

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum tentang Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://.id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 04 Januari 2016). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*” (Putri, 2013:14).

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda (Atmoko, 2012:10).

Kevin adalah sarjana lulusan Stanfrod University pada tahun 2006 dengan jurusan Management Science & Engineering. Kevin mulai mengenal *startup* sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu, kevin

bekerja di google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk tim Corporate Development. Setelah keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai *engineering*. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen *FourSquare* (Check in) dengan elemen Mafia Wars. Kemudian lahirlah nama Burn. Kevin kemudian membangun sebuah *prototipe* dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burn, Mike merupakan alumni dari Stanford University dengan jurusan *Symbolic Systems* dengan fokus pada *Human Computer Interaction*. Selama masa kuliah, Mike magang di *Microsoft* untuk tim *Power Point* dan *Foxmarks (Xmarks)* sebagai *Software developer*.

Burbn,Inc. merupakan teknologi *startup* yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan untuk *check in* lokasi, mendapatkan poin untuk *hang out* dengan teman, posting foto, dan update status. Pada mulanya Burbn, inc. Memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 Mobile (*Hiper text markup language 5*), namun kedua CEO (Chief Executive Officer). Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja (Lubis, 2014:51). Dan membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Karena *passion* Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur *photo sharing* dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi *photo sharing* (Atmoko, 2012:7).

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “*right here right now*” dengan ide merekam sesuatu dalam

kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

Kevin dan Mike selama delapan minggu melakukan perbaikan Burn untuk bertransformasi menjadi Instagram (IG) yang hanya fokus ke layanan berbagai foto, dan menganalisis kelebihan dan kekurangannya, dari analisis tersebut, ada tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini. *Pertama*, foto mobile terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan foto mobile tidak memiliki *mood* dan *tone*, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa *preset filter* hanya dengan satu klik. Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek *filter*, pembuatan *filter* ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda. *Kedua*, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (Instagram) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik. *Ketiga*, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat pengalaman mengunggah, berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iPhone terbaru atau yang lama sekalipun. Karakteristik berikutnya adalah menciptakan format tampilan foto. Foto persegi dipilih karena sangat baik ketika ditampilkan dalam format *feed*. Saat pembuatan aplikasi ini, Kevin dan Mike berfokus hanya di iPhone.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data *center* untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunaanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama Twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di *platform IOS*. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, *App Store* telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam *featured*

app, *top free app* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari iPhone, iPad touch dan iPad.

Instagram menjadi layanan *photo sharing* yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena *platform* buatan Google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke *platform* buatan Google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada *platform* di Android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan *photo sharing* dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 Mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah *booming* kehadirannya di Android, perusahaan ini diakuisi oleh Facebook (Atmoko, 2012: 12).

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 *filter* foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna *Smartphone* menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat (Atmoko, 2012, 13).

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur *hashtag* atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram

mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan *Flickr* yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang *live filter*, *instan tilt shift* dan resolusi tinggi.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

a) Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b) Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

c) Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d) Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e) News Feed

New feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di unggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu :

1. Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2. Hashtag

Hashtag adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan *photo sharing*, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut :

a. Follow

follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

4. Langkah-langkah Membuat Instagram

Langkah-langkah membuat Instagram di android sebagai berikut :

1) Instalasi

Proses pertama kali yang dilakukan ketika memakai Instagram adalah menginstalnya di ponsel, yaitu buka App Store untuk iPhone dan Play Store untuk Android dan mengunduhnya di memory sehingga aplikasinya terinstal.

2) Registrasi

Regristasi sangat penting dalam menggunakan Instagram, karena registasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna Instagram, berikut cara regristrasi Instagram :

a. Jalankan aplikasi Instagram

Terdapat dua menu pilihan, yaitu “Sign Up” untuk mendaftar dan “Log in” jika telah memiliki akun. Tekan tombol Sign Up untuk melakukan registrasi.

b. Masuk ke halaman Sign Up

Masuk ke halaman Sign Up isi data-data yang diperlukan. Hanya tiga hal yang wajib di isi yaitu email, username dan password.

c. Set Profile Picture

Set Profil picture untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, mengambil dari gambar yang sudah ada di memory

d. Tekan tombol sign up untuk mendaftar

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Islam adalah *rahmatan lil ‘alamin* agama yang berisi petunjuk-petunjuk agar menjadi manusia yang lebih baik, beradab dan berkualitas. Dan selalu berbuat baik

kepada sesama maupun makhluk lainnya sehingga mampu membangun kehidupan yang lebih maju, dalam kehidupan yang adil, bebas dari ancaman, penindasan dan berbagai kekhawatiran. Dalam mencapai yang diinginkan diperlukan yang namanya dakwah. Karena dengan masuknya Islam dalam sejarah umat manusia, agama Islam mencoba meyakinkan umat manusia tentang kebenaran dan menyeru manusia agar menjadi penganutnya. (Aziz, 2004 ; 1).

