BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah suatu proses mengajak menyeru dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Dakwah yang dimulai sejak zaman kenabian hingga kini telah mengalami perkembangan yang signifikan. Mulai dari jumlah pengikut dakwah, metode pergerakan-pergerakan atau jemaah yang mengusung dakwah itu sendiri.

Perkembangan dakwah ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan zaman, kemajuan teknologi bahkan menuntut dakwah dikemas secara lebih efisien dan mudah. Dakwah dalam Islam adalah wajib untuk dilaksanankan secara individu ataupun berkelompok. Dakwah dan teknologi tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika kita berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Dakwah di zaman yang *modern* dan canggih memerlukan sebuah metode yang canggih, jika tidak ada keseimbangan antara metode dakwah dan kondisi zaman pada saat ini, maka materi dakwah yang disampaikan bisa jadi tidak sampai sasaran atau tidak sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Teknologi bukan suatu yang dilarang, meskipun di zaman Rasulullah belum ditemukan adanya teknologi informasi seperti yang berkembang seperti pada zaman ini.

Dakwah tentunya memiliki pesan dimana pesan dakwah itu sendiri adalah Islam yang bersumber kepada Alquran dan Al-hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan akhlak dengan sebagai macam cabang ilmu yang diperolehnya. Pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang disampaikan dai kepada mad'u yang bersumber dari agama Islam,[1] dan dalam proses penyampaian pesan terjadilah sebuah komunikasi.

Komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan atau gagasan secara sederhana, kegiatan komunikasi dakwah merupakan peranan penting dalam menyebarluaskan agama Islam. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Alquran dan Al-hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.[2]

Peranan komunikasi dakwah Islam melalui media sosial sebagai alternatif sebuah dakwah yang modern dan terkini memainkan peranan penting dalam mengembangkan dakwah Islam di seluruh dunia. Dari sudut agama, tentunya dakwah menggunakan cara terbaik untuk menyeru

---

[1] Jamaludin Kafi, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah, 1997), h. 35.

[2] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 5.

manusia dengan santun, dan memberi nasehat secara hikmah. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ
أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

"Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik . Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk[3]" Q.S an-Nahl/16: 125.

Di era informasi, internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan. Internet menjadi media komunikasi yang banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi guna menunjang kebutuhan informasi yang cepat. Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat.

Penggunaan Internet sebagai media komunikasi menuntut penggunaannya memiliki pengetahuan cara menggunakan perangkat lunak komputer secara umum dan perangkat aplikasi internet secara khusus. Komunikasi dalam Internet selain memiliki konteks komunikasi massa

[3] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara penerjemah/penafsiran, 1997), h.383

juga membentuk komunikasi personal dalam jumlah banyak, yaitu pengguna internet dalam melakukan komunikasi berhadapan dengan pengguna lain dalam jumlah banyak yang masing-masing berperan sebagai komunikator dan komunikan.

Sifat dan bentuk pesan-pesan yang disampaikan melalui semua media komunikasi klasik dimiliki oleh media internet. Artinya, dalam internet pengiriman pesan menggunakan berbagai bentuk seperti teks, grafis, video dan suara. Dalam komunikasi melalui internet juga dimungkinkan terjadinya komunikasi antar berbagai personal yang rentang perbedaannya baik secara sosiologis maupun budaya. Perkembangan zaman perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang dihadirkan mudah di terima, dan tidak ketinggalan zaman.[4]

Zaman sekarang, kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan di tangan siapa, ketika berada di tangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada di tangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanya lah yang sangat menentukan ke arah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunanya. Maka dari itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, tidak mengherankan, kehadiran media sosial menjadi fenomenal, seperti *Facebook, Twitter, Youtube* hingga *Instagram*.

---

[4] Ahmad Husaini, *"Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama*" (Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, 2017), h. 3.

