

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah dalam Islam adalah suatu kewajiban yang mutlak dilaksanakan oleh setiap muslim menurut kemampuan yang dimilikinya. Tugas dakwah dalam Islam adalah tugas mulia dan merupakan kewajiban. Sasaran dakwah dalam Islam adalah seluruh umat manusia tanpa kecuali. Oleh karena itu media penyampaian dakwah adalah hal yang sangat penting, karena dapat menentukan efektif tidaknya suatu penyampaian.

Kemajuan Ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini dapat mempengaruhi aktivitas dakwah yang dilakukan oleh para pelaku dakwah. Oleh karena itu, dakwah masa kini sudah seharusnya dikemas dalam berbagai metode yang efektif sesuai dengan kondisi objeknya.

Untuk melihat secara gamblang mengapa dakwah masa kini perlu melalui surat kabar, maka perlu dilihat beberapa unsur dakwah. Menurut Prof. Dr. Hamka seperti yang dikutip oleh H. M. Iskandar dalam buku *Pemikiran Hamka tentang Dakwah*, ia mengemukakan lima unsur dakwah yaitu subjek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, media dan sarana dakwah dan objek dakwah. Unsur-unsur tersebut salah satu diantaranya adalah media dan sarana dakwah. Media dalam sebuah informasi adalah sangat penting, karena media

merupakan saluran informasi yang merupakan faktor penentu berhasil tidaknya suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator.¹

Dakwah *bil-lisan* yang selama ini digunakan oleh para pelaku dakwah, dianggap tidak memadai lagi. Oleh karena itu dakwah seharusnya menggunakan metode-metode komunikasi sebagaimana halnya penyampaian informasi secara umum, dengan menggunakan media komunikasi yang komunikatif. Jurnal adalah salah satu media yang dapat dilakukan untuk menyampaikan dakwah kepada seluruh lapisan masyarakat. Namun media tersebut belum banyak dimanfaatkan oleh para pelaku dakwah masa kini.

Dalam abad informasi sekarang ini, dakwah tidak bisa tidak harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti: Radio, televisi, Film, Pers, Internet, dan lain-lain sebagainya. Begitu pula dengan media cetak modern seperti, artikel-artikel Islam, Jurnal dan lain-lain sebagainya.²

Kehadiran internet bagi para pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media massa

¹ H. M. Iskandar, *Pemikiran Hamka Tentang Dakwah*, (Makassar, Pusat Penelitian Islam dan Masyarakat (PPIM), 2001), hal. 251.

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2004), hal. 150

baru (*new media*).³ Penggunaan internet didukung dengan adanya smartphone mempermudah internet diakses dimana saja.

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa. Angka tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang.⁴ Pada tahun 2020 ketika terjadi pandemi COVID-19, kenaikan jumlah pengguna internet tidak terlalu signifikan. Kondisi pandemi saat ini hanya mengubah pola perilaku masyarakat dalam mengakses dunia maya yang mana sebelumnya dilakukan di perkantoran, maka saat ini pindah ke area perumahan. Perilaku hanya berubah dari kantor ke rumah, begitu juga soal belajar dari rumah, dengan kenaikan trafiknya sekitar 20% - 25%.⁵ Walaupun demikian, volume penggunaan internet di Indonesia dikategorikan masuk skala besar.

Internet membawa kemudahan informasi bagi siapapun, anak-anak hingga orang tua dapat mengaksesnya dengan mudah. Internet banyak menawarkan informasi dan aplikasi menarik di dalamnya. Salah satunya adalah aplikasi dalam internet yang disebut dengan jejaring sosial seperti blog,

³ Apriyadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 76-77

⁴ Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang, 2018, dalam <https://ekonomi.kompas.com>, diakses pada tanggal 13 September 2020.