Dakwah merupakan senjata yang digunakan oleh para nabi dan rasul dalam mengembangkan ajaran agama Islam ditengah masyarakat. Dakwah berasal dari bahasa arab yang merupakan masdar dari *fi'il* (kata kerja) *da'a, yad'u, da'watan* yang mempunyai arti ajakan, menyeru, memanggil. Orang yang melakukannya disebut *da'i*. Dakwah merupakan suatu proses untuk mendorong manusia agar memahami dan mengamalkan suatu keyakinan tertentu.

Sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S. Yunus 25

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya:“Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)” (Depag RI, 2006 : 63).

Dalam konteks lain berarti permohonan atau do'a. pengertian ini dapat di jumpai dalam firman Allah SWT pada Q.S. Al-Baqarah ayat 186;

أَجِيبْ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۖ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

Artinya:“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, Maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran” (Depag RI, 2006 : 63).

Jadi, secara etimologis dakwah mempunyai makna yang luas dan netral, arti dakwah adalah menyeru atau mengajak orang kepada kebaikan, tetapi juga bisa mengajak kepada keburukan. Namun sebagaimana dalam konsep Islam, dakwah di sini mengandung pengertian menyeru atau mengajak ke jalan kebaikan, sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam.

Warson Munawir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), meyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*). Orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut da'i (orang yang menyeru). Tetapi karena perintah memanggil atau menyeru adalah suatu proses penyampaian (*tablig*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah mubaligh yang artinya penyampai atau penyeru (Munir, 2009: 2).

Sedangkan menurut istilah (Terminologi) definisi mengenai dakwah, telah banyak dibuat para ahli, dimana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi, walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikatnya sama.

Toha Yahya Omar seperti dikutip Amin mengatakan bahwa dakwah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat (Amin, 2009: 3). Sedangkan Ibnu Tamiyah seperti dikutip Ilyas Supena mengartikan dakwah sebagai proses usaha untuk mengajak masyarakat (*mad'u*) untuk beriman kepada Allah dan rasulnya. Sementara itu, Abdul Munir Mulkam mengartikan dakwah sebagai usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat. Menurut Asmuni Syukir istilah dakwah itu dapat diarahkan dari dua segi atau dua sudut pandang, yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan pengembangan. Pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia yang hidup bahagia didunia maupun di akherat. Sedang pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha mengajak umat manusia yang belum beriman kepada Allah agar memenuhi syariat Islam (memeluk agama Islam) supaya nantinya dapat hidup bahagia dan sejahtera didunia maupun diakhirat. (Syukir, 1983 : 20).

Dari sekian definisi dakwah dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran agama Islam di dalam kehidupan sehari-hari. Pada hakikatnya dakwah harus mencakup tiga fase pelaksanaan dakwah, yaitu penyampaian, pembentukan dan pembinaan (Mubarok, 2006: 7).

2. Dasar Hukum Dakwah

Dalam Al Qur'an terdapat banyak ayat yang menunjukkan suatu kewajiban melaksanakan dakwah antara lain :

1. Surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Depag RI, 2006 : 282).

Ayat diatas disamping memerintahkan kaum muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya yakni dengan cara yang baik yang sesuai dengan petunjuk agama.

2. Surat Ali- Imran ayat 104

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

Artinya: “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” (Depag RI, 2006 : 63).

3. Surat Ali-Imran ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ
وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya:“kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik” (Depag RI, 2006 : 65).

Pada ayat diatas ditegaskan bahwa umat Muhammad (umat Islam) adalah umat yang terbaik dibandingkan dengan umat-umat sebelumnya. kelebihan diatas disebabkan umat Islam memiliki 3 ciri sekaligus, yaitu :

- a) Amar ma'ruf (mengajak kepada kebaikan)
- b) Nahi munkar (mencegah kemungkaran)
- c) Beriman kepada Allah untuk landasan utama bagi segalanya.

Sedangkan dasar kewajiban dakwah dalam hadist adalah Nabi Muhammad bersabda :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ أَلْيَمَانٍ

Artinya :“Barangsiapa diantara kamu melihat kemungkaran maka hendaklah ia merebah dengan tangannya, jika tidak kuasa maka dengan lisannya, jika tidak kuasa dengan lisannya maka dengan hatinya, yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman”. (HR. Muslim) (Natsir, 1981:112-113).

Keterangan yang dapat diambil dari pengertian ayat dan hadist Nabi diatas adalah bahwa kewajiban berdakwah itu merupakan tanggung jawab dan tugas setiap muslim di manapun dan kapanpun muslim berada. Kewajiban berdakwah bukan hanya kewajiban para ulama, tetapi merupakan kewajiban setiap insan muslim dan muslimat tanpa terkecuali baik laki-laki ataupun perempuan.

Hadist di atas menunjukkan bahwa perintah kepada umat Islam untuk melakukan dakwah namun, sesuai dengan kemampuan masing-masing. Apabila seorang muslim mempunyai kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu Allah memerintahkan untuk melakukan dakwah. Namun apabila hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisan itu melakukan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk berdakwah dengan hati, apabila dengan lisan tidak mampu. Bahkan dalam hadist Nabi disebutkan yang artinya “Sampaikan dariku walaupun hanya satu ayat (HR.Al Bukhori) (Amin, 2013:54).

