yang dijadikan acuan dalam penelitian ini berupa data primer berupa yang terdiri dari pesan-pesan dakwah pada akun instagram @*nunuzoo* periode Januari 2018 – April 2020 yang berjumlah 31 video. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

⁴⁰ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999). 118.

⁴¹ Futikhatussalamah, “Analisis Pesan Dakwah Remaja Di Akun Instagram @NUNUZOO Periode Januari 2018 - April 2020.”

terdapat pesan berupa pesan dakwah akidah, pesan dakwah syariah, dan pesan dakwah akhlak. Dalam pesan dakwah syariah ditemukan mengenai perintah dan larangan yang diatur dalam Islam. Dalam pesan dakwah akidah terdapat pesan mengenai tauhid dan keimanan, berupa enam rukun iman kepada Allah Swt. Serta dalam pesan dakwah akhlak ditemukan pesan mengenai perilaku antar sesama makhluk sebagai cerminan diri.

Persamaan penelitian yang dilakukan Futhikhatussalamah adalah sama-sama menggunakan media sosial instagram sebagai mediana. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah metode yang digunakan serta akun yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaan lain adalah akun yang diteliti, dalam penelitian ini menggunakan instagram @nunuzoo sedangkan peneliti menggunakan akun instagram @hawaariyyun.

2. Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Vidio Akun Instagram @hijabalila Disusun oleh Nisa Adilah Salmi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.⁴²

Penelitian ini menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Pierce, untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan metode dokumentasi yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Skripsi ini menjelaskan tentang konten foto yang dibagikan akun @hijabalila berupa pesan motivasi yang dikemas dengan visual graphic yang apik agar postingan tersebut menarik masyarakat untuk membacanya. Sedangkan konten video yang dibagikan berupa film pendek berdurasi satu menit yang mempunyai cerita menarik. Video tersebut berisikan cerita ringan dengan adegan adegan kehidupan sehari hari yang dialami masarakat pada umumnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adilah Salmi yaitu sama-sama menggunakan instagram sebagai mediana. Perbedaan dengan peneliti adalah penelitian ini menekankan pada pesan akhlak yang ada di akun instagram @hijabalila. Sedangkan peneliti memfokuskan pada analisis isi pesan dakwah yang terdapat dalam akun instagram @hawaariyyun.

⁴² Nisa Adilah Silmi, "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Vidio Akun Instagram @Hijabalila" (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas.

3. Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram Di susun oleh Di susun oleh Guesty Tania Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.⁴³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah pada postingan akun instagram ustadz hanan attaki. Hasil penelitian ini menghasilkan Secara keseluruhan dilihat dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang ditemukan pada akun instagram ustadz @hanan_attaki dapat digolongkan, yakni: 5 pesan aqidah, 3 pesan syariah, 9 pesan akhlak. Dan yang menjadi pesan dominan dalam unggahan video ustadz Hanan Attaki adalah pesan Akhlak, diantaranya akhlak terhadap sesama, terhadap keluarga, terhadap Allah dan terhadap diri sendiri. Adapun pesan dakwah dengan kategori syariah seperti beribadah kepada Allah dan memohon pertolongan hanya kepada Allah. Pesan dakwah dengan kategori aqidah seperti percaya akan cinta Allah, yakin bahwasanya segala gerak-gerik kita dipantau Allah dan hidup kita sudah diatur oleh Allah.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media sosial instagram sebagai medianya. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah metode yang digunakan serta akun yang diteliti, dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. sedangkan peneliti menggunakan metode analisis isi. Perbedaan lain adalah akun yang diteliti, dalam penelitian ini menggunakan akun instagram hanan attaki sedangkan peneliti menggunakan akun instagram @hawaariyyun.

C. Kerangka Berfikir

Model konseptual hubungan antar variabel penelitian adalah kerangka berpikir. Itu dibangun dari berbagai teori, karya sastra, dan temuan penelitian yang telah dideskripsikan dan dianalisis dengan cermat untuk membangun hubungan antara variabel yang dipelajari.⁴⁴

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kandungan pesan dakwah yang di posting oleh hawariyyun di media sosial. Dakwah disebarkan melalui pemanfaatan media sosial karena sangat efektif dan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Pesan dakwah Hawariyyun mencakup berbagai mata pelajaran, termasuk syariah, akhlak, dan akidah. Kerangka berpikir tersebut dapat digambarkan

⁴³ Tania, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram."

⁴⁴ M. Muchson, *Metode Riset Akuntansi* (Depok: Spasi Media, 2017). 60.

sebagai berikut terkait dengan topik kajian ini, khususnya terkait media sosial instagram menjadi media dakwah hawaariyyun.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

