

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan internet mulai merambah dan mendapatkan posisi yang kuat di deretan media massa yang lebih dahulu ada seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Melalui *hardware* dan *software*, seseorang dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan hanya melalui komputer yang dilengkapi dengan modem yang disambungkan dengan jaringan telepon (Musyafak, 2004:3). Bahkan internet bukan lagi sesuatu yang dianggap sekedar media dalam arti perantara yang mengantarkan pesan satu ke pihak lain, akan tetapi sebuah ruang ekspresi keagamaan (Muhtadi, 2012:4).

Perkembangan abad ke 21 ini teknologi komunikasi semakin beragam dan semakin canggih dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindari. Internet bukan hanya melalui komputer yang dilengkapi dengan modem yang disambungkan, akan tetapi penggunaan internet dapat digunakan menggunakan *Wifi*, bahkan bisa digunakan dengan *android* ataupun *smartphone*.

Keberadaan internet sebagai *new media* memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Blog, Facebook, Twitter, Skype dan Instagram yang diberikan internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan men-*share* informasi. Kemudian hal-hal yang membuat instan yang menjadikan fitur internet membuat sebagian besar penggunanya merasa nyaman sehingga banyak yang menggunakan internet sebagai suatu kebutuhan. Internet di huni oleh jutaan orang yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi.

Instagram menjadi sebuah media teknologi komunikasi baru yang begitu cepat perkembangannya, canggih dan tiada batasan, perkembangan besar ini tidak direncanakan. Teknologi komunikasi dihadapkan pada berbagai perubahan dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat (Effendi, 2011:9). Hal ini diakibatkan karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat, serta globalisasi yang melanda dunia sehingga manusia dituntut untuk mengikuti kemajuan zaman.

Pada tahun 2015 Indonesia menempati peringkat ke 6 sebagai negara dengan internet dan pemilik akun media sosial terbanyak di dunia. Facebook merupakan media yang paling populer dimiliki oleh penduduk Indonesia dengan peringkat 4 di

dunia, disusul Twitter, google dan Instagram. Banyaknya pengguna media sosial ini dapat dikaitkan dengan ketertarikan generasi muda terhadap media sosial tersebut, dan yang paling aktif adalah pelajar dan mahasiswa (<http://kominform.go.id/index.php/content/detail/pengguna-internet-di-indonesia>).

Keberadaan *Smartphone* saat ini sangat canggih, berbagai *Smartphone* yang beredar di masyarakat saat ini menawarkan berbagai fitur-fitur dan Instagram merupakan salah satu fitur yang berada di *Smartphone*, yang dimana Instagram hanya bisa memuat atau mem-*posting* foto saja. *Smartphone* merupakan faktor penting bagi orang untuk menunjukkan identitas diri. Identitas tersebut tidak hanya sebagai media komunikasi tetapi juga sebagai *life style*.

Instagram merupakan salah satu media baru yang telah banyak dikenal secara umum oleh masyarakat pengguna internet seluruh dunia. Salah satu dari sekian banyak *Social Network* adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunduh foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital, membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.

Pengguna Instagram di Indonesia bukan hanya sebatas meng-*upload* foto dan *tren* gaya hidup saja dalam kegiatan sehari-hari, namun sebagian pengguna Instagram di Indonesia sudah memanfaatkannya sebagai media berdakwah.

Instagram bisa menjadi media alternatif dalam pengembangan syiar agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dalil-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah (Ma'arif, 2010:172). Melalui media internet khususnya Instagram dapat menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial, kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media.

Penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan dapat mengubah ragam interaksi masyarakat secara signifikan. Pada hakekatnya dakwah Islam merupakan proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian 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).

Sebagaimana sabda Rasulullah :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat. (HR. Al-Bukhori).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ<sup>ط</sup> وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ

بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ<sup>ط</sup> وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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.

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa komunikasi dalam pengertian dakwah merupakan tugas sejarah yang tidak dapat dihindari oleh setiap orang yang mengaku mempercayai dan menerima risalah nabi Muhammad Saw. Dalam al-Qur'an dan al-Hadits disebutkan tentang kewajiban dakwah, menyeru dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat, hal ini telah diuraikan dengan jelas sebagai kewajiban bagi seorang muslim untuk selama-lamanya. Seiring dengan perkembangan peradaban dan kecanggihan teknologi, dakwah sebagai suatu komunikasi dituntut agar dapat lebih efektif dan efisien, sehingga dengan demikian akan menjadikan dakwah lebih komunikatif.

Keberadaan Da'i pada dasarnya sangat menentukan keberhasilan kerja dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat paternalistik, yakni masih sangat bergantung dengan sosok seorang figur atau tokoh. Kesuksesan suatu dakwah memang sangat bergantung kepada pribadi pembawa dakwah itu sendiri, yang sekarang lebih populer disebut da'i (Syukir, 1983 : 34).

