

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi memang cukup pesat dan cepat, hal tersebut bisa dilihat dari sistem dan pola komunikasi yang dilakukan oleh manusia saat ini. Zaman dahulu, manusia berkomunikasi hanya dengan melalui surat atay bertatap muka, namun saat ini manusia lebih mudah berkomunikasi dengan siapapun bahkan tidak harus berokumunikasi dengan tatap muka sekalipun ataupun dengan surat sekalipun dapat terhubung dengan baik dan dapat melalukan komunikasi. Mudahnya komunikasi sekarang tidak terlepas dari adanya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Dengan adanya teknolohi informasi yang semakin canggih seperti sekarang ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif bagi pengembangan tatanan masyarakat yang lebih maju.

Media dipandang sebagai alat atau sarana untuk mentransformasi pesan-pesan agama agar dapat diakses oleh publik secara luas. Salah satu contoh paling sederhana dari terdapat fenomena *cyborg*, fenomena *cyborg* adalah ketika kita menjadikan gadget sebagai alat yang mengingatkan jadwal kegiatan sehari-hari, menyimpan sejumlah dokumen penting, dan mencatat ribuan kontak penting. Tentu dapat dibayangkan ketika gadget kita yang hilang, tetapi soal hubungan kita dengan gadget kita sendiri. Gadget telah menjadi bagian dari hidup kita. Ilustrasi ini adalah contoh paling sederhana

dari bentuk fenomena *cyborg*. Gadget di era modern sekarang pasti terdapat media sosial.¹

Media sosial saat ini menjadi suatu hal yang diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan baik anak-anak hingga orang dewasa. Karakteristik yang dimiliki oleh media sosial juga dapat mempermudah proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia baik dalam bentuk lisan, tulisan, audio maupun visual. Melihat perkembangan media sosial saat ini, banyak yang memanfaatkannya untuk berbagai hal tak terkecuali sebagai media dalam melakukan aktivitas dakwah. Salah satunya menggunakan media sosial dalam proses penyampaian dakwah adalah suatu cara kreatif dan efektif pada era disrupsi teknologi saat ini untuk menarik perhatian mad'u dikarenakan dapat menjangkau pendengar secara luas.²

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto, video yang cukup populer di dunia dengan memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Indonesia menempati urutan ke 4 dengan pengguna instagram terbanyak di dunia. Instagram memiliki berbagai fitur pengikut, mengunggah foto, kamera, efek foto, sampai reels instagram.³ Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video membuat para

¹ Moch. Fakhruroji, *Daakwah Di Era Media Baru Baru* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), hal. 14.

² Wahyuddin, "*Menakar Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial*". Jurnal, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2019), hal. 6.

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 9 agustus 2022

Da'i dan Dai'ah turut membagikan pesan dakwahnya lewat Instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui instagram-lah dakwah dibagikan dengan meg-upload video, sehingga para Mad'u dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di Instagram.

Penggunaan Instagram sebagai komunikasi dakwah merupakan hal yang sudah tidak asing dikalangan milenial sekarang ini. di dalam komunikasi dakwah media sosial diinstagram, pemilik akun-akun dakwah berperan sebagai pengajar yang membelajarkan sasaran dengan pesan informasi dan motivasi yang bersifat edukatif yang berasal dari sumber-sumber ilmu agama. Pengguna instagram berperan sebagai sasaran dari pengajar dan menerima isi pesan pembelajaran.⁴ Dengan demikian, Instagram merupakan salah satu komunikasi masa saat ini yang dapat digunakan sebagai media untuk berdakwah.

Dakwah adalah ajakan atau seruan, panggilan atau undangan⁵ untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam, dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi (tabligh) yang artinya menyampaikan ajaran Islam. Al-Qur'an mendefinisikan dakwah sebagai upaya menyeru umat manusia menuju jalan Tuhan dengan cara bijak, tutur kata yang tepat, atau

⁴ Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana, *Efektivitas Dakwah melalui Instagram*, Vol. 4, No. 1, Maret 2020, pp. 1–16, P-ISSN 2580-3808, E-ISSN 2580-3832, hal. 3.

⁵ Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah*, (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005), hal. 2

dengan *mujadalah* (dialog yang sehat). Dakwah yang demikian ini dimaksudkan agar umat manusia senantiasa melakukan perkara baik (*amar ma'ruf*) dan meninggalkan segala tindak dan laku yang mungkar (*nahy al-munkar*). Al-Qur'an menyatakan bahwa jalan Tuhan itu jamak, tidak tunggal. Artinya, diperlukan banyak cara untuk menyeru umat manusia ke jalan Tuhan.⁶

Dengan demikian, kegiatan dakwah sesungguhnya merupakan kegiatan mengajak manusia kepada al-Islam yang dilakukan dengan lisan atau tulisan (*dakwah bi al-lisan dan bi al-qalami*), juga bisa dengan perbuatan (*dakwah bi-alhal*) atau aksi sosial Islam (*bi ahsan al-amal*), dan mengelola kegiatan mengajak (*bi al-lisan, bi al-qalam, dan bi al-hal*) dalam bentuk lembaga-lembaga Islam sebagai lembaga dakwah yang melakukan sistematisasi tindakan, koordinasi, sinkronisasi, dan integrasi program kegiatan dengan sumber daya waktu yang tersedia untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah Islam.

Dalam berdakwah tentunya membutuhkan media guna menyampaikan pesan yang terkandung di dalam isi dakwah tersebut. Media dakwah yaitu segala sesuatu yang digunakan atau menjadi penunjang dalam berlangsungnya pesan dari komunikator (da'i) kepada khalayak. Segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide dari komunikator kepada komunikan.⁷

⁶ Suisyanto, *Pengantar Filsafat Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Teras, 2006), hal. 9.

⁷ Aminuddin, *Media Dakwah*, Al-Munzir Vol.9 No.2 November 2016, hal. 345.

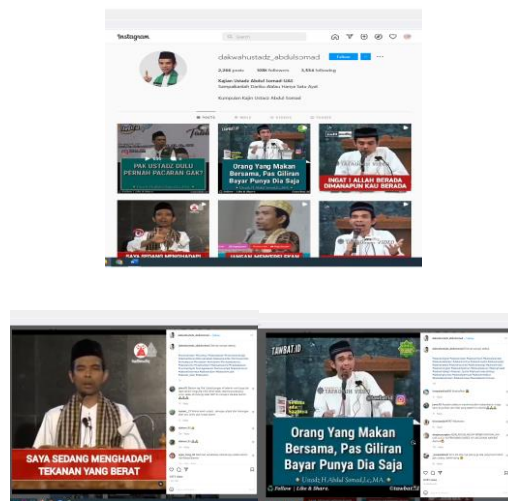
Dalam kehidupan sehari-hari, memang sulit untuk menafikan eratnya hubungan dakwah dengan aktivitas komunikasi. Oleh karena itu, tidak terlalu keliru jika kemudian masyarakat umum lebih mengenal aktivitas dakwah sebagai aktivitas komunikasi keagamaan. Pengajian majelis taklim adalah aktivitas komunikasi; *tabligh* akbar adalah aktivitas komunikasi; rubrik agama disurat kabar atau majalah adalah bentuk komunikasi; siaran keagamaan diradio, televisi, film dan semua yang kita kenal sebagai media massa adalah aktivitas keagamaan⁸

Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang cepat dan pesat dalam perkembangannya. Media merupakan saluran komunikasi yang menyampaikan pesan melalui komunikator kepada khalayak dan memberikan suatu pesan yang dapat dipahami dengan menyampaikan isi materi yang terdiri dari video, gambar, maupun tulisan yang ada di internet atau instagram. Menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dalam membuat dakwah dapat membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan sasaran. Mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Popularitas instagram yang hadir pendektan berbagai foto atau video singkat serta fasilitas yang tersedia dimanfaatkan sejumlah kalangan anak-anak sampai orang tua, tak terkecuali para pendakwah.⁹

⁸ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru* (Banung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), hal. 4.

⁹ Gan Gan Giantika, *Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting*, Jurnal Komunikasi, Vol. 10, No. 1, Tahun 2019.

Reels instagram merupakan fitur terbaru yang tak lama ini diluncurkan oleh media sosial instagram untuk upload foto dan membagikan story menjadi lebih kreatif lagi.¹⁰ Penyampaian dakwah dengan metode tersebut dapat dilakukan dengan baik. Reels instagram akhir-akhir ini banyak digunakan oleh manusia terutama umat muslim untuk berbagai kebutuhan, salah satunya untuk menambah ilmu agama atau mendengarkan dakwah dengan lebih efektif. Mahasiswa juga termasuk pengguna instagram terbanyak, sehingga penyampaian dakwah dengan metode instagram dapat dilakukan dengan cepat dan mudah dimengerti. Salah satu pengguna instagram yang mempunyai konten dakwah dengan metode reels instgram yaitu @dakwahustadz_abdulsomad.