3. Tujuan Dakwah

Setiap orang mengerjakan sesuatu haruslah mengetahui tujuan yang hendak dicapai. Demikianlah da'i harus pula mengerti dengan jelas tentang tujuan dakwahnya. Pengertian akan tujuan itulah yang akan menjadi sasaran dan menjadi pengarah dari pada tindakan (abdullah, 1989: 153). Proses penyelenggaraan dakwah

terdiri dari berbagai aktivitas dalam rangka mencapai nilai tertentu. Nilai tertentu yang diharapkan dapat dicapai dan diperoleh dengan jalan melakukan penyelenggaraan dakwah disebut tujuan dakwah. Setiap penyelenggaraan dakwah harus mempunyai tujuan, tanpa adanya tujuan tertentu yang harus diwujudkan, maka penyelenggaraan dakwah tidak mempunyai arti apa-apa, bahkan hanya merupakan pekerjaan sia-sia.

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Apalagi ditinjau dari segi pendekatan sistem (sistem *approach*), tujuan dakwah merupakan salah satu unsur dakwah. Dimana antara unsur dakwah yang satu dengan yang lain saling membantu, saling mempengaruhi dan saling berhubungan. Dengan demikian tujuan dakwah sebagai bagian dari seluruh aktivitas dakwah sama pentingnya dengan unsur-unsur lain, seperti subjek dan objek dakwah, metode dan sebagainya. Bahkan lebih dari itu tujuan dakwah sangat menentukan dan berpengaruh terhadap penggunaan metode dan media dakwah, sasaran dakwah sekaligus strategi dakwah. Ini disebabkan karena tujuan dakwah merupakan arah gerak yang hendak dituju seluruh aktivitas dakwah (Amin, 2013:60).

Tujuan dakwah adalah mewujudkan masyarakat Islam yang merealisasikan ajaran agama Islam secara komprehensif dengan cara yang benar dalam menghadapi tantangan zaman. Sebagaimana dalam firman Allah dalam surat Al-Baqoroh: 208 yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu turuti langkah-langkah syetan” (Q.S Al Baqoroh : 208). Menurut ayat ini, dakwah bertujuan mewujudkan masyarakat Islam yang berserah diri kepada Allah dalam segala aspek kehidupan manusia dengan sepenuh jiwa, jadi dakwah berusaha mewujudkan masyarakat beriman (mu'min) secara utuh dan sempurna, bukan masyarakat mu'min yang setengah-setengah atau masyarakat munafiq (Supena, 2004:111-112).

Secara umum tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang diridhoi oleh Allah. Adapun tujuan dakwah, pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua macam tujuan, yaitu :

a). Tujuan umum dakwah (*Mayor Objective*)

Tujuan umum dakwah merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Merupakan tujuan dakwah yang masih bersifat umum dan utama.

b). Tujuan khusus dakwah (*Minor Objective*)

Tujuan dakwah khusus merupakan perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksud agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dapat jelas diketahui ke mana arahnya, jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana dan sebagainya secara terperinci.

Tujuan khusus dakwah sebagai terjemahan dari tujuan umum dakwah dapat disebutkan antara lain (Amin, 2013:62-64):

1. Mengajak umat manusia yang telah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah.
2. Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih mualaf.
3. Mengajak manusia agama beriman kepada Allah (memeluk agama Islam).
4. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

4. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah adalah suatu proses upaya mengubah situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Al Islam dan proses tersebut membutuhkan unsur-unsur dakwah untuk mendapatkan hasil yang maksimal (Aziz, 2004: 75-79). Adapun unsur-unsur dakwah sebagai berikut :

a) Subjek dakwah

Subjek dakwah adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah disebut dengan da'i atau komunikator. Subjek dakwah sangatlah menentukan keberhasilan aktifitas dakwah, maka hendaklah seorang da'i mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Subjek dakwah dapat berupa individu ataupun berupa lembaga-lembaga dakwah (Amin, 2009:13).

b) Objek dakwah

Objek dakwah atau yang disebut juga dengan mad'u atau komunikan (Aziz, 2004:90). Objek dakwah adalah sasaran yang dituju oleh suatu kegiatan dakwah. Manusia adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidaknya

tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam, oleh karena itu objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga objek dakwah ini akan senantiasa mendapatkan perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksana dakwah sesuai dengan sabda Nabi :

خَا طِبُّوا النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ (رواه مسلم)

Artinya:“Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kemampuan akalnya” (HR.Muslim) (Pimay,2005:11).

Mad’u atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia baik laki-laki maupun perempuan, tua muda, miskin atau kaya, kesemuanya menjadi objek dari kegiatan dakwah Islam, semua berhak menerima ajaran atau seruan kepada Allah. Dari hadist diatas jelas bahwa berdakwah harus memperhatikan kondisi objek dakwah agar bisa tercapai tujuan dakwah yang diharapkan.

c) Materi dakwah

Materi dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan da’i pada mad’u dalam kegiatan dakwah menuju tercapainya tujuan dakwah. Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Materi dakwah merupakan semua ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan As-sunnah yang dibawa oleh Rosulullah Saw untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia yang berada di muka bumi ini.