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*. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui apa saja isi materi dakwah yang ada dalam Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siau, Ustadz Aa Gym, Ustadz Arifin Ilham.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi pokok rumusan permasalahan dan fokus dalam penelitian ini adalah Apa saja isi materi dakwah yang ada dalam Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix siau, Ustadz Aa Gym, Ustadz Arifin Ilham?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja materi dakwah dalam Instagram sebagai media dakwah.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini yang diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a) Diharapkan mampu menambah khazanah pengetahuan yang terkait dengan ilmu dakwah dan komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya berkaitan dengan Instagram sebagai media dakwah.
  - b) Dari hasil penelitian ini agar berguna untuk peningkatan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat pula bagi peneliti-peneliti lainnya.
2. Manfaat praktis
  - a) Penulis berharap dari hasil penelitian ini agar bermanfaat terutama dalam meningkatkan media dakwah Instagram sebagai dakwah masa kini.
  - b) Untuk memberi masukan serta inspirasi bagi para peminat dunia maya untuk memperkaya tulisan dalam berdakwah menggunakan internet yang khususnya menggunakan media Instagram.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Untuk menyatakan keaslian penelitian ini, maka perlu adanya kajian pustaka dari penelitian yang terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji. Adapun penelitian tersebut diantaranya adalah:

- a. Nila Saniyah (2012), berjudul Dakwah Islam Melalui Facebook (Study Terhadap Materi Dakwah Update Status dan Comment Facebook Pada Group “Komunitas Muslim Indonesia”). Skripsi ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian content analysis. Materi utama dalam dakwah Update Status dan Comment Facebooker pada Group “Komunitas Muslim Indonesia” yang bertujuan untuk mendeskripsikan materi yang di Update, karena tidak menutup kemungkinan facebook juga dapat dijadikan sebagai tindakan

penyelewengan agama, melalui konsep materi dakwah diharapkan untuk saling bertukar pikiran tentang Islam baik dalam Akidah, Syariah, dan akhlak. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesahan dan ketidak pahaman dapat dihilangkan sehingga benar-benar mengerti.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nila Saniyah adalah pada aspek media yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan media Internet, sedangkan perbedaannya penulis dengan penelitian oleh Nila Saniyah adalah pada fokus penelitiannya, peneliti meneliti isi dakwah dalam Instagram, sedangkan Nila Saniyah meneliti materi dakwah dalam Facebook.

- b. Intan Hidayat (2011), berjudul *Dakwah Melalui Media Cetak (Analisis Pesan Dakwah Dalam Kolom Konsultasi Agama Harian Republika)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan kolom konsultasi agama harian republika tahun 2011, dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (liberary research) yang tertumpu pada kajian dan teks. Penyajian datanya dilakukan dengan kualitatif dengan teknik analisis (Content analysis), sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi.

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data mengenai pesan dakwah serta mengetahui sejarah dan terbitan dari Harian Republika khususnya dalam edisi 01 Maret-30 April 2011. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu pesan yang disampaikan dalam Kolom Konsultasi Agama di Harian Republika secara keseluruhan mencangkup maslah pemahaman keislaman yaitu dikategorikan dengan Liberalisme, Fundamentalisme dan Radikalisme.

- c. Qomariyah (2007), berjudul *Dakwah Melalui Internet (Analisis Terhadap Materi Dakwah Situs [www.cybermq.com](http://www.cybermq.com))*. Penelitian tersebut meneliti tentang bagaimana materi-materi yang terdapat dalam [www.cybermq.com](http://www.cybermq.com). Dalam penelitiannya adalah penelitian kualitatif. Data yang diperoleh peneliti tidak dalam bentuk angka, namun data diperoleh dengan penjelasan dan berbagai uraian-uraian yang berbentuk tulisan-tulisan tentang *situs www.cybermq.com*. hasil penelitian ini, menunjukkan situs [www.cybermq.com](http://www.cybermq.com) sebagai bagian dari media dakwah melalui internet, memiliki layanan: kolom, home, artikel, berita dan komunitas MQ. Melalui rubik-rubik ini *user* dapat mencari informasi-informasi yang mereka inginkan khususnya informasi tentang pengetahuan Islam. yang mempunyai tujuan mengetahui apa saja materi dakwah yang terdapat dalam situs [www.cybermq.com](http://www.cybermq.com), dalam penelitian ini menggunakan metode untuk menganalisis data adalah dengan

content analysis, sedangkan mengenai pengukuran isi dari pesan-pesan dakwahnya, peneliti menggunakan tema-tema dan kata-kata sebagai satuan pengukuran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa materi-materi situs *www.cybermq.com* lebih banyak memuat materi kasalehan sosial dan manajemen qolbu, hal ini sesuai dengan tujuan inti didirikannya situs ini yakni membangun manusia mulia yang berkomitmen untuk menjunjung moral, bersatu mencerahkan qolbu.

Pada dasarnya penelitian yang dilakukan Qomariyah melakukan penelitian dengan menganalisis materi dakwah dalam situs internet. Dan sama-sama menggunakan media internet.

Adapun hal-hal yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu terdapat persamaan dan perbedaan, walaupun sama-sama meneliti materi dakwah namun perbedaannya dalam media dakwahnya .