Gambar 1 Akun Instagram dan Reels Instagram @dakwahustadz_abdulsomad¹¹

¹⁰ <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all>, diakses pada tanggal 15 Juni 2022

¹¹ Sumber : https://www.instagram.com/dakwahustadz_abdulsomad/

Gambar di atas merupakan akun instagram @dakwahustadz_abdulsomad salah satu pengguna instagram dakwah yang memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak sekitar 108 ribu followers dan banyak jumlah suka serta komentar pada setiap unggahan video yang di upload reels selalu mendapat respon positif. Nilai-nilai ajaran islam yang beliau ajarkan selalu dikaitkan dengan hal-hal atau kejadian yang ada disekitar sehingga kalangan manapun bisa memahami dakwah yang beliau sampaikan.

Dengan demikian, melihat antusia masyarakat menggunakan media sosial Instagram, membuat banyak akun-akun bernuansa islami bermunculan. akun-akun banyak memberikan informasi, pesan-pesan disampaikan dengan cara, seperti berupa video cuplikan ceramah dari ustad terkenal. Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan mahasiswa, oleh karena itu peneliti menjadikan mahasiswa sebagai narasumber penelitian.

Peneliti memilih mahasiswa IAINU Kebumen sebagai narasumber karena mahasiswa memang membutuhkan media dalam menambah wawasan mereka tentang keislaman, selain untuk menambah pengetahuan, media tersebut bisa mereka jadikan bahan referensi dalam materi dakwah mereka, dimana mahasiswa iainu yang notabennya merupakan santriwan dan santriwati. Salah satu akun Instagram yang peneliti pilih yaitu @dakwahustadz_abdulsomad untuk menindaklanjuti seberapa efektif akun Instagram tersebut terhadap mahasiswa KPI IAINU Kebumen. Melihat hal

tersebut kemudian muncul pertanyaan apakah efektif dakwah konten video ceramah ustad abdul somad terhadap mahasiswa iainu kebumen

B. Pembatasan Masalah

Agar masalah yang penulis bahas tepat sasaran dan tidak keluar dari fokus penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah. Batasan masalah tersebut hanya terfokus tentang efektivitas dakwah satu menit melalui media instagram di kalangan mahasiswa jurusan KPI IAINU Kebumen. Berhubung dengan banyaknya mahasiswa di Fakultas Ushuludin, Syari'ah & Dakwah, maka penelitian ini dibatasi hanya kepada mahasiswa KPI (Komunikasi Penyiaran Islam) yang memiliki media sosial Instagram. Hal tersebut dilakukan agar sesuai dengan tujuan penelitian dan untuk menghindari terjadinya penyimpangan masalah yang akan dibahas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan yang akan dikaji lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan instagram oleh mahasiswa KPI IAINU Kebumen sebagai Media Dakwah?
2. Bagaimana efektivitas dakwah melalui Instagram @dakwahustadz_abdul somad di kalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Sebagai langkah antisipasi agar tidak menimbulkan multi interpretasi, dan sebagai langkah memfokuskan penelitian lebih terarah, jelas dan

mengena dengan maksimal, maka penting kiranya untuk memberikan penegasan istilah, yaitu sebagai berikut:

1. Efektivitas Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektifitas berasal dari kata efektif yang diartikan sebagai mempunyai akibat (ada akibat, pengaruh, ada kesan), manjur atau manjur, atau dapat mendatangkan hasil, berhasil (usaha, tindakan).¹² Menurut Hamka, efektivitas berasal dari kata efektif yang dalam bahasa Inggris adalah *effective* yang berarti berhasil, sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik.¹³ Ada juga yang mengatakan bahwa efektivitas berasal dari kata “efek” yang berarti hubungan sebab akibat, efektivitas dapat dipandang sebagai penyebab dari variabel lain.¹⁴ Dalam penelitian ini yang dimaksud efektivitas adalah sejauh mana keberhasilan atau dampak pengaruh Instagram @dakwahustadz_abdul somad di kalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen.

Selanjutnya adalah kata dakwah. Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “Da’wah” داعوا dari kata do’a دعاء yad’u يدعو yang berarti panggilan, ajakan, seruan.¹⁵ Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang

¹² Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, hal. 376.

¹³ Amka, *Efektivitas Guru Pendidikan Khusus (GPK) Sekolah Inklusif, Cetakan I*, (Kebun Bunga: Anugrah Jaya, 2020), hal. 15

¹⁴ Dipta Kharisma, Tri Yuniningsih, *Efektivitas Organisasi dalam Penyelenggaraan Pelayanan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang*, Jurnal, hal. 4

¹⁵ Mohamamd Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Pamekasan: Pena Salsabila, 2013), hal. 8.

pelakunya ialah Allah Swt., para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh.¹⁶ Menurut Umdadul Hasanah, dakwah merupakan aktifitas, usaha kegiatan yang memiliki substansi seruan, ajakan dan panggilan kepada manusia untuk konsisten mengikuti jalan dan petunjuk Allah melalui ajaran agamanya (Islam) yaitu melakukan proses islamisasi dalam segala aspek kehidupan dan selalu mengingatkan dan mengajak kepada jalan kebaikan yang diridloi Allah dan mencegah dari kemunkaran untuk mencapai kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat.¹⁷

2. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat Indonesia. Indonesia menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp. Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto dan video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para pendakwah.¹⁸ Umumnya instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video menerapkan filter digital dan membaginya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹⁹

¹⁶ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah, Cetakan Pertama*, (Makasar: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 2

¹⁷ Umdadul Hasanah, *Ilmu dan Filsafat Dakwah, Cetakan Dua*, (Banten: fseipress, 2016), hal, 5.

¹⁸ Nurrahmi, Febri dan Puteri Farabuana., *Efektivitas Dakwah melalui Instagram*, *Journal of Communication*, 4(1): 1–16, hal. 12.

¹⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 25 Maret 2022.

3. Mahasiswa KPI IAINU Kebumen

Mahasiswa KPI IAINU Kebumen merupakan seseorang yang terdaftar sebagai murid atau siswa di dalam IAINU Kebumen. sedangkan KPI adalah jurusan Ilmu Komunikasi yang berada di perguruan tinggi Islam dimana mahasiswa di Prodi tersebut selain dibekali skill komunikasi yang baik juga membawa misi pengembangan masyarakat dalam dunia broadcasting. Jadi, Komunikasi Penyiaran Islam membawa misi dakwah yang diwujudkan dalam format broadcasting dan komunikasi audio-visual.

Di jurusan ini, mahasiswa akan terlatih dengan keterampilan-keterampilan berkomunikasi yang prakteknya selalu berkembang. Tidak melulu komunikasi face to face atau dalam sebuah forum seperti layaknya public speaking, tetapi model komunikasi yang sangat beragam sesuai perkembangan sosial masyarakat. Pada akhirnya komunikasi yang baik tersebut dapat membawa kepentingan syi'ar dan kebaikan masyarakat.

Skill di jurusan Penyiaran Islam cukup beragam dan dari prospeknya cukup menjanjikan karena dunia penyiaran berhubungan erat dengan dunia bisnis dan periklanan. Mahasiswa dengan skill digital broadcasting akan siap terjun dalam siaran radio, televisi serta perfilman yang dalam perkembangannya berbasis internet dan platform digital.

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pemanfaatan instagram oleh Mahasiswa KPI IAINU Kebumen sebagai media dakwah.
2. Mengetahui efektivitas dakwah melalui instagram @dakwahustadz_abdulsomad di kalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen?

F. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, tentunya penulis mempunyai harapan agar penelitian ini dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Kegunaan Teoretis
 - a. Memperkaya referensi, diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik dikalangan akademis maupun masyarakat umum.
 - b. Dapat dijadikan pengetahuan terhadap bentuk dakwah yang terdapat dalam konten video ceramah media Instagram (@ustadz_abdulsomad) bagi mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Sebagai pertimbangan dalam mengembangkan dakwah Islam dengan kemasan yang menarik melalui konten video ceramah satu menit media Instagram.
 - b. Menambah ilmu pengetahuan efektivitas dakwah melalui konten video ceramah satu menit media Instagram (@dakwahustadz_abdulsomad) bagi para mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam

khususnya, serta mahasiswa yang lain yang mempunyai minat dalam bidang penyiaran pada umumnya.