⁵ <https://inet.detik.com/telecommunication/d-5194182/apji-sebut-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-naik-saat-pandemi> diakses pada tanggal 1 Oktober 2020.

facebook, twitter, snapchat, youtube dan instagram yang diberikan internet membuat penggunaanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan berbagi informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini telah merubah cara interaksi antar individu. Kini internet menjadi sebuah ruang digital yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunaanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet juga menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu dan ruang, yang dapat di akses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun.⁶

Kemudian perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi terus mengalami kemajuan yang pesat. Dengan hadirnya internet di era 1990-an menjadi faktor pendukung perkembangan era teknologi komunikasi dan informasi hingga tahun 2004. Cara manusia untuk saling berkomunikasi juga berkembang terus menerus mengikuti perkembangan teknologi. Teknologi komunikasi berkembang sangat pesat, hingga dapat menghadirkan beragam aplikasi pesan antar (instant messaging) dan juga beragam model Web 2.0 sebagai sarana komunikasi antar pengguna internet. Era ini disebut juga sebagai era media baru atau new media.⁷

⁶ Primada Qurrota Ayun, *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk Identitas*, (Yogyakarta, Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan, 2015), hal. 11

⁷ Putri Dwi Arlian, *Analisis Perilaku Pencarian Informasi Mengenai Breastfeeding Pada Ibu Net Generation*, (Surabaya, Magister Media dan Komunikasi, 2015), hal. 22

Instagram adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Menurut penelitian yang dilakukan *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Dalam survei media sosial paling banyak diakses di Indonesia berdasarkan klaim pengguna Instagram menempati posisi ketiga dengan persentase 38%. Secara global, total pengguna Internet menembus angka empat miliar pengguna. Untuk pengguna media sosialnya, naik 13 persen dengan pengguna *year-on-year* mencapai 3,196 miliar.⁸

Pengguna instagram bermacam-macam latar belakang pendidikan, profesi, pekerjaan, kasta dan lain-lain. Dari kalangan anak-anak hingga orang tua, dari kalangan terpelajar hingga awam, dari selebritis, hingga ustadz akan banyak ditemukan. Menurut hasil riset Taylor Nelson Sofres (TNS) mayoritas pengguna instagram di Indonesia adalah anak muda, pengguna mobile-first dengan kemampuan financial yang baik dan memiliki gelar sarjana.⁹

⁸ Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia, 2018, dalam <https://tekno.kompas.com>, diakses pada tanggal 13 September 2020

⁹ Pengguna Instagram di Indonesia Anak Muda Mapan Terpelajar, 2016, dalam <https://nasional.tempo.co.id> diakses pada tanggal 24 September 2020

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyak fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.¹⁰

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.¹¹ Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, sangat efektif sebagai media komunikasi

¹⁰ artikel Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 15 September 2020)

¹¹ Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), hal.47

dalam era modern. Salah satu media komunikasi yang efektif dalam era modern adalah penggunaan Instagram sebagai media dakwah.

Dakwah adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus. Pertama adalah tantangan keilmuan dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan. Ilmu dakwah tampak stagnan dalam tataran pengembangan keilmuannya. Jika mengacu pada dimensi pengembangan keilmuan tersebut pada tulisan-tulisan ilmu dakwah yang sangat menonjol, maka rasanya tidak kita jumpai karya akademis outstanding tentang dakwah tersebut. Banyaknya buku atau jurnal yang di dalamnya menjadi instrumen bagi pengembangan ilmu dakwah maka tentu akan menjadi ajang bagi pengembangan ilmu dakwah tersebut. Ada banyak pengkaji ilmu dakwah yang kemudian berubah pikiran untuk mengembangkan ilmu komunikasi atau *community development* atau bahkan kajian konseling. Akibatnya, orang lebih melihat pada cabang-cabangnya dan bukan pada pohon atau akarnya. Jika kita lihat di lapangan, maka tidak banyak kajian tentang dimensi-dimensi ontologis dan epistemologis keilmuan dakwah. Melalui diskusi atau kajian yang mendasar tentang hal ini, maka pengembangan keilmuan dakwah akan menjadi lebih semarak. Harus kita ingat bahwa hanya dengan diskusi atau kajian yang hangat saja maka pengembangan ilmu