Instagram menjadi sebuah media teknologi komunikasi baru yang begitu cepat perkembangannya, canggih dan tiada batasan, perkembangan besar ini tidak direncanakan. Teknologi komunikasi dihadapkan dengan berbagai perubahan dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat. Pada tahun 2015 Indonesia menempati peringkat ke-6 sebagai negara dengan internet dan pemilik akun media sosial terbanyak di dunia. Ini potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah.

Penyebaran informasi ajaran pesan dakwah melalui internet dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, dakwah tidak harus ceramah di mimbar tapi dengan kecanggihan Internet, dakwah bisa dilakukan dimana saja serta bisa ditonton siapapun asal terhubung di internet. Pengguna Instagram di Indonesia bukan hanya sebatas meng-*upload* foto dan *tren* gaya hidup saja dalam kegiatan sehari-hari, namun sebagian pengguna instagram di Indonesia sudah memanfaatkannya sebagai media dakwah. Instagram bisa menjadi media alternatif dalam menyiarkan agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dalil-dalil dalam menyebarkan dakwah Islam.

Melalui media internet khususnya instagram dapat menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial, kini semakin banyak para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media. Tidak hanya para ustaz yang menggunakan Instagram sebagai media dakwahnya, para ustazah banyak pula yang memodifikasi metode dakwahnya dan

menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya. Ustazah yang aktif berdakwah di media sosial instagram antara lain ustazah Oki Setiana Dewi (@okisetianadewi), ustazah Pipik Dian Irawati (@_ummi_pipik_), ustazah Uni Alfi (@unialfi), dan ustazah Haneen Akira (@haneenakira), yang paling aktif menggunakan audio dan visual adalah ustazah Haneen Akira yang biasa disapa Teh Haneen.

Ustazah Haneen Akira adalah istri dari Ustaz Hanan Attaki, founder pemuda hijrah adalah seorang pendakwah. Beliau sering mengisi tausiyah di acara keakhwatan, ceramahnya ringan, mudah diterima remaja, ceramah secara asyik, menggugah dan menyentuh hati. Saat beliau tilawah, dan akan merasakan ketenangan dan kata-katanya sering membuat turut tenggelam dengan kisah-kisah para muslimah teladan sepanjang zaman, dan keharusan memiliki izzah pada diri muslimah.

Ustazah Haneen Akira menggunakan pendekatan kreatif yang didukung oleh sosial media Instagram dalam bentuk visual (foto dan video) sebagai bahan postingannya. Dengan adanya fasilitas ini, banyak followersnya kalangan wanita, karena ketika berdakwah beliau sangat unik, meskipun tema yang diangkat sudah banyak digunakan oleh pendakwah lain, Ustazah Hanen Akira mengemasnya dengan menggunakan bahasa kekinian di kalangan anak muda, dengan suaranya yang khas sehingga menambah keunikan di dalam dakwahnya.

Postingan pesan yang diposting secara rutin mendapat respon yang baik dari *followers*-nya. Akun ini dipilih karena banyak video dakwah

yang berdurasi 1 menit dengan ciri khas menggunakan hastag #1minutebooster banyak direpost oleh akhwat dan sejak Februari 2019 followersnya mencapai 554 k

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pesan Dakwah Melalui Akun Instagram Ustazah Haneen Akira**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah apa saja pesan-pesan dakwah dalam akun Instagram @haneenakira ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui isi pesan dakwah yang terkandung dalam akun Instagram @haneenakira.

D. Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat berguna sebagai :

1. Referensi keilmuwan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Antasari pada umumnya, dan dalam pengembangan ilmu dakwah khususnya.

2. Bahan informasi ilmiah serta masukan yang bermanfaat tentang pesan-pesan dakwah dalam akun Instagram @haneenakira
3. Bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian yang sesudah maupun sebelumnya dalam media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah, sehingga nantinya akan ditemukan format baru yang lebih efektif dalam menggunakan media sosial sebagai media dakwah .
4. Memberikan inspirasi kepada seluruh kalangan khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dan memicu semangat para generasi pendakwah untuk memanfaatkan sosial media sebagai media dakwah .