G. Kerangka Teori

Agar penelitian ini berdasar sesuai dengan teori-teori para tokoh dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka kali ini penulis akan menjelaskan lebih rinci tentang teori-teori dan pengertian-pengertian kalimat yang digunakan dalam penelitian ini secara terperinci dan mendalam yang berdasarkan pada teori para tokoh. Adapun kerangka teoretik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsepsi Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Kata efektif dalam bahasa atau istilah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif. yang didefinisikan dengan dapat mendatangkan hasil, efektif (usaha, tindakan).²⁰ Menurut Hamka efektivitas berasal dari kata efektif yang dalam bahasa Inggris adalah *effective* yang artinya berhasil, sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kata efektif berasal dari bahasa Inggris, yaitu *effective* yang berarti berhasil, atau sesuatu yang dilakukan dengan sukses. Efektivitas pada dasarnya mengacu pada keberhasilan atau pencapaian tujuan. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai kesesuaian penggunaan, penggunaan atau dukungan tujuan.²¹

²⁰ Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, hal. 376.

²¹ Amka, *Efektivitas Guru Pendidikan Khusus (GPK) Sekolah Inklusif, Cetakan I*, (Kebun Bunga: Anugrah Jaya, 2020), hal. 15

Senada dengan pengertian di atas, menurut Dipta Kharisma, dkk mengatakan bahwa efektivitas berasal dari kata “efek” yang berarti hubungan sebab akibat, efektivitas dapat dipandang sebagai penyebab dari variabel lain.²² Efektivitas didefinisikan oleh para ahli secara berbeda tergantung pada pendekatan yang digunakan oleh masing-masing ahli. Berikut ini adalah beberapa definisi efektivitas organisasi menurut para ahli.

Secara terminologi menurut Handoko dalam Munir Saputra, mengatakan bahwa efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.²³ Menurut Amka, efektivitas secara umum menunjukkan sejauh mana suatu tujuan yang telah ditentukan telah tercapai. Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan output seperti yang diharapkan.²⁴ Untuk itu antara efektifitas dan efisiensi memiliki hubungan dan memiliki keterkaitan satu sama lain.

b. Pengertian Dakwah

Selanjutnya adalah kata dakwah. Banyak definisi yang dirumuskan untuk mengerti apa itu dakwah. Agar lebih mudah

²² Dipta Kharisma, Tri Yuniningsih, *Efektivitas Organisasi dalam Penyelenggaraan Pelayanan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang*, Jurnal, hal. 4

²³ Munir Saputra, *Analisis Efektivitas Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN) di Kecamatan Cimanggis, Kota Depok*, Jurnal Reformasi Administrasi, Vol. 5, No. 1, September 2018, pp. 165-173, P- ISSN 2355-309X ; E-ISSN 2622-8696, hal. 166.

²⁴ Amka, *Efektivitas Guru Pendidikan Khusus (GPK) Sekolah Inklusif*, Op. Cit, hal. 24.

dipahami dalam memberikan pengertian apa itu dakwah maka penulis akan memaparkan pengertian dakwah secara etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah).

Berdasarkan penelusuran akat kata (etimologi), dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (KBBI) dakwah berarti seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.²⁵ Dari aspek bahasa, kata “dakwah” berasal dari kalimat Arab, yang berarti “panggilan”, “ajakan” atau “seruan”²⁶ yang dalam bahasa arabnya adalah دعوة يدعو - دعا yang berarti menyeru atau memanggil.²⁷ Dijelaskan menurut Achmad Mubarak bahwasannya di dalam Bahasa Arab, istilah *da'wat* atau *da'watun* digunakan untuk arti undangan, ajakan dan seruan yang kesemuannya menunjukkan adanya komunikasi antara dua pihak dan upaya mempengaruhi pihak lain.²⁸ Yang dimaksud dengan mengajak adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka dari kebiasaan buruk supaya mendapatkan keberuntungan di dunia dan akhirat.²⁹

²⁵ Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, hal. 79.

²⁶ Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*, Cetakan I, (Yogyakarta: LKiS, 2018), hal. 2.

²⁷ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal. 3.

²⁸ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Cetakan Ke-2, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2001), hal. 20.

²⁹ I'anatut Thoifah, *Manajemen Dakwah: Sejarah dan Konsep* (Malang: Madani Press, 2015), hal. 5.

Sejalan dengan hal di atas, Ahmad Mubarak dalam bukunya yang berjudul Psikologi Dakwah mengatakan bahwa sebenarnya dakwah itu bisa dipahami sebagai materi (mendengar dakwah), sebagai perbuatan (sedang berdakwah) dan sebagai pengaruh (berkat adanya dakwah maka...).³⁰ Terlepas dari beragamnya makna dakwah secara bahasa di atas, pemakaian kata dakwah dalam masyarakat Islam, terutama di Indonesia adalah sesuatu yang tidak asing lagi ditelinga. Arti kata dakwah yang sering dipahami oleh masyarakat Indonesia adalah seruan dan ajakan.³¹

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa arti kata dakwah yang banyak dipahami adalah ajakan atau seruan kepada orang lain untuk melakukan perbuatan ma'ruf dan mencegah atau melarang orang lain berbuat munkar, baik dilakukan sendiri-sendiri maupun secara kelompok.

Dakwah secara terminologi diungkapkan secara langsung oleh Allah SWT dalam ayat Al-Qur'an. Kata dakwah di dalam Al-Qur'an digunakan secara umum. Artinya, Allah SWT masih menggunakan istilah *da'wah ila Allah* (dakwah Islam) dan *da'wah ila nar* (dakwah setan).³² Disisi lain, para ahli berbeda-beda dalam memberikan

³⁰ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah, Op. Cit.*, hal. 19.

³¹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Rahmat Semesta, 2010), hal. 18.

³² Syamsuddin BA, *Pengantar Psikologi Dakwah, Cetakan ke-1*, (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 6.

pengertian tentang dakwah. Para ulama dan aktifis dakwah di Indonesia mendefinisikan kata dakwah sesuai dengan sudut pandang dan latar belakang profesi mereka masing-masing, baik sebagai ilmuwan, politisi atau aktifis dakwah di lapangan. Berikut ini penulis paparkan beberapa pengertian dakwah menurut para ahli yang masing-masing merumuskan pengertian dakwah sebagai berikut:

- 1) Menurut Mualiaty Amin, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka untuk berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek.³³
- 2) Menurut Ahidul Asrori mengatakan bahwa dakwah sebagai aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain, agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik, dalam kehidupan individual maupun dalam masyarakat untuk mencapai kebagiaiaan baik di dunia maupun akhirat, dengan menggunakan berbagai media dan cara-cara tertentu.³⁴
- 3) Dalam bukunya M. Munir dan Wahyu Ilaihi yang berjudul *Manajemen Dakwah*, Quraish Shihab mendefinisikan arti dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas, apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.³⁵
- 4) H.M. Arifin yang dikutip oleh I'anatut Thoifah menegaskan bahwa esensi dakwah adalah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), ransangan serta bimbingan terhadap orang lain

³³ Mualiaty Amin, *Metodologi Dakwah, Cetakan I*, (Makasar: Alauddin University Press, 2013), hal. 5.

³⁴ Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu, Cetakan I, Op. Cit*, hal. 4.

³⁵ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Rahmat Semesta, 2010), hal. 20.

untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran untuk keuntungan pribadinya sendiri, bukan untuk kepentingan dakwah.³⁶

- 5) Menurut K.H Syamsuri Siddiq yang dikutip oleh Misbach Malim dan Avid Solihin dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Dakwah* mengatakan bahwa dakwah adalah segala usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam wujud sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung yang ditujukan kepada perorangan, masyarakat ataupun golongan supaya tergugah jiwanya, terpanggil hatinya kepada ajaran Islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari.³⁷
- 6) Menurut Yahya Omar Yahya yang dikutip oleh Syamsudin BA dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Psikologi Islam” mengatakan bahwa dakwah merupakan usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia meliputi *al-amar bi al-ma’ruf an-nahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bangsa.³⁸

Definisi-definisi di atas, terdapat kesamaan pandangan tentang merubah dan mengajak manusia dari suatu kondisi kepada kondisi yang lebih baik dengan menjalankan ajaran agama Islam agar mengimplementasikan ajaran-ajaran agama Islam dalam kehidupan sehari-hari yang bertujuan untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan akhirat.

Secara umum dari semua pengertian di atas dapat ditarik benang merahnya bahwa dakwah adalah upaya mengajak seseorang atau

³⁶ I’anatut Thoifah, *Manajemen Dakwah: Sejarah dan Konsep* (Malang: Madani Press, 2015), hal. 6.