dakwah akan menjadi kenyataan. Kedua, problem atau tantangan praksis dakwah. Harus kita akui bahwa dakwah bil lisan memang mendominasi terhadap percaturan dakwah di Indonesia. Ada banyak tokoh yang mengembangkan dakwah bil lisan ini. Baik dakwah bil lisan yang dilakukan melalui aktivitas bertajuk dakwah atau yang berupa sisipan dakwah dalam acara-acara yang khusus, misalnya peristiwa pernikahan, khitanan, jumatatan, atau lainnya. Selain ini juga ada dakwah yang dilakukan melalui media massa, seperti televisi, radio, atau media massa lainnya. Tentu saja semuanya memiliki sejumlah pengaruh bagi para audiennya. Dakwah Islam memang merupakan usaha yang dilakukan oleh para dai kepada masyarakat agar etika menjadi penganut Islam yang benar. Melalui dakwah Islam, maka masyarakat akan dapat menjadi pemeluk Islam yang menaati ajaran agamanya. Dan melalui dakwah Islam maka masyarakat yang memegang prinsip kehidupan berdasarkan ajaran agama akan didapatkan.¹²

Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Teknologi bukan sesuatu yang dilarang, meskipun di masa Rasulullah belum ditemukan adanya teknologi yang berkembang pesat dewasa ini. Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang dihadirkan mudah diterima, dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang dewasa ini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya bagi

¹² Zulkarnain, *Dakwah Islam Di Era Modern, Jurnal Risalah*, (Pekanbaru, Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, 2015), hal. 156

kehidupan umat manusia. Dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam. Kemajuan teknologi itu ibarat pisau bermata ganda, di satu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan sisi lainnya bisa mencelakai orang lain. Kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan di tangan siapa. Ketika berada ditangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada di tangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka pengguna adalah yang menentukan ke arah mana ia gunakan, baik atau buruk tergantung ditangan penggunanya.¹³ Oleh karena itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya melalui jejaring sosial instagram.

Dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini khususnya Instagram sebagai salah satu media sosial, dapat mempengaruhi aktivitas dakwah yang dilakukan oleh para pelaku dakwah. Oleh karena itu, dakwah masa kini sudah seharusnya dikemas dalam berbagai metode yang efektif sesuai dengan kondisi masa kini. Salah satu layanan aplikasi di dalam Instagram yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah terdapatnya Akun Qur'an Review. Akun Qur'an Review merupakan salah satu pengguna Instagram di mana pengguna akun Instagram ini berisi tentang ajaran Islam sebagai media dakwah yang disebarluaskan melalui akun Instagram tersebut. Akun Qur'an Review ini sangat efektif sebagai media dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam karena di media sosial karena jumlah pengguna

¹³ Muhlis, *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah Di Fasebook, Tesis* (Makassar, Universitas Islam Negeri Alaudin, 2016), hal. 4 – 5

Instagram sangat banyak, sehingga potensi dakwah dalam memberikan hal yang berkaitan dengan ajaran Islam melalui media sosial sangat besar. Dengan besarnya manfaat yang didapat dari metode dakwah melalui Instagram dengan menggunakan akun Qur'an Review, hal ini menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk meneliti Akun Qur'an Review sebagai salah satu akun pengguna Instagram yang dapat mengoptimalkan dakwah di era milenial ini.

B. Pembatasan Masalah

Instagram menjadi salah satu media komunikasi dalam dunia maya yang penggunaannya paling tinggi dalam era saat ini. Hampir dipastikan semua orang mempunyai dan menggunakan aplikasi instagram. Dengan kemajuan teknologi khususnya penggunaan Instagram sebagai salah satu media komunikasi dalam dunia maya berpotensi meningkatkan fungsi dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an sebagai salah satu sumber pertama dan utama ajaran Islam.