Materi dakwah menurut Asmuni Syukir dalam bukunya dasar-dasar strategi Islam terbagi menjadi tiga golongan. (Syukir, 1983: 60-64), diantaranya adalah Akidah, akhlak, syariah, akan tetapi dalam penelitian ini penulis akan meneliti empat materi dakwah, diantaranya adalah:

1. Akidah

Akidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Akidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Tauhid adalah suatu kepercayaan kepada Allah. Akidah dalam Islam adalah bersifat i’riqod bathiniyah yang mencangkup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Di dalam bidang akidah ini bukan hanya pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang yang wajib diimani akan tetapidakwah meliputi masalah-masalah yang dilarang, seperti syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Akidah merupakan dasar bagi kehidupan setiap Muslim. Pokok keimanan inilah yang menjadi akidah Islamiyah. Oleh karena itu penanaman

dan pembinaan keimanan bagi penerima dakwah perlu terus dilakukan. Baik kepada umat yang masih lemah imannya maupun kepada umat Muslim yang telah kuat imannya.

2. Akhlak

Akhlakul karimah adalah akhlak yang mulia yang dibarengi dengan perbuatan baik dan terpuji. Ajaran akhlak atau budi pekerti dalam Islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting untuk disampaikan kepada masyarakat penerima dakwah, Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik dan keyakinan agama yang kuat maka Islam membendung terjadinya dekadensi moral (Amin, 2013:92-93).

3. Sosial

Sosial, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadist.

4. Amar ma'ruf

Amar = menyuruh, *ma'ruf* = kebaikan. Sedangkan *ma'ruf* mencakup segala sesuatu yang diperintahkan (Darwis, 1996: 5). Jadi Amar ma'ruf, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh sa'adah fi ad-darain (kebahagiaan di dunia dan akhirat).

Menurut Barmawi Umari, materi dakwah Islam antara lain :

- 1). Akidah, menyebarkan dan menanamkan akidah Islamiyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segalanya terperinci.
- 2). Akhlak, menerangkan *akhlak mahmudah* dan *akhlak madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah.
- 3). Ahkam, menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal ibadah, *al-ahwal as-syahsiyah*, muamalat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.
- 4). Ukhuwah, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganut sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
- 5). Pendidikan, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktikkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam di masa sekarang.
- 6). Sosial, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadist.

- 7). Kebudayaan, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu.
- 8). Kemasyarakatan, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.
- 9). Amar ma'ruf, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh sa'adah fi ad-darain (kebahagiaan di dunia dan akhirat)
- 10). Nahi munkar, melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat.

d) Media dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu "*median*" yang merupakan bentuk jamak dari *medium* secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera, pesan yang diterima oleh panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia, untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan (Cangara, 2002:131).

Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa arab "da'wah" yang berarti mengajak, menyeru, dan memanggil. Jadi bisa disimpulkan, media (wasilah) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah (Aziz, 2004:120).

Media dakwah adalah alat yang dipakai sebagai perantara untuk melakukan kegiatan materi dakwah (Bachtiar, 1997:35). Dari segi penyampaian pesan, media dakwah digolongkan menjadi tiga, yaitu : media lisan, media tulisan dan media audio visual.

Dakwah dihadapkan pada perkembangan zaman dan kemajuan teknologi komunikasi. Artinya dakwah dituntut untuk sesuai dengan mad'u sehingga efektif dan efisien. Dalam perkembangan selanjutnya terdapat media dakwah yang lebih

efektif ada yang berupa media visual, audio, audio visual, buku-buku, koran, radio, televisi, drama dan sebagainya. Kemudian berkembang pula menggunakan media dakwah melalui pemenuhan kebutuhan pokok manusia, seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan dan sebagainya (Pimay, 2006:36).

Ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam rangka menentukan media dakwah yang tepat dalam suatu aktivitas dakwah, prinsip-prinsip tersebut adalah :

1. Tidak ada satupun media yang paling baik
2. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai
3. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwah
4. Media yang dipilih sesuai dengan sasaran dakwah
5. Pemilihan dakwah dengan cara objektif
6. Efektifitas dan efisiensi harus diperhatikan (Syukir, 1987:166).

Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah, media dakwah dibagi menjadi dua, yaitu media massa dan non media massa. Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi :

a. Media Visual

Media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan. Perangkat media visual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah adalah film slide, transparansi, overhead proyektor (OPH), gambar, foto, dan lain sebagainya.

1. Film slide

Media film slide berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan, pengoperasian film slide melalui proyektor film slide yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen (layar).

2. Gambar dan foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimana-mana, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik. Dalam perkembangannya, gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai

media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah, seorang da'i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien.

b. Media Audio

Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran. Contoh: radio, tipe recorder.