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka berikut akan diberikan definisi secara jelas terhadap istilah-istilah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsep atau materi dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @haneenakira yang meliputi akidah, syariah dan akhlak .
2. Akun instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akun instagram @haneenakira yang berisi banyak video dakwah berdurasi 1 menit dengan ciri khas menggunakan hastag #1minutebooster.

3. Postingan yang masuk dalam penelitian adalah postingan video berdurasi 1 menit yang memiliki materi dakwah di dalamnya yang terposting dari bulan Januari sampai dengan Desember 2018.

F. Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelusuran yang dilakukan di kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, yakni:

1. Skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Instagram sebagai media Dakwah (studi akun @fuadbakh)" yang ditulis oleh Anwar Sidiq, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Skripsi ini membahas pemanfaatkan Instagram @fuadbakh sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan Islamiyah secara efektif. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Anwar sidiq dengan penelitian ini adalah subyek penelitian yang menggunakan internet dan Instagram sebagai medianya, sedangkan perbedaannya yaitu sifat penelitian dalam skripsi ini menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan Anwar Sidiq menggunakan metode *library research* yang menekankan penggunaan fitur-fitur yang ada dalam instagram dalam proses berdakwah.
2. Skripsi yang berjudul "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Hadistsku" yang ditulis oleh Nur Rizky Toyyibah Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari. Dalam skripsi ini

membahas komunikasi visual dan pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @Haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi. Interpretasi dakwah sesuai dengan objek dan teks gambar dan diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur komunikasi visual yaitu gambar yang memenuhi diantaranya: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, prinsip komunikasi visual, keseimbangan, dan kesatuan. Juga memiliki prinsip komunikasi visual diantaranya keseimbangan dan kesatuan.

3. Skripsi yang berjudul "Dakwah melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham) " yang ditulis oleh Fifit Difika, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. dalam skripsi ini membahas pesan pesan dakwah dalam akun instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham. Penelitian ini bersifat deskriftif kualitatif, untuk mecapai tujuan penelitian menggunakan metode analisis isi dan teknik yang digunakan adalah metode dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Fifit Difika yaitu penggunaan internet dan Instagram sebagai medianya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym, dan Ustadz Arifin Ilham di

dalamnya mengandung materi dakwah dan nilai-nilai keagamaan. Materi dakwah yang terkandung dalam Instagram keempat Dai tersebut mengandung pesan-pesan kearifan dalam pencitraan dakwah.

4. Skripsi yang berjudul "Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi 'Pegang Janji Allah ' Episode 27 September 2017 Via Youtube)" yang ditulis oleh Ulfa Zulfi Pariska, mahasiwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Skripsi ini mengkaji tentang pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang bertema Pegan Janji Allah melalui media Youtube. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Zulfi Pariska adalah menggunakan metode analisis isi. Perbedaannya dengan peneliti yaitu penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan teks dan media yang digunakannya adalah Youtube. Sedangkan pada skripsi ini, peneliti lebih memfokuskan pada pesan-pesan dakwah apa yang terdapat dalam akun Instagram @haneenakira. Dari hasil analisis, peneliti ini menemukan lebih dari separuh pesan dakwah yang dibawakan Ustaz Hanan Attaki yang bertema pegang janji Allah dengan durasi 14.42 menit adalah pesan aqidah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini dijabarkan dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penelitian.

Bab II: Kajian pustaka

Yang berisi kerangka teori berisi tentang, pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, instagram sebagai media komunikasi dakwah.

Bab III: Metode penelitian

Yaitu pendekatan penelitian, subjek, objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data.

Bab IV: Pembahasan

Terdiri dari penyajian data, analisis data.

Bab V: Simpulan

Pada bab ini dimuat simpulan yang merupakan jawaban terhadap perumusan permasalahan yang diajukan pada bab satu, dan serta saran-saran.