Fenomena di atas menurut pandangan peneliti menjadi objek penelitian yang sangat menarik. Maka dari itu, perlu adanya bentuk Al-Qur'an yang menyesuaikan Instagram sebagai media komunikasi tanpa mengubah substansi dan makna dalam Al-Qur'an yaitu melalui Akun Qur'an Review.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti permasalahan tersebut dengan judul: **OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI INSTAGRAM DI ERA MILENIAL (PENELITIAN PADA AKUN QUR'AN REVIEW).**

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan pembatasan permasalahan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti ambil yaitu bagaimana cara mengoptimalkan dakwah melalui instagram dengan menggunakan Akun Qur'an Review?

D. Penegasan Istilah

1. Dakwah

Secara etimologi bahasa perkataan dakwah berasal dari kata kerja ,ureynem ,kajagnem itrareb gnay ,(nataw'ad ,u'day ,a'ad) دعا يدعو دعوة memanggil, mengundang.¹⁴ Secara terminologi, banyak ilmuwan yang mengartikan tentang dakwah yang akan diterangkan sebagai berikut:

Muhammad Natsir seperti yang dikutip dari buku Manajemen Dakwah Islam karya Rosyad Shaleh, mendefinisikan dakwah sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, perikehidupan berumah tangga, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.¹⁵

¹⁴ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap, Edisi Ke-2*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), hal. 406

¹⁵ Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hal. 8

Istilah dakwah dalam buku *Manajemen Dakwah* karya Wahyu Ilaihi, dakwah adalah sebuah aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dakwah adalah suatu aktivitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode.¹⁶

Kemudian definisi dakwah oleh Toha Yahya Oemar, dalam buku *Ilmu Dakwah* karya Moh. Ali Aziz, ia mengatakan bahwa dakwah adalah: "Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat".¹⁷

Moh. Ali Aziz sendiri juga mendefinisikan dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.¹⁸

Secara umum, dari definisi dakwah oleh para ilmuwan di atas, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik yang tentunya dapat menggunakan wasilah (media) dan thariqah (metode).

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat urgen dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Hukum

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 21

¹⁷ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media Group, 2004), hal. 21

¹⁸ *Ibid*, hal. 11

dakwah telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125 di samping memerintahkan kaum muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya yakni dengan cara yang baik dan sesuai dengan petunjuk agama.¹⁹

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata "Insta" yang asalnya "Instan" dan "gram" dari kata "telegram".²⁰ Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain.

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan

¹⁹ *Ibid*, hal. 38

²⁰ Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), hal. 8.

penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.²¹

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.²²

Instagram punya dua pendiri. Yang pertama Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia App. Systrom tumbuh di daerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari Stanford University pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Lalu bergabung di Google selama dua tahun dengan tugas mengurus Gmail dan kemudian bekerja di tim Pengembangan Korporat. Dengan aktivitasnya yang banyak berkecimpung di dunia media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan

²¹ artikel Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 15 September 2020)

²² Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), hal.47

sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan startup teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi mobile dan ledakan besar App yang fokus pada check-in berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com.²³

Kisah Instagram bukan hanya tentang Kevin Systrom. Seperti yang sering terjadi, ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal di publik, Mike adalah ruh dari App-nya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di Stanford University. Dia jenis insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain dan kreativitas yang kuat. Setelah lulus dari Stanford University, dia bergabung dengan Startup Superhot Meeb, sebuah platform chat berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak. Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda.²⁴

3. Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan ayāt qauliyah, sumber ilmu, petunjuk, dan pedoman bagi orang yang beriman dan berakal. Allah –‘Azza wa Jalla– telah menurunkannya dalam sebuah bacaan yang berbahasa Arab tanpa cacat dan keraguan di dalamnya, serta relevan di setiap zaman dan tempat.

²³ George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tangerang, Gemilang, 2016), hal. 91.