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar (visual) dan suara (audio) secara bersamaan. Contoh : film, seni drama, tv.

d. Media Cetak

Media cetak (*printed publication*) adalah media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media yang sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana. Adapun yang termasuk dalam media cetak antara lain buku, surat kabar, majalah, buletin, brosur dan lain-lain.

Jadi media yang digunakan Instagram adalah media audio visual karena dalam materi dakwah di Instagram harus disertai dengan gambar (foto) ataupun video yang disertai dengan tulisan.

e) Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara atau jalan yang dipergunakan oleh da'i untuk menyampaikan materi dakwah agar mencapai tujuan dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan dakwah mudah diterima. Cukup banyak metode atau strategi yang telah dipraktikkan oleh para da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya, seperti ceramah, tausiyah, nasihat, diskusi, bimbingan keagamaan, uswah dan qudwahhasanah, dan lain sebagainya (Amin, 2009:13).

Metode adalah cara yang ditempuh oleh para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya sehingga sudah barang tentu diperlukan cara-cara tertentu

untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien. Setiap usaha dakwah harus dapat melihat dan menentukan macam metode yang akan digunakan.

Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sebagaimana terdapat Al Qur'an dan hadist yang ada pada surat An-Nahl ayat 125 sebagai mana artinya. "*Ajaklah ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, dan nasihat-nasihat yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik*". Pada ayat tersebut terdapat metode yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah :

a. Bil Hikmah

Hikmah adalah *al adl* (adil), *al haq* (kebenaran), *al hilm* (ketabahan), *al ilm* (pengetahuan), dan *an nubuwwah* (kenabian). Sedangkan hikmah secara istilah adalah metode dakwah yang menggunakan perkataan atau perbuatan, dan mengetahui mana yang baik dan buruk serta mengamalkannya serta wara' dalam agama Allah.

b. Mau'izhah Hasanah

Mau'izhah hasanah terdiri dari dua kata, yakni mau'izhah dan hasanah. Kata mau'izhah berasal dari kata wa'adza ya'idzu wa'dzan idzatan yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara hasanah adalah kebaikan (Munir, 2009:15). Sedangkan secara istilah adalah memberikan nasihat-nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, dan memberikan manfaat bagi orang lain.

c. Mujaddalah

Mujadalah berasal dari kata *jadala* yang berarti memintal, melilit dan *jaa dala* berarti berdebat atau perdebatan. Mujaddala adalah metode dakwah dengan berdiskusi dengan cara yang baik, sopan santun dan lemah lembut.

Disamping metode-metode yang dikemukakan diatas, Dzikron Abdullah mengemukakan atau mengelompokkan macam-macam metode dakwah dalam delapan metode, yaitu: (Abdullah, 1993: 233).

1. Metode ceramah

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan untuk menyampaikan dakwah kepada mad'u dengan menggunakan lisan atau dakwah bil lisan yang dimana metode dakwahnya dengan khutbah, berpidato (retorika), sambutan dan mengajar. Biasanya metode dakwah ceramah dibarengi dengan metode tanya jawab dan diskusi.

2. Metode tanya jawab

Metode tanya jawab adalah dakwah yang dilakukan menggunakan tanya jawab dalam menyampaikan materi dakwah atau mendorong para mad'u untuk bertanya dalam suatu masalah yang belum dikuasai oleh para mad'u. Metode tanya jawab ini dibarengi dengan metode ceramah agar dakwahnya dapat tersampaikan ke mad'u.

3. Metode diskusi

Metode diskusi adalah dakwah yang menggunakan pikiran atau gagasan dalam membahas masalah materi dakwah tertentu untuk mendapatkan suatu kebenaran dalam masalah tersebut.

4. Metode di'ayah

Metode di'ayah adalah dakwah yang dilakukan dengan menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi, dan dilakukan melalui berbagai macam media, visual ataupun media audio visual dengan melakukan kegiatan pengajian akbar, maupun pamflet agar ma'u lebih mencintai, membela dan memperjuangkan agama Islam dalam kehidupan masyarakat.

5. Metode keteladanan

Metode keteladanan atau demonstrasi adalah dakwah yang menggunakan keteladanan langsung berupa akhlak, cara bergaul, beribadah, berumah tangga dan segala aspek kehidupan manusia agar mad'u tertarik untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh da'i tersebut.

6. Metode drama

Metode drama adalah dakwah yang menggunakan materi dakwah dengan menunjukkan suatu drama yang dimaikan oleh para da'i yang berprofesi sebagai seniman. Metode dakwah ini melalui film, radio, televisi, dan teater.

7. Metode silaturahmi

Metode silaturahmi adalah dakwah yang menggunakan kunjungan ke orang tertentu untuk menyampaikan isi dakwah kepada mad'u. Dan biasanya metode silaturahmi ini digunakan untuk menjenguk orang sakit, dan ta'ziah.

C. Imagologi

Di era informasi dan digital dewasa ini hampir tidak ada bidang kehidupan (sosial, politik, ekonomi, budaya) yang bisa berlangsung tanpa teknologi informasi.