³⁷ Misbach Malim dan Avid Solihin, *Dinamika dan Strategi Da’wah*, Cetakan Ke-2, (Jakarta: PT Abadi, 2010), hal. 6.

³⁸ Syamsuddin BA, *Pengantar Psikologi Dakwah*, Cetakan ke-1, (Jakarta: Kencana, 2016), 8.

sekelompok orang agar selalu mengimplementasikan kebaikan-kebaikan, kebenaran-kebenaran serta keindahan (fitrah) selaras dengan tuntunan ajaran Islam baik dalam kerangka kehidupan pribadi, sosial maupun pembangun bangsa dan negara. Dakwah dengan pengertian mengajak atau menyeru dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al-Qur'an antara lain adalah Q.S Yunus ayat 25 yang berbunyi:

وَاللَّهُ يَدْعُوًا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam). (Q.S. Yunus:25).³⁹

Dalam Q.S. Al Hajj ayat 67 yang berbunyi

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ

عَمِيقٍ

Artinya: Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh (Q.S. Al-Hajj: 27).⁴⁰

Dengan memperhatikan hakikat yang tersirat dalam pengertian dakwah yang telah dikemukakan, maka di dalamnya terkandung tiga unsur pokok diantaranya adalah:

- 1) *Al-taujih* yaitu memberikan tuntutan dan pedoman serta jalan hidup mana yang harus dilalui oleh manusia dan jalan mana yang harus dihindari, sehingga nyatalah jalan hidayah dan jalan yang sesat.

³⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Azhar: Al-Qur'an dan Terjemah*, Op. Cit, hal. 211.

⁴⁰ *Ibid*, hal. 335.

- 2) *Al-taghyir* yaitu mengubah dan memperbaiki keadaan seseorang atau masyarakat kepada suasana hidup baru yang didasarkan pada nilai-nilai Islam.
- 3) Memberikan pengharapan akan sesuatu nilai agama yang disampaikan. Dalam hal ini dakwah harus mampu menunjukkan nilai apa yang terkandung di dalam suatu perintah agama, sehingga dirasakan sebagai kebutuhan vital dalam kehidupan masyarakat.⁴¹

c. Pengertian Efektivitas Dakwah

Efektivitas dakwah dapat dilihat dari dua sisi, yaitu pesan diterima atau tidak oleh objek dakwah. Jika dakwah diterima, maka audiens akan melakukan perubahan tingkah laku keagamaan. Perubahan tingkah laku tersebut memiliki dua aspek, yaitu kognisi dan emosi audiens yang mengarah dan mendekati tujuan yang ingin dicapai oleh dakwah tersebut. Efektivitas dakwah tercermin pada sejauh mana objek pada dakwah pada tingkat individu mengalami perubahan yang benar dan makin lengkap pemahamannya terhadap akidah, akhlak dan ibadah serta mu'amalah sebagai inti ajaran Islam. Pada tingkat tatanan sosial (masyarakat), efektivitas dakwah tercermin pada iklim sosial yang makin memancarkan syiar Islam dan makin mendekatnya norma sosial pada nilai-nilai Islam dan aturan hidup bermasyarakat menurut ajaran Islam.⁴²

⁴¹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah, Op. Cit*, hal. 4-5.

⁴² Muhammad Alim Ihsan, *Efektivitas Dakwah dalam Mengembangkan Kognitif-Fungsional Audiens: Suatu Pendekatan Psikologi Sosial*, Jurnal Hunafa, Vol. 7, No.1, April 2010, hal 93.

Dengan demikian, efektivitas dakwah menyangkut efektivitas dan efisien sampai tidaknya pesan dakwah kepada audiens. Dalam hal ini masalah dakwah berkaitan dengan metode dan materi yang sesuai dengan kondisi objek audiens.

d. Ciri-Ciri Dakwah Efektif

Dakwah efektif terjadi apabila pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i sampai kepada mad'u dalam keadaan utuh dan mad'u tersebut mau memenuhi ajakan dakwah da'i. Dengan meminjam teori komunikasi, suatu dakwah dinilai efektif manakala menimbulkan lima tanda diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Melahirkan pengertian, yakni apa yang disampaikan dimengerti oleh yang menerima.
- 2) Menimbulkan kesenangan, yakni orang yang menerima pesan dalam hal ini mad'u merasa bahwa seruan dakwah yang disampaikan oleh da'i itu menimbulkan rasa senang, sejuk dan menghibur, tidak memuakkan atau menyakitkan meski sifat tegurannya boleh jadi tajam dan mendasar. Meski demikian dakwah tidak sejenis dengan tontonan atau panggung hiburan, dan seorang da'i tidak harus berperan sebagai pelawak.
- 3) Menimbulkan pengaruh kepada sikap mad'u, maksudnya, ajakan dan seruan da'i dapat mempengaruhi sikap mad'u dalam masalah-masalah tertentu, misalnya dari sikap sinis kepada tradisi keagamaan menjadi netral, simpati atau empati, dari stereotip terhadap ajaran

Islam tentang wanita menjadi ingin mengetahui ajaran yang sebenarnya, dari sikap eksklusif (merasa benar sendiri) menjadi menghargai golongan lain dan sebagainya.

- 4) Menimbulkan tindakan, maksudnya dengan dakwah yang dilakukan terus-menerus, mad'u kemudian terdorong bukan hanya dalam mengubah sikap tapi sampai pada mau melakukan apa yang dianjurkan oleh da'i, dari tidak menjalankan salat menjadi patuh, dari kikir menjadi pemberi, dari berlaku kasar menjadi lemah lebut, dari pemalas menjadi rajin dan sebagainya. Tanda kelima inilah yang merupakan tanda konkrit dari keberhasilan suatu dakwah.

Dengan demikian maka jika seorang da'i berdakwah setiap hari, tetapi masyarakat tidak paham, malah mereka jengkel kepadanya, mereka tidak membantu program- programnya, jurang pemisah dengan mereka semakin lebar, seruan-seruannya tidak mendorong mereka melakukan sesuatu, itu semua merupakan indikasi bahwa dakwah dari da'i tersebut tidak efektif.⁴³

Keberhasilan dakwah bukan hanya disebabkan oleh kehebatan da'i menyampaikan pesan- pesan dakwahnya, tapi lebih ditentukan oleh bagaimana masyarakat mad'u menafsirkan pesan dakwah yang mereka terima. Akan tetapi melalui komunikasi dakwah yang terus menerus betapa pu hsilnya, da'i dan mad'u sekurang- kurangnya dapat memetik tiga hal diantaranya adalah sebagai berikut:

⁴³ Achmad Mubarok, *Psikologi Dakwah*, (Malang: Madani Press, 2014), hal. 38-40

- 1) Menemukan dirinya. Seorang da'i yang sering berurusan dengan polisi atau bahkan penjara karena amar makruf nahi mungkar yang dilakukan misalnya, ia pasti mengerti siapa dirinya dan menempatkan dirinya pada posisi yang tepat dalam konstalasi sosial yang memungkinkan dirinya tetap dapat berperan sebagai da'i. Begitu juga seorang da'i yang justru dekat dengan elit kekuasaan, ia pun tahu siapa dirinya dan apa yang harus dilakukan agar ia tetap dapat berperan dalam posisinya sebagai da'i tanpa harus menjadi munafik
- 2) Mengembangkan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan dan perasaan seseorang tentang diri sendiri. Persepsi tentang diri sendiri dapat bersifat psikologis, sosial dan fysical. Konsep diri dipengaruhi oleh orang lain, misalnya pujian atau cacian orang. Pujian orang banyak terhadap seorang da'i dapat membentuk pandangan tentang diri sendiri sehingga dapat dikembangkan sesuai dengan harapan orang yang memujinya. Orang yang memandang dirinya sanggup mengerjakan sesuatu biasanya kemudian ia membuktikan dirinya sanggup, sedang orang yang merasa dirinya bodoh maka ia dapat menjadi bodoh beneran. Pengalaman seorang da'i berkomunikasi dengan mad'u dengan respon yang bermacam- macam dapat dijadikan pijakan untuk mengembangkan konsep dirinya yang positif.