²⁴ *Ibid*, hal. 93

Berkata Ibnu Katsir –rahimahullah– dalam tafsirnya (yang artinya): “Bahasa Arab adalah bahasa paling fasih, jelas, dan luas cakupannya, serta paling banyak perbendaharaan kata dalam mengungkapkan makna-makna yang merasuk jiwa-jiwa manusia, karena itulah Allah –‘Azza wa Jalla– menurunkan Kitab-Nya yang paling mulia dengan bahasa yang paling mulia di antara bahasa-bahasa lainnya yang disampaikan-Nya kepada rasul yang paling mulia, juga melalui perantaraan malaikat yang paling mulia, penurunannya terjadi di belahan bumi yang paling mulia, serta awal penurunannya (al-Qur’an) terjadi di dalam bulan yang paling mulia, yaitu bulan Ramadan; sehingga sempurnalah kitab al-Qur’an ini dari berbagai seginya”.²⁵

Tidak terbatas pedoman bagi umat Islam saja, bahkan beberapa ilmuwan dunia terpanggil dengan al-Qur’an yang menakjubkan ini, sehingga mereka rela “menguras keringat” untuk terus mencari celah di dalamnya; namun penemuan demi penemuan yang telah berhasil mereka dapatkan justru mengungkap rahasia-rahasia yang terkandung di dalamnya dan semakin menambah bukti atas kebenaran al-Qur’an yang disampaikan kepada Rasul-Nya yang “ummi” beserta keagungan Allah Sang Pencipta, meskipun hingga kini masih banyak hal misteri yang tersembunyi yang masih belum terpecahkan.

Islam, al-Qur’an, dan bahasa Arab adalah satu tubuh yang saling berhubungan dan saling menguatkan, tidak bisa dipisah-kan antara

²⁵ Ibnu Katsīr, *Tafsīr al-Qur’an al-‘Adhīm*, (Jed-dah: Maktabah Jeddah), Hal. 2

anggota satu dengan lainnya.²⁶ Mempelajari bahasa Arab merupakan syarat wajib seorang muslim untuk mengerti isi kandungan al-Qur'an, dan ketika seseorang mempelajari bahasa al-Qur'an, al-Sunnah, maupun al-āṣār secara otomatis orang tersebut mempelajari bahasa Arab, mengkaji sumber ilmu, sekaligus ikut andil menjaga kemurnian Islam itu sendiri. Bahasa Arab di samping berperan sebagai alat komunikasi antar sesama manusia, juga menjaga hubungan komunikasi seorang mukmin kepada Rabbnya dalam hal ibadah. Imam asy-Syāṭibī –rahimahullāh telah menegaskan pentingnya mempelajari bahasa Arab untuk memahami Islam, beliau berkata (yang artinya): “Sesungguhnya syariat yang mulia dan diberkahi ini (Islam) berbahasa Arab, bagi siapa yang ingin memahaminya hendaklah memahami sebagaimana lisan Arab memahaminya, tidak ada jalan lain bagi penuntut ilmu –yang hendak memahami syariat ini selain melalui jalur ini.”²⁷

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis optimalisasi dakwah melalui instagram di era milenial dengan menggunakan Al-Qur'an Review sebagai sumber utama dan pertama ajaran Islam.

F. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

²⁶ Acep Hermawan, *Metodologi Pembelajaran Bahasa Arab*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 111