Perkembangan teknologi informasi baik disadari ataupun tidak telah mengkondisikan masyarakat modern untuk hidup di dalam dunia yang didominasi dengan unsur image (citraan), khususnya apa yang disebut dengan citra visual (*visual image*) yang telah merubah cara komunikasi, interaksi.

Imagologi berasal dari kata *imago* yang artinya imaji atau citra dan *logos* adalah ilmu atau kebenaran. Imagologi adalah suatu istilah yang digunakan di dalam masyarakat informasi yang menjelaskan ilmu tentang citra atau imaji serta peran teknologi informasi dalam membentuk citra tersebut (Piliang, 2003:150).

Sedangkan menurut Muhammad Sulthon dalam bukunya, menjelaskan imagologi yang dikenal dengan istilah imajinasi. Dalam bahasa Inggris disebut juga *imagine*, *imaginary*, *imagery*, *image* dan *imagination*, *imagine* mempunyai arti yaitu membentuk sebuah kesan dalam pikiran tentang suatu objek atau membayangkan sesuatu yang ada kemungkinan yang akan terjadi. *Imaginary* sama arti dengan kata “khayal” yaitu kata sifat yang menunjukkan suatu yang hanya ada dalam pikiran dan tidak ada dalam kenyataan. Sedangkan bahasa imajinatif yang memproduksi gambar ke dalam pikiran seseorang yang membaca ataupun yang mendengarkan, yang disebut dengan *Imagery* yakni “perumpamaan”, *image* adalah kesan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain baik dalam sebuah organisasi ataupun produk kepada masyarakat. Sedangkan yang menciptakan kesan atau gambaran dalam mental adalah *imagination* (Sulthon, 2002:59-60).

D. Instagram Sebagai Media Dakwah

Internet saat ini telah berkembang sedemikian rupa menjadi teknologi yang mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, realitas ini bukan mistik atau khayalan tetapi benar-benar realistik. Realistik ini bukanlah sebuah perpindahan secara fisik seseorang ke dalam internet (Bugin, 2006).

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba murah, cepat, tepat, akurat. Teknologi komunikasi muktahir telah menciptakan apa yang disebut “publik dunia”. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkatkan pula kecemasan tentang efek media massa terhadap masyarakat (khalayak). Di era globalisasi saat ini media massa mempunyai peranan penting dalam membentuk pola hidup masyarakat. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Di tengah masih maraknya keberadaan media-media konvensional seperti televisi, koran maupun radio kini masyarakat berada ditengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online, dengan

para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Keunggulan dari media-media sosial adalah tingkat interaksi yang tinggi antar pengguna yang saling memiliki koneksi, dimana pengguna bisa saling mengirim komentar terhadap posting milik temannya atau langsung chatting serta mengirim pesan seperti email.

Penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan dapat mengubah ragam interaksi masyarakat secara signifikan. Anggapan bahwa internet dan teknologi-teknologi interaktif pada umumnya telah menanamkan masyarakat yang begitu substansional dalam keberadaan individu sehari-hari yang hidup di masyarakat (Holmes, 2012:107). Al Qur'an yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah, alam, hari akhir atau nilai keabadian. Al Qur'an merupakan sumber informasi Tuhan kepada umat manusia, oleh karena itu, sudah selayaknya umat Islam memiliki tugas menginformasikan pesan-pesan di dalam Al Qur'an kepada seluruh manusia agar menerima pesan-pesan atau informasi Tuhan tersebut dengan menggunakan media komunikasi yang ada.

Perkembangan dunia komunikasi dan informasi melalui alat-alat teknologi modern dewasa ini, harus diantisipasi untuk keperluan menyebarkan informasi ke Al Qur'anan atau keislaman, sehingga dengan demikian pesan-pesan Islam dapat diterima dengan mudah melalui alat-alat komunikasi modern (Amin, 2013:1). Pada hakekatnya dakwah Islam merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Dakwah tidak hanya merupakan usaha menyampaikan saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking, way of feeling dan way of life* manusia sebagai sasaran dakwah ke arah kualitas kehidupan yang baik (Amin, 2009:6). Dalam menyampaikan pesan-pesan agama, seorang juru dakwah tidak harus lagi menghadirkan masyarakat sasaran duduk di depan mata. Melalui media internet dapat menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial khususnya Instagram.

Instagram adalah aplikasi baru yang banyak dikenal oleh semua orang diseluruh dunia. Yang dimana Instagram hanya bisa memposting tulisan yang disertai foto. Dengan adanya Instagram dakwah tidak hanya melulu tulisan namun juga bisa dengan gambar yang berisikan dalil atau foto yang dijadikan media dakwah, yang menjadikan masyarakat khususnya pengguna Instagram yang tertarik untuk melihatnya ataupun mengikutinya. Kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media. Melalui media

instagram, dakwah Islam memiliki berbagai kemudahan. Instagram memiliki berbagai kemudahan dalam menyampaikan dakwah Islam dalam bentuk gambar atau tulisan, dan memberi kemudahan kepada *followers* untuk berkomentar dan bertanya melalui kajian yang diposting. Sebagai ajang silaturahmi, peluang bisnis dan mencari informasi dan ilmu pengetahuan.