3) Menetapkan hubungan dengan dunia sekitar. Pengalaman berkomunikasi dengan aneka respon dapat dijadikan pijakan oleh da'i untuk menetapkan hubungan dirinya dengan dunia sekitarnya, apakah dalam berhubungan dengan masyarakat akan menggunakan model auto- plastis, yakni menyesuaikan dirinya dengan orang lain, ikut arus masyarakat atau model alloplastis yakni masyarakatlah yang harus menyesuaikan dengan dirinya. Dengan yakni ia tetapkan posisi dirinya sebagai da'i, lengkap dengan visi dakwahnya dan biarlah orang lain yang harus mengikutinya.⁴⁴

e. Prinsip-Prinsip Dakwah Efektif

Terdapat beragam prinsip-prinsip dakwah efektif. Namun dalam pandangan sebagian ulama, faktor da'i dan metode dakwah menjadi faktor yang amat menentukan dalam efektivitas kegiatan dakwah. Berikut ini akan diuraikan kedua faktor tersebut dalam menentukan aktivitas dakwah yang efektif.

1) Faktor Da'i

a. Memiliki Kualifikasi Akademis tentang Islam

Dalam hal ini, seorang da'i sekurang-kurangnya memiliki pengetahuan tentang Al-Qur'an dan al-Hadis. Setiap da'i yang menegakkan amar ma'ruf nahi munkar, diisyaratkan harus mempunyai ilmu pengetahuan yang luas. Sebab, hubungan antara ilmu pengetahuan dengan cara berdakwah sangat erat. Terutama,

⁴⁴ *Ibid*, hal. 41-42.

mempunyai pengetahuan tentang ilmu agamanya. Sehingga ia dapat menerangkan seputar ajaran agamanya itu dengan gamblang dan jelas.

b. Memiliki Konsistensi antara Amal dan Ilmunya

Seorang da'i sekurang-kurangnya harus mengamalkan apa yang ia serukan kepada orang lain. Perbuatan seorang da'i tidak boleh mecehkan kata-katanya sendiri, apa yang ia demonstrasikan kepada masyarakat haruslah apa yang memang menjadi keyakinan batinnya, sebab inkonsistensi antara kedua hal tersebut akan membuat seruan dakwahnya tidak ber"bobot" dan tidak berwibawa di depan masyarakat

c. Bersikap Santun dan Lapang dada

Sifat santun (al-hilm) dan lapang dada yang dimiliki seseorang merupakan indikator dari keluasan ilmunya, dan secara khusus kemampuannya mengendalikan akalunya (ilmunya) dalam praktek kehidupan. Secara psikologis, kepribadian santun dan lapang dada seorang da'i akan membuat orang (mad'u) terikat perasaannya, lebih daripada pemahaman melalui pikirannya sehingga masyarakat mad'u cenderung ingin selalu mendekatinya.

d. Tidak mengharap pemberian orang (iffah)

Da'i adalah pemimpin, dan hanya orang merdeka yang bisa menjadi pemimpin. Setiap da'i harus menyadari bahwa dakwah adalah pekerjaan memimpin orang menuju ke jalan yang benar.

Oleh karena itu, seorang da'i haruslah berjiwa pemimpin, dan seorang pemimpin harus memiliki kelebihan dibanding yang dipimpin. Sifat 'iffah memungkinkan seorang da'i untuk memimpin masyarakat karena ia tidak mengharapkan pemberian masyarakat, sebaliknya justru ingin memberi, yakni memberi bimbingan.

e. Kemudahan dan Membuang Kesulitan

Satu hal penting yang mesti diingat di jalan dakwah adalah hendaknya seorang da'i menjadikan jalan mudah, dan menyingkirkan kesulitan sebagai metodenya dalam berdakwah kepada Allah Swt. Jangan sampai terjadi munculnya pendapat yang menentang dan keras, sebagai pertanda bahwa dakwah yang dia lakukan tidak mendapatkan respons. Agama ini datang dengan mudah dan menyingkirkan kesulitan-kesulitan yang dihadapi umat ini.

f. Sesuaikan Dengan Bahasa Mad'u

Salah satu petunjuk Al-Qur'an bagi mereka yang menjalankan dakwah hendaknya para da'i melakukan dakwah itu sesuaikan dengan kadar kemampuan akal orang yang didakwahi (mad'u) dan sesuai dengan bahasa yang dipahami oleh mad'unya.

2) Faktor Metode

Siti Muriah menyebutkan bahwa, metode dakwah dibagi menjadi tiga macam, yaitu *bil hikmah*, *mauidzah al khasanah* dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Adapaun pengertiannya adalah sebagai berikut:

a) *Bil Hikmah*

Dalam kamus, kata al-himah diartikan *al-'adl* (keadilan), *al-hilm* (kesabaran dan ketabahan), *an-nubuwwah* (kenabian), *al-'ilm* (ilmu pengetahuan), *al-haqq* (kebenaran) dan meletakkan sesuatu pada tempatnya.⁴⁵ Secara terminologi adalah berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

b) *Mau'idzatul Khasanah*,

Secara bahasa, *mau'idzah khasanah* terdiri dari dua kata, *mau'idzah* dan *khasanah*. *Mau'idzah* berasal dari kata, *wa'adza-yau'idzu-'idzatan* yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sedangkan *khasanah* berarti baik.⁴⁶ *Mau'idzatul Khasanah* sering diterjemahkan sebagai nasihat yang baik.

⁴⁵ I' anatur Thoifah, *Manajemen Dakwah: Sejarah dan Konsep* (Malang: Madani Press, 2015), hal, hal. 51.

⁴⁶ Misbach Malim dan Avid Solihin, *Dinamika dan Strategi Da'wah*, Cetakan Ke-2, (Jakarta: PT Abadi, 2010), hal. 34.

Secara istilah yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.⁴⁷

c) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan,*

Kata *jadda* dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu. Secara terminologi yaitu berdakwah dengan cara bertukar dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.⁴⁸

2. Konsepsi Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber. Pesan itu memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan. Pesan yang baik memiliki ciri diantaranya adalah pesan harus dirancang dengan baik sehingga menarik, pesan harus memiliki kesamaan makna,

⁴⁷ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Rahmat Semesta, 2010), hal. 34

⁴⁸ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah, Op. Cit*, hal. 34

pesan harus membangkitkan kebutuhan khalayak, dan pesan harus memperoleh kebutuhan itu.⁴⁹

b. Bentuk Pesan Dakwah

Di dalam menentukan materi dakwah ada beberapa hal yang menjadi perhatian diantaranya adalah pertama, memilih materi, kedua jangkauan ilmu, ketiga menyusun materi, keempat menguasai materi. Sukriadi Sambas dalam Fahrurrozi menyebut sumber utama ajaran Islam sebagai pesan dakwah adalah al-Qur'an itu sendiri yang memiliki maksud spesifik. Setidaknya terdapat sembilan maksud pesan al-Qur'an diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan hakikat tiga rukun agama Islam, yaitu Iman, Islam, dan Ihsan yang didakwahkan oleh para rasul dan nabi
- 2) Menjelaskan segala sesuatu yang belum diketahui oleh manusia tentang hakikat kenabian, risalah, dan tugas para Rasul Allah
- 3) Menyempurnakan aspek psikologis manusia secara individu, kelompok, dan masyarakat
- 4) Mereformasi kehidupan social kemasyarakatan dan social politik atas dasar kesatuan nilai kedamaian, dan keselamatan dalam keagamaan
- 5) Mengokohkan keistemewaan universalitas ajaran Islam dalam pembentukan kepribadian melalui kewajiban dan larangan;
- 6) Menjelaskan hukum Islam tentang kehidupan politik negara
- 7) Membimbing penggunaan urusan harta
- 8) Mereformasi system peperangan guna mewujudkan dan menjamin kedamaian dan kemasyalahatan manusia dan mencegah dehumanisasi dan
- 9) Menjamin dan memberikan kedudukan yang layak bagi hak-hak kemanusiaan wanita dalam beragama dan berbudaya.⁵⁰

⁴⁹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah, Op. Cit*, hal. 68.

⁵⁰ Fahrurrozi, dkk, *Ilmu Dakwah, Op. Cit*. 92-93.

Menurut Muhammad Qadaruddin Abdullah, isi materi senantiasa terfokus pada 3 unsur pokok ajaran Islam, yaitu:

1) Aqidah

Aqidah menurut bahasa adalah berasal dari kata *aqd* yang berarti pengikatan, ikatan yang kokoh, pegangan yang teguh, lekat, kuat dan dipercaya, atau apa-apa yang diyakini seseorang. Menurut bahasa aqidah adalah keimanan atau apa-apa yang diyakini dengan mantap dan hukum yang tegas, yang tidak dicampuri keragu-raguan terhadap orang yang mengimaminya.⁵¹

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam ajaran Islam. Akidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti kepercayaan. Tauhid adalah suatu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam Islam, aqidah merupakan tekad batiniah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.⁵²

2) Akhlak

Perkataan akhlaq merupakan bentuk jamak dari kata *khuluq* yang berarti tabiat, watak, perangai dan budi pekerti. Akhlak bisa didefinisikan sebagai sesuatu yang bersemayam di dalam jiwa, yang secara cepat dan mudah serta tidak dipikir-pikir dapat lahir dalam bentuk perilaku seseorang. Karena akhlak Muslim sumbernya adalah seluruh ajaran Islam, maka yang menjadi standar nilai akhlaq adalah

⁵¹ *Ibid.* hal. 69.