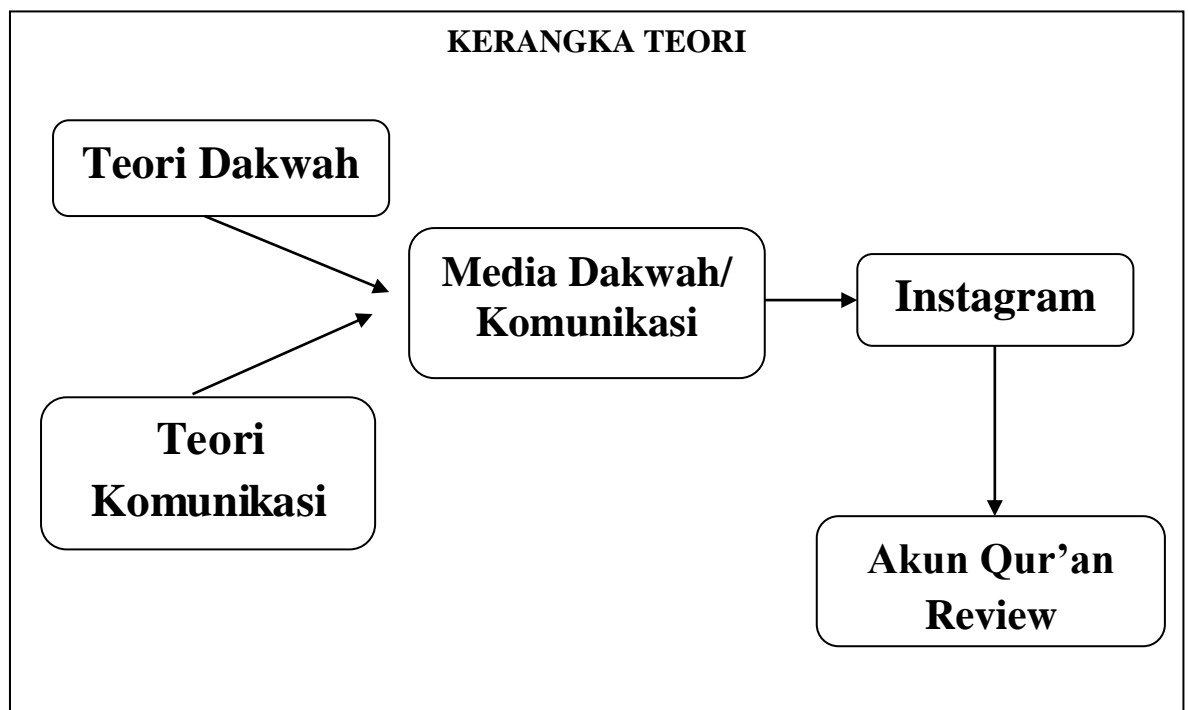
²⁷ Asy-Syāṭibī, *Al-Muwāfaqāt fi Uṣūl asy-Syarī'ah*, (Beirut: Al-Maktabah al-‘Ashriyyah, 2013), hal. 2

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu dakwah khususnya metode dakwah melalui instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review di era milenial.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi akademisi, mahasiswa untuk menambah wawasan ilmu dakwah terutama dalam optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review.

G. Kerangka Teori



Penjelasan:

Teori Dakwah dan Teori Komunikasi mempengaruhi media dakwah yang digunakan sebagai media komunikasi antara da'i dan mad'u dalam

berdakwah. Berdasarkan teori dakwah dan teori komunikasi dalam menggunakan media dakwah dalam era milenial ini, memberikan sebuah pilihan terhadap media dakwah yaitu Instagram sebagai salah satu media dakwah yang digunakan da'i kepada mad'u. Adapun cara menggunakan Instagram dalam berdakwah sebagai media dakwah adalah dengan menggunakan akun qur'an review.

H. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu Skripsi atas nama Imas Mutiati Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Fakultas Universitas Islam Negeri Walisongo pada Tahun 2018, dengan judul penelitian “Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)”.²⁸ Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan antara lain:

1. Fenomena dakwah melalui jejaring sosial instagram khususnya di Indonesia kian marak, ditandai dengan banyaknya para aktivis dakwah yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media berdakwahnya. Hal ini dipicu oleh banyaknya generasi milenial yang menggunakan dan menyukai instagram, juga kesadaran para da'i bahwa instagram merupakan media sosial yang mempunyai kekuatan luar biasa untuk membuat viral suatu konten dan kesadaran bahwa saat ini merupakan era dari audio visual. Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dapat

²⁸ Imas Mutiati, *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*, Skripsi, Tidak Dipublikasikan, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018)

menjembatani kemajuan teknologi dengan proses dakwah, di mana pengguna dapat mengakses informasi seputar dunia Islam tanpa kendala waktu, biaya dan tempat.