Banyak situs dakwah yang bisa diakses umat guna mendapatkan informasi tentang keislaman maupun di bidang dakwah, salah satunya adalah Teladan Rasul, Berani Berhijrah. Situs ini menyediakan berbagai materi pokok tentang keislaman, baik dari masalah yang kecil sampai dengan permasalahan kontemporer saat ini. Sekarang ini banyak para da'i yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, agar dakwahnya bisa menjangkau keseluruhan belahan dunia. Banyak para pengguna Instagram baik masyarakat umum ataupun para da'i kondang yang menggunakan dakwah sebagai media dakwah, salah satu da'i yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah adalah Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Aa Gym, Ustadz Arifin Ilham, Ustadz Felix Siau. Adapun contoh materi dakwahnya sebagai berikut :

1. Ustadz Yusuf mansur

- a. Biografi

Yusuf Mansur adalah pengasuh pondok pesantren Daarul Qur'an Ketapang, Cipondoh, Tangerang dan pengajian wisata hati. Di lahirkan di Jakarta, 19 Desember 1976 adalah seorang tokoh pendakwah, penulis buku dan pengusaha dari betawi, dan merupakan anak dari pasangan Abdurrahman Mimbar dan Humrifiah. Yusuf Mansur menempuh pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Chairiyah Mansuriyah Jembatan lima, Tambora Jakarta Barat yang didirikan oleh kakeknya, KH. Muhammad Mansur. Setelah lulus MI (Madrasah Ibtidaiyah) ustadz yusuf mansur melanjutkan ke MTs (Madrasah Tsanawiyah) Chairiyah Mansuriyah, yaitu lembaga pendidikan yang dikelola oleh keluarganya, KH.Ahmad Muhammad. Dan Ustadz Yusuf Mansur adalah siswa paling muda usianya dibandingkan dengan teman-temannya yang lain. Karena di usianya 14 tahun, Ustadz Yusuf Mansur lulus dari MTs (Madrasah Tsanawiyah) Chairiyah Mansuriyah pada tahun 1988/1989 sebagai siswa terbaik dari MTs (Madrasah Tsanawiyah) Chairiyah Mansuriyah, kemudian Ustad Yusuf Mansur melanjutkan pendidikan ke MA (Madrasah Aliyah) Negeri 1 Grogol, sebagai lulusan terbaik. Lulusan MAN (Madrasah Aliyah) Negeri 1 Grogol, Jakarta Barat, tahun 1992 ini

pernah kuliah di Fakultas Hukum, jurusan Syari'ah di IAIN Sarif Hidayatullah Jakarta.

b. Contoh muatan dakwah

Materi dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Yusuf Mansur mengenai akidah yakni tentang ketuhanan, “ Al Mulk adalah surah yang bisa menghalangi kita dari siksa kubur, biasain dah baca Al mulk ini. apalagi disebut dalam hadist ini, bahwa siapa yang baca Al Mulk bakalan dikasih kebaikan. Di dalam surah Ar Rahman kan ada tuh ayat haljaza-ul ihsaan illal ihsaan ? balasan bagi yang berbuat baik adalah kebaikan. Nah di hadist ini disebut, kalau baca Al Mulk dianggap melakukan banyak kebaikan, maka lalu balasannya ? ya kebaikan lagi ? siapa yang balas ? Allah. Sebagai contoh ketika kita dibales kebaikan oleh orang, sudah girang banget, apalagi kebaikan itu datang saat kita lagi butuh banget kebaikan itu. Sekarang kita pikirkan kesusahan apa di dalam kubur kita itu ? tentunya butuh banget kebaikan Allah, juga di negeri akhirat nanti”.

2. Ustadz Felix Siau

a. Biografi

Felix siau lahir pada tanggal 31 Januari 1984 di Palembang, beliau lahir dan tumbuh di lingkungan non muslim. Felix mulai mengenal Islam dan menjadi muallaf pada tahun 2002 saat masih kuliah bertemu seorang aktivis muda di Institut Pertanian Bogor semester tiga. Pada tahun 2006 menikah dan mempunyai empat anak. Dan sekarang Felix Siau menjadi seorang Ustadz dari etnis Tionghoa.

b. Contoh muatan dakwah

“Sesungguhnya Allah tidak melihat kepada bentuk, rupa dan harta benda kalian, tetapi Allah memperhatikan hati dan amal-amal kalian”. Dalam hadist ini Rasulullah ingin memberikan standar penilaian kemuliaan seorang hamba di sisi Allah. Sekaligus meluruskan pandangan sebagai manusia yang shaleh dalam penilaian tersebut. kemuliaan seseorang dipandang Allah bukan hanya dilihat dari sisi lahirnya saja seperti rupa cantik dan tampan, harta yang melimpah, keturunan yang baik, akan tetapi Allah hanya melihat amal hati seperti keikhlasan, rasa khauf dan ketundukan dan juga amal anggota badan seperti sholat, puasa. Berapa banyak dari manusia yang memiliki banyak harta, mempunyai kecantikan dan rupa dan jabatan yang tinggi, akan tetapi hatinya kosong dari ketaqwaan dan

keikhlasan serta tidak memiliki amal sholeh, dan sebaliknya beberapa manusia miskin, hidup seadanya, rupa tidak bisa diandalkan, namun di sisi Allah mempunyai nilai dan posisi yang tinggi lagi mulia. Allah berfirman : “Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Allah diantara kalian adalah yang paling bertaqwa (QS.Al Hujarat:13)”.