⁵² Fahrurrozi, dkk, *Ilmu Dakwah, Op. Cit.*, hal. 95.

Alquran dan sunnah. Akhlak yang sesuai dengan Alquran adalah akhlak terpuji (mahmudah).⁵³

Islam mengajarkan agar manusia berbuat baik dengan ukuran yang bersumber kepada Allah. Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik dan buruk. Akhlak dalam aktivitas dakwah merupakan pelengkap saja yaitu untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman akan tetapi akhlak merupakan penyempurna keimanan dan keislaman seseorang.

3) Ibadah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata ‘ibadah diartikan de perbuatan untuk menyatakan bakti kpd Allah yg didasari ketaatan mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.⁵⁴ Kata “ibadah” dalam bahasa Arab adalah bentuk Masdar (kata benda) dari kata kerja (fi’il) ‘abada, ya’budu yang berarti: Menyembah, memuja. Karena itu, kata “ibadah” sebagai bentuk kata benda diartikan dengan penyembahan dan peribadatan.⁵⁵

Dari pengertian-pengertian yang telah dikemukakan dapatlah dipahami bahwa ibadah itu adalah penyembahan dan pemujaan yang

⁵³ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah, Op. Cit*, hal. 69.

⁵⁴ Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, hal. 536.

⁵⁵ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah, Op. Cit*, hal. 69-71.

harus dilakukan oleh umat manusia dan diperhadapkan kepada Tuhan Pencipta mereka sesuai dengan tuntunan Alquran dan Sunah Rasulullah SAW.

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Muliaty Amin, pesan dakwah terkandung tiga prinsip pokok diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Aqidah, yaitu menyangkut system keimanan terhadap Allah SWT yang menjadi landasan fundamental dalam keseluruhan aktivitas seseorang Muslim, baik yang menyangkut mental maupun tingkah laku.
- 2) Syariat, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas umat Muslim di dalam semua aspek hidup dalam kehidupannya dengan menjadikan halal dan haram sebagai barometer.
- 3) Akhlak, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertical dengan Allah SWT maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT (*hablumminalloh dan habluminannas*).⁵⁶

Ketiga ajaran dasar ini, aqidah, akhlak, dan syariat yang harus ditanamkan pada masyarakat. Cara penyampaian dan penanaman nilai-nilai agama ini lebih dikenal dengan istilah dakwah. Sementara dakwah itu sendiri terbagi kepada dua, yaitu da'wah bi al-hal dan da'wah bi al-lisan. Untuk memahami dakwah secara umum dengan dua bentuknya

⁵⁶ Muliaty Amin, *Metodologi Dakwah*, (Makasar: Alaudin University Press, 2013), hal 164.

tersebut terlebih dahulu dikemukakan pengertian, fungsi, tujuan, dasar hukum dan prinsip dakwah

c. Teknik Penyampaian Pesan Dakwah

Materi Dakwah Islam tidak hanya terkait dengan konten, tetapi juga berhubungan dengan teknik penyampaian pesan. Dakwah tentu saja bukan cara yang sembarangan dan cara yang asal-asalan. Dakwah juga bukan sekedar proses yang membutuhkan waktu singkat. Dalam berdakwah pun tentu juga membutuhkan proses yang baik dan berkualitas. Berikut adalah ciri-ciri atau karakteristik dari dakwah yang baik dalam Islam:

1) Menggunakan Bahasa Kaumnya

Dakwah yang baik haruslah menggunakan bahasa kaum yang tepat atau sesuai kondisi setempat. Artinya bahasa ini bukan sekedar bahasa melainkan kebiasaan dan tradisi agar mudah untuk dapat diterima dan adaptasi tanpa harus Islam merubah nilai inti dari ajarannya.

2) Mengikuti Perkembangan Zaman

Dakwah Islam yang baik juga harus dapat mengikuti perkembangan zaman tanpa harus juga merubah nilai inti dari Islam. Perkembangan zaman ini khususnya adalah perkembangan teknologi dan karakteristik masyarakat. Dengan memanfaatkan hal tersebut, maka perkembangan dakwah Islam akan semakin massif dan cepat.

3) Menyentuh Hati dan Jiwa

Dakwah yang baik juga harus mampu untuk menyentuh hati dan jiwa manusia. Dakwah harus dapat menggugah hati seseorang sehingga dari situlah muncul kesadaran dan dorongan untuk melaksanakan perintah Allah. Dengan menyentuh hati dan jiwa maka akan muncul juga kesegaran ruhani dalam diri.

4) Memiliki Pendasaran yang Kuat

Dakwah yang baik juga harus memiliki pendasaran yang kuat. Pendasaran yang kuat ini tentu berdasarkan dalil naqli dan aqli yang valid. Tanpa pendasaran yang kuat, tentu saja akan menjadi dakwah yang kurang kuat dalam pikiran manusia. Manusia tentu membutuhkan alasan yang mampu masuk akal dan menggugah dirinya. Untuk itu dakwah Islam harus dapat memiliki pendasaran yang kuat.

5) Tidak Asal Klaim atau Judgement

Dakwah Islam yang baik juga tidak boleh asal-asalan untuk mengklaim atau judgement pada manusia. Dakwah tidak boleh asal mengatakan seseorang kafir atau munafik atau menstatusi seseorang dengan ungkapan tertentu. Yang harus dilakukan justru haruslah menggugah dan memberikan kesadaran dengan kalimat dan kata-kata yang baik.⁵⁷

⁵⁷ Fahrurrozi, dkk, *Ilmu Dakwah, Op. Cit*, hal. 98-100.

3. Konsepsi Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar.⁵⁸ 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.

b. Bentuk-Bentuk Media Dakwah

1) Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan, diantaranya:

a) Film Slide

Film slide adalah rekaman gambar pada film yang telah diprogram sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen.

⁵⁸ Irzum Farihah, *Media Dakwah POP*, At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1, Nomor 2, Juli – Desember 2013, hal. 29.

b) Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya.

c) Gambar dan Foto

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.⁵⁹

2) Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Radio

Dakwah dilakukan melalui siaran radio akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan

⁵⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 68

sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara.

b) Tape Recorder

Dakwah dengan tape recorder ini relatif mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai keinginan dan kebutuhan. Disamping itu da'i juga dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya dapat disebarakan.⁶⁰

3) Media Audio

Visual Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Televisi

Di beberapa daerah di Indonesia Masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Saat ini sangat banyak acara-acara dakwah yang disiarkan di tv contohnya Islam itu Indah yang disiarkan channel Transtv, Mamah Dedeh di Indosiar, dan juga kajian-kajian di channel tv lainnya.

b) Film

Film yang digunakan sebagai media dakwah yang harus diisi misi dakwahnya adalah naskah, diikuti skenario, shooting

⁶⁰ *Ibid*, hal 120.

dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah.

c) Internet

Internet dapat menjadi media sekaligus ruang ekspresi bagi masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas dakwah, baik sebagai khalayak (mad'u) maupun sebagai penyeru (Da'i). Melalui berbagai platform internet, setiap orang dapat menikmati pesan-pesan agama sekaligus menambah informasi-informasi agama.⁶¹

4) Media Cetak

Media cetak adalah media penyampaian informasi melalui tulisan yang tercetak. Diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Buku

Para ulama yang merupakan penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya.

b) Surat kabar

Dakwah melalui surat kabar yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.

c) Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Jika majalah tersebut

⁶¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenade Media Group. 2004), hal. 152.

majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang Da'i dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

4. Konsepsi Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”.⁶² 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”

Menurut Ade Syahputra, 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

⁶² Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8

membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.⁶³

b. Penggunaan Media Sosial Instagram

Dewasa ini media sosial sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk bercakap-cakap tapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat yaitu sebagai berikut:

1) Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend an dibicarakan banyak orang.

2) Menjalin Silaturahmi

Melalui media sosial, kita sebagai user dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan user lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga

3) Membentuk Komunitas

Bagi yang memiliki kesukaan dan hobi yang sama, dapat membentuk suatu perkumpulan atau komunitas yang berisi orang-

⁶³ Ade Syahputra, *Social Media Marketing Uniqlo Indonesia Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran*, (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2021), hal. 4.

orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Misalnya, teman-teman yang suka travelling membentuk komunitas yang berisi orang-orang yang juga memiliki hobi travelling. Media sosial menjadi berperan untuk koordinasi, sharing, dan interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung.