2. Bentuk metode dakwah yaitu *Bil Lisan*, *Bil Hal*, dan *Bil Qalam* melalui instagram berdasarkan hasil penelitian ini dapat di uraikan sebagai berikut: Pertama, bentuk dakwah *bil lisan* jika diterapkan pada instagram yaitu melakukan siaran langsung ceramah atau pengajian dengan menggunakan fitur instagram live, mengunggah konten video dakwah menggunakan fitur instagram TV dan instagram video, melakukan diskusi atau tanya jawab pada fitur instagram direct (direct message). Kedua, bentuk metode dakwah *bil hal* pada instagram yaitu mengunggah kegiatan amal pada fitur instagram foto dan instagram story dan menjadikan akun instagram pribadi sebagai media untuk berdakwah. Ketiga, bentuk metode dakwah *bil lisan* di instagram yaitu menulis konten dakwah melalui fitur instagram caption dan instagram story.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*). Penelitian ini memfokuskan pada kajian pustaka terhadap optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Akun Qur'an Review. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka agar dapat melihat secara keilmuan bagaimana optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Akun Qur'an Review.

Penelitian pustaka atau riset pustaka ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan.²⁹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.³⁰ Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang yang diamati yang tidak dituangkan ke dalam istilah yang digunakan dalam penelitian kuantitatif.³¹

3. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan desain penelitian secara deskriptif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa data angka, melainkan data yang berasal dari referensi-referensi atau literatur yang berkaitan dengan optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review.

4. Objek Penelitian

²⁹ Zed Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta, Yayasan Bogor Indonesia, 2004), hal. 3

³⁰ Saifuddin Azmar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2001), hal. 5

³¹ *Ibid*, hal. 6

Objek Penelitian yang peneliti gunakan adalah metode-metode atau cara-cara yang berkaitan dengan optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pegumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi alami, sumber data primer dan lebih banyak pada teknik observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi.³² Dalam penelitian ini di mana jenis penelitian ini merupakan penelitian pustaka, data yang berkaitan dengan penelitian ini adalah referensi-referensi atau pustaka yang mengkaji dan berkaitan dengan optimalisasi dakwah melalui instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review.

6. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, baik data dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto/gambar dan sebagainya hingga pada paparan hasil.³³

³² Almanshur Fuzan dan Ghony Djunaedi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 164

³³ *Ibid*, hal. 245

Alur analisis menurut Miles dan Huberman yakni analisis data dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data pada periode tertentu.³⁴ Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 (tiga) tahap, yaitu :

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan. Reduksi data dalam penelitian ini ialah memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk mencegah masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian tentang penggunaan serta bentuk dakwah *bil lisan*, *bil qalam* dan *bil hal* yang dapat dilakukan melalui media instagram. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian.

b. Display atau penyajian data.

Display atau Penyajian Data adalah bentuk uraian singkat, bagan, dan sejenisnya yang merupakan lanjutan setelah data direduksi dan melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung, Alfabeta, 2010), hal. 246

pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini merupakan sekumpulan informasi yang tersusun mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan serta bentuk dakwah bil lisan, bil hal dan bil qalam yang dapat dilakukan melalui media instagram. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Verifikasi atau penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yakni setelah data dipolakan, difokuskan dan disusun secara sistematis dalam bentuk naratif, maka melalui metode induksi, data tersebut disimpulkan. Makna data dapat ditemukan dalam bentuk tafsiran dan argumentasi. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan yang diambil sekiranya masih terdapat kekurangan akan ditambahkan.

7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku catatan. Buku catatan peneliti gunakan sebagai bahan rangkuman dalam merumuskan hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan referensi-referensi atau literatur yang berkaitan dengan optimalisasi dakwah melalui Instagram dengan menggunakan Al-Qur'an Review

J. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pembatasan Masalah
- C. Perumusan Masalah
- D. Penegasan Istilah
- E. Tujuan Penelitian
- F. Kegunaan Penelitian
- G. Kerangka Teori
- H. Hasil Penelitian Terdahulu
- I. Metode Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Pendekatan Penelitian
 - 3. Desain Penelitian
 - 4. Objek Penelitian
 - 5. Teknik Pengumpulan Data
 - 6. Teknik Analisis Data

BAB II TINJAUAN UMUM TEORI

- A. Dakwah
- B. Instagram
- C. Al-Qur'an

BAB III HASIL PENELITIAN

BAB IV PEMBAHASAN

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Penutup