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian, Pendekatan dan Spesifikasi Penelitian**

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif, yakni penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam mengumpulkan data dan memberikan penafsiran terhadap hasilnya (Arikunto, 2002:10). Atau menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat di amati ( Moleong, 1993: 3).

Penelitian kualitatif menurut Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2006:5) adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian tersebut bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif (Azwar, 2007:5).

Dari pertimbangan diatas, peneliti akan memfokuskan untuk meneliti materi dakwah dalam “Instagram”. Sedangkan spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fakta secara sistematis sehingga lebih muda untuk dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung data yang diperoleh (Azwar, 2003:6). Penelitian tersebut mendeskripsikan dan menganalisis

materi dakwah yang ada di dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan sebagai penjas agar tidak terjadi kesalahpahaman pembaca terhadap judul “Dakwah melalui Instagram (Study Analisis Materi Dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)”, maka perlu adanya penjelasan dan batasan-batasan definisi dari judul Dakwah Melalui Instagram.

### a. Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*” dan “*gram*” atau “*telegram*” yang dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Jadi 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 berbagai informasi terhadap penggunanya (Atmoko, 2012:10).

Dalam penelitian ini, penulis meneliti mengenai Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham, karena para da'i tersebut mempunyai *follower* dan memuat materi dakwah dari para da'i yang lain.

### b. Dakwah

Dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan diakhirat (Amin, 2009:3). Media dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Instagram dari para da'i yakni Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham dalam menganalisis materi dakwah oleh da'i tersebut. Dalam penelitian ini penulis menganalisis materi dakwah mengenai akidah, akhlak, sosial, amar ma'ruf.

Yang dimaksud dengan “Dakwah melalui Instagram (Study Analisis Materi Dakwah dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)” adalah sebuah penelitian yang mengkaji atau menganalisis mengenai

materi dakwah dari para da'i yakni Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham sebagai objek penelitian.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari nama data dapat diperoleh berdasarkan sumbernya (Arikunto, 1993:114). Sedangkan menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi (Moleong, 2012:157). Sumber data dalam penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti adalah data dari Instagram yakni para da'i antara lain Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym, Ustadz Arifin Ilham.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian yang akan penulis lakukan adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa dokumentasi. Metode dokumentasi adalah pengumpulan data secara dokumenter, yaitu dokumen berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena-fenomena yang masih aktual (Wardi, 1997:83). Data tersebut berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen dan sebagainya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah Instagram, yang berarti data yang terdokumentasi maka teknik yang perlu dijalankan adalah teknik dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk mencapai data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2004:206).

Metode dokumentasi ini sebagai langkah dalam penelitian dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu dengan mendokumentasikan tulisan-tulisan yang dimuat dalam Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym, Ustadz Arifin Ilham.

### **5. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul maka perlu dianalisis guna mendapatkan kesimpulan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis isi (*content analysis*). Holsti dalam Lexy J. Moeloeng memberikan definisi bahwa analisis isi



adalah teknik yang di gunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan.

Peneliti menggunakan teknik analisis isi (*Content Analysis*) yaitu merupakan analisis ilmiah tentang isi pesan suatu komunikasi yang ada. Dalam metode *content analysis* ini menampilkan tiga syarat yaitu objektifitas, pendekatan sistematis dan generalisasi. Artinya harus mempunyai sumbangan teoritik (Muhajir, 1998: 49). Sedangkan menurut wazer dan wiener analisis isi adalah suatu prosedur sistematika yang disusun untuk menguji isi informasi yang terekam (Bulaeng, 2004:171).

Dalam kontek ini penulis menyimpulkan data dari isi Instagram para da'i yakni Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siau, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham dalam materi akidah, akhlak, sosial dan amar ma'ruf. Kemudian data yang telah terkumpul tersebut penulis menyusun secara sistematis dan penulis juga menganalisis secara objektif berdasarkan fakta-fakta yang ada. Sehingga didapatkan hasil penelitian yang ilmiah sesuai dengan prosedur penelitian yang berlaku.

## **F. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi dan daftar lampiran. Adapun bagian utama meliputi:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Sedangkan bagian akhir dari pendahuluan ini adalah sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II            LANDASAN TEORI**

Pada bab ini, memuat tiga sub yaitu sub bab pertama mengenai Instagram meliputi pengertian Instagram, sejarah instagram dan fitur-fitur instagram. Sub bab kedua kajian tentang dakwah yang meliputi

pengertian dakwah, unsur-unsur dan tujuan dakwah, hukum dakwah. ketiga mengenai instagram sebagai media dakwah

### BAB III GAMBARAN UMUM

Pada bab ini ditulis tentang gambaran umum materi dakwah para da'i

### BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan data yang diteliti mengenai analisis data terhadap materi Instagram ustadz Yusuf Mansur, ustadz Felix Siau, ustadz Aa Gym, ustadz Arifin Ilham.

### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini peneliti menyimpulkan hasil penelitiannya yang diperoleh dari analisis bab empat kemudian dirangkai dengan penutup, penutup berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.