# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pelaksanaan dakwah pada masa sekarang ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Karena itu, dakwah harus dikemas secara lebih efisien dengan cara dan metode yang tepat dan pas dengan menggunakan berbagai aplikasi dan kemajuan teknologi informasi. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat di tengah masyarakat. Faktual dalam arti konkrit dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.[1]

Dakwah dan teknologi adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Dakwah di zaman yang modern dan canggih ini memerlukan metode dan pendekatan yang canggih pula, sebab 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 sesuatu yang dilarang, meskipun di zaman Rasulullah belum ditemukan adanya teknologi seperti yang berkembang pada

[1]M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), h. ix.

zaman sekarang ini, sebagai suatu masa yang disebut sebagai era reformasi. Era informasi ditandai oleh kemunculan peralatan, aplikasi, dan berbagai program canggih yang berbasis pada internet, sehingga internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan.

Penyebaran transformasi ajaran pesan dakwah melalui internet dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, sehingga dakwah tidak lagi harus ceramah di mimbar tapi dengan adanya kecanggihan internet zaman sekarang, dakwah bisa dilakukan di mana saja serta bisa ditonton oleh siapapun asal terhubung dengan internet.

Salah satu aplikasi atau media sosial di internet yang bisa digunakan sebagai media dakwah adalah *instagram*.[2] Karena, *instagram* merupakan salah satu media audio-visual yang mudah dan cepat ditangkap oleh sasaran dakwah.

*Instagram* menjadi sebuah media teknologi komunikasi baru yang begitu cepat perkembangannya. Berdasarkan data yang di ambil pada tahun 2019 di Indonesia, *instagram* merupakan media sosial keempat yang paling sering digunakaan setelah youtube, facebook, dan whatsapp. Tak kurang dari 45 juta orang Indonesia ternyata menggunakan media sosial ini secara aktif. Ini potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah, sehingga mempermudah usaha dalam menyebarluaskan dakwah melalui konten-konten media sosial tentunya.

---

[2] Yodieana Duli Deslima, *"Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung", Skripsi*, (Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan, 2018), h. 6.

Pengguna *instagram* di Indonesia bukan hanya sebatas mengunggah foto dan perkembangan gaya hidup saja dalam kegiatan sehari-hari, namun di samping itu, sebagian pengguna *instagram* di Indonesia sudah memanfatkannya 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 *instagram* dapat dituliskan pesan-pesan dakwah pada jejaring sosial, kini para juru dakwah semakin banyak bertebaran dan akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media. Tidak hanya para *mubaligh* yang berdakwah dengan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya, namun sudah banyak generasi muda milenial yang juga memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya. Salah seorang di antaranya yang aktif berdakwah menggunakan *instagram* adalah Nurul Azka dengan akun *instagram*nya @nunuzoo.

Akun *instagram* @nunuzoo ini berisikan video yang bertemakan dakwah yang diselingi unsur-unsur komedi, sehingga disebut dakwah komedi. Melalui unggahan video yang bergenre dakwah komedi, para penonton dan pengikut (*followers)* akun @nunuzoo tidak hanya terhibur namun juga mendapatkan pengetahuan tentang ajaran Islam melalui video yang diunggah Nurul Azka.

Nurul Azka menggunakan pendekatan kreatif dalam membuat video. Ajakan kreatif melalui konten-konten yang dibuatnya di *instagram*, serta dia

selalu menyelipkan unsur-unsur berdakwah di setiap konten yang diunggahnya, dalam bentuk audio-visual.

Pengikut dari *instagram* (@nunuzoo) ini sebagian besar adalah kalangan wanita, mereka menyukai unggahan video yang dibuat oleh Nurul Azka, karena teknik menyampaikan pesan dakwah dari video tersebut sangat kreatif, walaupun konten dakwahnya memang sama dengan yang lain. Tema yang diangkat oleh Nurul Azka kebanyakan dari hal-hal kecil yang biasanya dilupakan oleh sebagian besar orang lain. Misalnya berkenaan dengan mengucapkan salam, membuang sampah pada tempatnya dan lain sebagainya.

Gayanya yang khas juga menjadi suatu keunikan bagi dirinya sendiri saat menyampaikan pesan dakwah. Topik yang diangkatnya lebih ringan dan menarik untuk ditonton. Berdakwah dengan cara yang berbeda tersebut diharapkan agar dapat menarik minat masyarakat atau sasaran dakwahnya. Konten video yang dibuatnya juga dikemas dengan genre komedi agar bisa menghibur penonton di samping hal yang utama adalah menyampaikan pesan-pesan dakwah. Postingan pesan yang mengandung ajaran tentang syariah, akidah dan akhlak yang diposting secara rutin setiap minggunya mendapat respon positif dari pengikutnya.