4) Branding

Dalam perkembangan saat ini. Branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan personal branding.

5) Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Jika dahulu untuk berjualan harus berada di pinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan memanfaatkan media sosial.

6) Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan untuk kegiatan sosial menjadi terpenuhi.⁶⁴

⁶⁴ Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016) hal. 2.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang dibagikan oleh para pengguna Instagram tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi maupun radio. Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi yang diposting tersebut mendapat respon menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya. Hal ini pun terjadi dalam proses dakwah dalam aplikasi Instagram, dimana konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik hati banyak diminati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang banyak diminati dan menjadi tren. Pada intinya Instagram memberikan manfaat positif bagi penggunanya.

H. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka ini, peneliti berusaha memaparkan/menyajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan pemikiran yang peneliti lakukan guna mengetahui dan mendapatkan perspektif ilmiah dari hasil penelitian terdahulu yang akan sangat membantu peneliti dalam penulisan tesis ini. Selain itu, guna membuktikan ke-aslian atau orisinalitas dari penelitian yang peneliti lakukan. Berikut adalah deskripsi singkat hasil penelitian yang peneliti cantumkan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nabila Tasya dengan judul "*Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Oleh Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifudin Jambi*", mahasiswi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifudin Jambi. Tahun 2021.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa, bentuk-bentuk media dakwah yang dipelajari ada lima diantaranya, lisan, seni, audio, visual, tulisan, dan auditif. Kedua, Faktor pendukung penggunaan Instagram sebagai media dakwah ada tiga yaitu keinginan pribadi, mudah diakses oleh banyak orang dan lingkungan. Sedangkan faktor penghambatnya ada empat yaitu terlalu sibuk dengan urusan lain, jaringan dan kuota internet yang tidak memadai, keterbatasan pengetahuan, serta takut akan prasangka orang lain. Ketiga, penggunaan Instagram sebagai media dakwah dalam penelitian ini didapatkan 15 orang pengguna mahasiswa KPI. Informan dipilih oleh peneliti dengan alasan bahwa mereka sering mengunggah pesan dakwah dalam instastory atau isntagram.⁶⁵

2. Skripsi yang ditulis oleh Achmad Sarifudin dengan judul "*Efektivitas Instagramtv @gusmiftah sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Institute Agama Islam Negeri Salatiga*, mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah IAIN Salatiga Tahun 2020.

⁶⁵ Nabila Tasya, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Oleh Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sulthan Thaha Saifudin Jambi*, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifudin Jambi, 2021).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI IAIN adalah sebagai media promosi dan mencari informasi, menambah pengetahuan dan mengikuti berbagai akun instagram yang bermanfaat. Media dakwah sangat memudahkan viewer berinteraksi dengan pendakwah, memposting konten-konten bertemakan dakwah, mengunggah konten-konten yang berfaedah, membagikan video dakwah maupun sholawat, dan menonton video ceramah para ustadz serta bisa diakses dimanapun dan siapapun. Selanjutnya, Instagram TV akun @gusmiftah sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI IAIN Salatiga angkatan 2016-2017 bahwa pesan dakwah yang disampaikan mudah dipahami, pesan dakwah yang disampaikan singkat dan jelas, pesan dakwah sesuai dengan keadaan yang ada di sekitar, metode penyampaiannya kreatif, penyampaian bahasa mudah dipahami oleh mahasiswa, dan media dakwah yang sesuai bagi mahasiswa. Efektivitas instagram Tv akun @gusmiftah sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI IAIN Salatiga angkatan 2016-2017 membuat hati menjadi terketuk, bertambah tekun dalam beribadah, dan lebih religius.⁶⁶

3. Skripsi yang ditulis oleh Desi Anggraini dengan judul penelitian *“Efektivitas media sosial Instagram dalam penyampaian pesan dakwah (studi akun instagram @islamdakwahcom”*, mahasiswi Jurusan

⁶⁶ Achmad Sarifudin, *Efektivitas Instagramtv @gusmiftah sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Institute Agama Islam Negeri Salatiga*, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2020)

Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunuikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun 2019.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram dalam penyampaian pesan dakwah cukup efektif, cukup efektif maksudnya adalah dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi dalam mencari materi dakwah yang terdapat pada akun @islamdakwahcom dan memberikan pesan-pesan dakwah seperti akhlak, akidah, dan syariah.⁶⁷

I. Metode Penelitian

Dalam rangka untuk merencanakan proses penelitian secara keseluruhan dan agar penelitian dapat selesai tepat waktu serta penelitian berjalan di arah yang benar, maka tentunya tak lepas dari metode penelitian. Metodologi peneltian skripsi ini berguna dalam rangka memetakan pekerjaan penelitian secara keseluruhan dan memberikan kredibilitas kepada hasil penelitian yang dicapai nantinya. Adapun metode dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang data-datanya berupa kata-kata, kalimat, artinya datanya tidak berbentuk angka.⁶⁸ Menurut Sukmadinata,

⁶⁷ Desi Angraeni, *Efektivitas media sosial Instagram dalam penyampaian pesan dakwah (studi akun instagram @islamdakwahcom)*, (Lampung: UIN Raden Lampung, 2019).

⁶⁸ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian, Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hal. 7.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, keyakinan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Penulis mengumpulkan data melalui pengamatan yang cermat dan mendalam, termasuk deskripsi dalam konteks yang rinci disertai dengan catatan dari wawancara mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan.⁶⁹ Menurut Zulki, penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman berdasarkan metodologi yang meneliti tentang fenomena sosial dan masalah manusia. Dalam pendekatan ini, prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati.⁷⁰

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Moloeng, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan melalui deskripsi berupa kata-kata dan bahasa, dalam konteks khusus yang bersifat alamiah. dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁷¹ Ratna mengatakan bahwa penelitian kualitatif tidak semata-mata mendeskripsikan, tetapi

⁶⁹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cetakan Kedelapan, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 60.

⁷⁰ Zulki Zulkifli Noor, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Petunjuk Praktis untuk Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi)*, (Sleman: CV. Budi Utama, 2015), hal. 18.

⁷¹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif: dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hal. 24.

lebih penting adalah menemukan makna yang terkandung dibalikinya, sebagai makna tersembunyi, atau dengan sengaja disembunyikan.⁷²

Dengan demikian penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi tentang efektivitas dakwah satu menit melalui media instagram dikalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen (Studi Akun Instagram @dakwahustadz_abdulsomad).

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif analitik. Deskriptif analitik merupakan metode dengan cara menguraikan sekaligus menganalisis.⁷³ Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan dan menganalisis dari data-data yang telah dikumpulkan yang berupa tulisan, dokumen, gambar, wawancara, fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok untuk dideskripsikan dan dianalisis secara mendalam.

Dengan menggunakan metode analisis deskriptif, maka efektivitas dakwah satu menit melalui media instagram dikalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen (Studi Akun Instagram @dakwahustadz_abdulsomad) dapat dipaparkan dan dianalisis secara lebih mendalam yang nantinya

⁷² Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, cetakan 1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 94.

⁷³ Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, cetakan 1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 336.

dapat memudahkan peneliti untuk dapat mendapatkan pemahaman yang tepat dan utuh dalam mencapai tujuan penelitian yang ditentukan. Peneliti mengadopsi penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dengan tujuan untuk mendapatkan penghimpunan data, memperoleh pemahaman secara mendalam akan fenomena. Menurut Mardiyanto, studi kasus adalah penelitian yang mendalam dan mendetail tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan subjek penelitian.⁷⁴

3. Subyek dan objek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber utama data penelitian⁷⁵, yaitu data mahasiswa KPI IAINU Kebumen. Selanjutnya dalam penelitian kualitatif ini objek penelitian dilakukan pada mahasiswa KPI IAINU Kebumen dalam kriteria yang menggunakan instagram, mengikuti akun @dakwahustadz_abdulsomad, menyukai dakwah ustad abdul somad, dan tentunya mudah ditemui. Pemilihan didasarkan atas pertimbangan rasional bahwa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang merupakan bagian dari Fakultas Ushuluddin, Syari'ah dan Dakwah sudah dibekali dengan ilmu-ilmu dakwah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya:

⁷⁴ Eko Murdiyanto, *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal), Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020), hal. 32.