3. Ustadz Aa gym

a. Biografi

K.H. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) lahir di Bandung, pada 29 Januari 1962. Ustadz Aa Gym adalah putra tertua dari empat bersaudara dari pasangan Letnal Kolonel (Letkol) H. Engkus Kuswara dan Ny.Hj. Yeti Rohayati. Ustadz Aa Gym mendirikan pesantren Daarut Tauhid. Ustadz Aa Gym menempuh pendidikan SD Negeri, SMP Negeri, SMA Negeri 5 di Bandung. Dan sempat melanjutkan pendidikan di PAAP Unpad dan di Universitas Jendral Ahmad Yani (Unjani) di Unjani meraih gelar Bachelor of Electrical Engineering.

b. Contoh muatan dakwah

Arti dzikir secara luas adalah mengingat. Sebagai hamba Allah berdzikir di haruskan dalam setiap muslim, karena jika seseorang mengingat Allah maka Allah akan melindungi dan memberi apa yang hambanya butuhkan. Ketika seorang hamba dilanda stres dan galau maka segeralah mengingat Allah, sebagaimana isi penggalan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Aa Gym.

“Allah Ta’ala berfirman :

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ ۗ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴿٢٨﴾

yaitu orang-orang yang beriman dan hati mereka manjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram (QS.Ar – Rad : 28). Artinya dengan berdzikir kepada Allah Ta’ala segala kegalauan dan kegundahan dalam hati mereka akan hilang dan berganti dengan ketenangan, kegembiraan dan kesenangan”.

4. Ustadz Arifin Ilham

a. Biografi

K.H. Muhammad Arifin Ilham lahir di Banjarmasin, 8 Juni 1969 adalah seorang pendakwah atau da’i. Ustadz Arifin Ilham mendirikan majelis taklim bernama “Adz Dzikra” pada tahun 2000. Ustadz Arifin Ilham adalah anak kedua

dari lima bersaudara, dan ustadz Arifin Ilham satu-satunya anak laki-laki. Ayah dari ustadz Arifin Ilham masih keturunan ketujuh Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjari, ulama besar di Kalimantan, sementara ibunya Hj. Nurhayati kelahiran Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Saat berusia lima tahun, Ustadz Arifin Ilham dimasukkan oleh ibunya ke Taman Kanak-kanak (TK) Aisyiah dan setelah lulus dari TK, Ustadz Arifin Ilham melanjutkan pendidikannya di Sekolah Dasar (SD) Muhammadiyah yang tidak jauh dari rumahnya di Banjarmasin. Ustadz Arifin Ilham menempuh pendidikan di SD Muhammadiyah hanya sampai kelas 3, karena berkelahi melawan teman sekelasnya, agar tidak berkelahi lagi, oleh ayahnya Arifin Ilham kemudian dipindahkan ke SD Rajawali. Pada tahun 1983-1987 Ustadz Arifin Ilham melanjutkan pendidikannya di Ponpes Daarul Najah, setelah lulus dari Ponpes Daarul Najah, Jakarta Selatan. Ustadz Arifin Ilham melanjutkan pendidikannya di Ponpes Asyafi'iyah, Jakarta Timur pada tahun 1987-1989. Dan melanjutkan pendidikan di fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nasional (Fisipol Unas) Jakarta.

b. Contoh muatan dakwah

Sedekah adalah amal yang sangat dianjurkan oleh setiap muslim, dan pahala dari sedekah itu bisa menjadi tabungan akhirat nanti. Sedekah tak harus berupa materi, sedekah bisa juga dengan doa bahkan sebuah senyuman itu adalah sebagian dari sedekah yang sangat gampang dan murah. Seperti halnya yang dilakukan oleh Ustadz Arifin Ilham dalam setiap dakwahnya untuk mengajak orang lain selalu beramal jariyah.

“Sesungguhnya Allah tidak akan menyalakan amal kebaikan hambaNya sekecil apapun (QS.Yusuf : 90). Apapun yang kalian infakkan di jalan Allah berarti kalian beriman kepada Allah yang pasti menggantinya dengan lebih baik. Dan dialah sebaik-baik pemberi rizki (QS.Saba : 38).

Rasullullah Saw bersabda : Sesungguhnya sedekah itu dapat memadamkan amarah Allah dan menolak ketentuan yang buruk (HR. Tirmidzi). Bersegeralah bersedekah, karena bala tidak pernah mendahului sedekah (HR. Tabrani). Jangan pernah meremehkan sekecil apapun amal jariyah ini, walaupun serupiah, walaupun doa semua menjadi tabungan pahala, saksi di akhirat, dicintai Allah, rasul-Nya, malaikat-Nya dan umat manusia, mengundang keberkahan”.