Berdasarkan uraian di atas, untuk lebih memahami pemanfaatan *instagram* sebagai media dakwah, maka dilakukan penelitian skripsi berjudul **"Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @nunuzoo"**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan utama dalam skripsi ini adalah: Bagaimana pesan-pesan dakwah dalam akun *instagram* @nunuzoo?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam skripsi ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui isi pesan dakwah yang terkandung dalam akun *instagram* @nunuzoo.

## D. Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis
   a. Menjadi referensi keilmuan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Antasari pada umumnya dalam pengembangan ilmu dakwah.
   b. Mengungkap materi dakwah dalam akun *instagram* @nunuzoo.
   c. Menambah pengetahuan dan pemahaman kalangan akademik mengenai konten dakwah dengan menggunakan analisis isi.
2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain:

   a. Bagi Penulis

      Untuk menambah wawasan pengetahuan dan mengaplikasikan pesan-pesan dakwah yang telah didapat di dalam perkuliahan sekaligus sebagai

persyaratan akhir untuk menyelesaikan Program S1 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

b. Bagi Penggiat Dakwah

Memberikan informasi, inspirasi, dan evaluasi kepada setiap kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dan memicu semangat para generasi pendakwah untuk memanfaatkan sosial media untuk media dakwah.

**E. Definisi Operasional**

Ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan terkait judul penelitian ini, yaitu:

1. Pesan

Pesan adalah amanat yang harus dilakukan atau disampaikan kepada orang lain.[3] Pesan dalam penelitian ini mengenai materi dakwah yang ingin disampaikan seperti materi tentang keislaman yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah dalam bidang akidah dengan iman kepada Allah, iman kepada rasul, iman kepada malaikat, iman kepada kitab-kitab, iman kepada hari kiamat, dan iman kepada qada dan qadar. Pesan dakwah dalam bidang syariah adalah bidang ibadah dan muamalah, sedangkan dalam bidang akhlak berkenaan dengan akhlak kepada Allah, dan akhlak kepada sesama makhluk hidup.

2. Dakwah

---

[3]Trisno Yuwono dan Silvita, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka), h. 437.

Dakwah adalah ajakan untuk ke jalan Allah Swt, serta menyeru kepada kebaikan. Dakwah tidak bersifat memaksa, karna dakwah itu mengajak. Dakwah juga berfungsi sebagai sarana pemecahan permasalahan umat manusia, pelaksanaan dakwah dapat dilaksanakan dengan berbagai cara dan metode, tergantung kepada tempat yang akan kita datangi untuk berdakwah.

3. Pesan Dakwah

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *Message*, yaitu simbol-simbol. Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Pesan dakwah dibagi menjadi tiga bagian yaitu pesan yang berkaitan dengan materi tentang akidah, syariah, dan akhlak. Pesan dakwah yang penulis maksud dalam skripsi ini adalah bersifat menyeluruh, jadi bisa pada dialog, perbuatan dan lainnya yang terdapat pada video yang di unggah.

*4. Instagram*

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video, serta bisa menerapkan filter digital, Satu fitur yang unik di *instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak.[4]

## F. Penelitian Terdahulu

[4]Eryta Ayu Putri S, "Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop", *Skripsi*, (Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2013), h. 14.

Ada beberapa penelitian atau skripsi yang terkait dengan judul skripsi Pesan Dakwah DalamAkun Instagram @nunuzoo ini, antara lain:

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada video Akun Instagram @Hijabalila” yang ditulis oleh Nisa Adilah Silmi mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi ini menganalisis pesan dakwah menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce yang disampaikan oleh pembuat konten @hijabalila, agar bisa tersampaikan kepada sasaran dakwahnya.
2. Skripsi yang berjudul “Efektifitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi pada Akun Instagram @islamdakwahcom)” yang ditulis oleh Desi Aggraini Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunkasi UIN Raden Intan Lampung. Dalam skripsi ini membahas efektifitas media sosial instagram dalam penyampaian pesan-pesan Dakwah melalui akun Instagram @islamdakwahcom.

Pembahasan dalam skrispi ini berbeda dengan skripsi di atas, karena skripsi ini difokuskan pada pembahasan tentang materi dakwah pada akun instagram @nunuzoo dengan menggunakan teknik analisis isi.

## G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menguraikannya ke dalam beberapa bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN yang meliputi latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi oprasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI yang berisikan pengertian.

BAB III METODE PENELITIAN yang meliputi pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

BAB V PENUTUP yang berisikan kesimpulan dan saran.