⁷⁵ Saefuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Cetakan XI, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2010), hal. 34.

a. Observasi

Observasi berasal dari bahasa Latin yang berarti memperhatikan dan mengikuti.⁷⁶ Menurut Sukmadinata, observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Menurut Ali dalam Mahmud, observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek, baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷⁷

Sejalan dengan pendapat di atas, Leddy dalam Yunus mendefinisikan observasi adalah *Observation has been accompanied by the making of a record and the record is always a part of the observation. Observation is indissolubly linked with a record.* Pengertian di ini dapat diartikan bahwa observasi selalu disertai dengan pembuatan rekaman dan rekaman sendiri merupakan bagian dari observasi. Observasi tidak dapat dipisahkan dengan rekaman.⁷⁸

Observasi dilakukan untuk megamati dan mencatat suatu obyek dengan sistematika fenomena yang diselidiki. Metode ini digunakan untuk mengamati, mendengarkan dan mencatat langsung terhadap efektivitas dakwah satu menit melalui media instagram dikalangan

⁷⁶ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan, Op. Cit*, hal. 220..

⁷⁷ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan, Op. Cit.*, hal. 168.

⁷⁸ Hadi Sabari Yunus, *Metodologi Penulisan: Wilayah Kontemporer, Op.Cit*, hal. 357.

mahasiswa KPI IAINU Kebumen (Studi Akun Instagram @dakwahustadz_abdulsomad).

b. *Interview*/wawancara

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wawancara adalah pertemuan tanya jawab peneliti dng informan untuk tanya jawab, spt antara majikan dan orang yg melamar pekerjaa.⁷⁹ Menurut Yunus, wawancara adalah komunikasi dua arah antara pewawancara dan yang diwawancara secara langsung.⁸⁰ Moloeng mengartikan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.⁸¹

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Wawancara digunakan oleh peneliti untuk menilai mendapatkan data yang informatik dan orientik dari perilaku santriwati. Teknik *interview* atau wawancara yang digunakan adalah jenis wawancara terstruktur atau bersandar yang menyerupai daftar pertanyaan dan survey tertulis, yakni mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis-garis besar atau pokok-pokok yang akan ditanyakan dalam proses wawancara. Penyusunan pokok-pokok ini dilakukan sebelum wawancara.

⁷⁹ Kamus Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, hal. 1619.

⁸⁰ Hadi Sabari Yunus, *Metodologi Penelitian: Wilayah Kontemporer, Cetakan I*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 357.

⁸¹ Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif, Op. Cit*, hal. 135.

Selain itu, peneliti menggunakan teknik wawancara tak berstruktur. Peneliti menggunakan wawancara tidak struktur dikarenakan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis tetapi hanya berupa garis besar atau pedoman umum saja. Maksud penggunaan metode ini adalah untuk mencari data yang berhubungan dengan efektivitas dakwah satu menit melalui media instagram dikalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen (Studi Akun Instagram @dakwahustadz_abdulsomad). Wawancara dilakukan kepada beberapa mahasiswa KPI IAINU Kebumen dalam kriteria yang menggunakan instagram, mengikuti akun @dakwahustadz_abdulsomad, menyukai dakwah ustad abdul somad, dan tentunya mudah ditemui.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen.⁸² Dokumentasi dapat berupa catatan, foto, buku, surat kabar/internet, majalah, agenda, dan data berupa film atau video. Metode dokumentasi ini digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari sumber di lapangan.

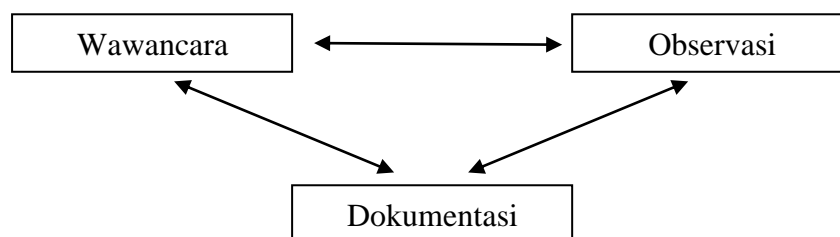
d. Triangulasi Data

Dengan teknik triangulasi data maka peneliti akan mengumpulkan data dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data yang

⁸² Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan, Op.Cit*, hal. 183.

sudah ada⁸³. Tujuan dari triangulasi data ini adalah bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dengan teknik ini dapat digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai suatu fenomena yang sedang dikaji, selain itu juga akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan satu pendekatan saja. Dengan metode ini akan diketahui apakah suatu data dinyatakan valid atau tidak.

Berikut ini adalah gambaran triangulasi teknik pengumpulan data.



Gambar.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.⁸⁴

5. Teknik Analisis Data

Analisis berarti mengolah data, mengorganisir data, memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema-tema yang sama.⁸⁵ Analisis data di sini berarti mengatur secara sistematis bahan hasil wawancara dan observasi, menafsirkannya dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru. Sugiyono analisis data

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 241.

⁸⁴ *Ibid*, hal. 273.

⁸⁵ Raco, *Metode Penulisan Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2020), hal. 122.

adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁸⁶

Analisis data yang peneliti lakukan yaitu dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diinformasikan atau diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah analisis data kualitatif dengan tahapan berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Mahmud, reduksi data adalah proses memilih, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksi data dan mengubah data kasar.⁸⁷ Pada tahap reduksi, peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategori berdasarkan huruf besar, huruf kecil, dan angka.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Farida Nugrahani, sajian data adalah sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan kepada peneliti untuk menarik simpulan dan pengambilan tindakan.⁸⁸ Peneliti menyajikan data dalam

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, Op. Cit*, hal. 244.

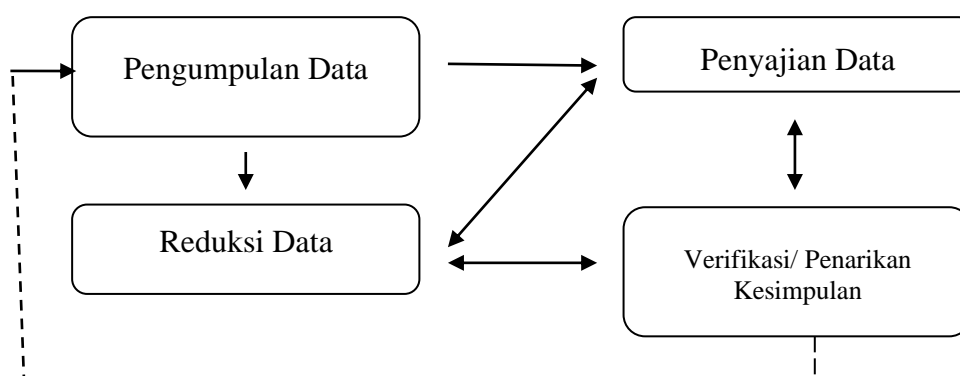
⁸⁷ Mahmud, *Metode Penulisan Pendidikan, Op.Cit*, hal. 93.

⁸⁸ Farida Nugrahani, *Metode Penulisan Kualitatif, dalam Penulisan Pendidikan Bahasa*, (Bandung: Pustaka Media, 2015), hal. 190.

bentuk tabel, grafik, pictogram dan sebagainya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Menurut Mahmud, verifikasi data adalah penjelasan tentang makna data dalam suatu konfigurasi yang jelas menunjukkan alur kausalnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.⁸⁹ Secara skematis proses analisis data di atas dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar. 3 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman⁹⁰

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan bisa berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Sehingga kesimpulan

⁸⁹ Mahmud, *Metode Penulisan Pendidikan, Op.Cit*, hal. 93.

⁹⁰ *Ibid.*

dalam penelitian kualitatif ini bisa merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

J. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, landasan teori, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II. GAMBARAN UMUM INSTAGRAM @DAKWAH USTADZ_ABDULSOMAD DAN BIOGRAFI USTADZ ABDUL SOMAD

Bab ini memuat uraian tentang akun Instagram @dakwahustadz_abdulsomad, biografi dan pendidikan Ustadz Abdul Somad.

BAB III. GAMBARAN UMUM MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN SYARI'AH DAN DAKWAH

Pada bab ini berisi tentang Fakultas Ushuluddin Syari'ah, dan Dakwah, serta Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAINU Kebumen

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pemanfaatan instagram oleh mahasiswa KPI IAINU Kebumen sebagai media dakwah dan efektivitas dakwah melalui

Instagram @dakwahustadz_abdul somad di kalangan mahasiswa KPI IAINU Kebumen.

BAB V. PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan. Saran diarahkan pada dua hal, yaitu:

1. Saran dalam usaha memperluas hasil penelitian, misalnya disarankan perlunya diadakan penelitian lanjutan.
2. Saran untuk menentukan kebijakan di bidang-bidang terkait dengan masalah atau fokus penelitian.