

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah merupakan suatu metode menyiarkan pesan yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis melalui individu kepada individu atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk memperbaiki pendapat dan sikap orang lain yang mengarahkan kepada hal yang baik sesuai ajaran Islam baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.¹ Menyampaikan dakwah secara jelas dan tersusun yang mana menimbulkan pengaruh kepada penerima pesan selaku individu ataupun khalayak. Sebagaimana yang terkandung dalam Qur'an surah An-Nahl ayat 125 mengenai hukum dalam berdakwah, Allah swt berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) pada jalan Tuhanmu menggunakan nasihat dan teladan yang baik, dan berdebatlah dengan mereka menggunakan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang menerima petunjuk."²

¹ Rafinita Aditia Rini Fitria, 'Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Dawuh*, Vol. 1, No, Hal 10.

²Diakses Pada tanggal 24 Oktober 2024, <https://quran.kemenag.go.id/>

Qur'an surah tersebut menyebutkan "kewajiban setiap muslim untuk menyeru atau mengajak kepada jalan Allah swt dengan jalan yang baik dan benar, yaitu dengan *hikmah, mauidhoh hasanah* dan diskusi yang baik. "Dakwah Islam memastikan tegak atau runtuhnya suatu rakyat. Islam tidak memiliki kemampuan berdiri tegak tanpa jamaah dan tidak memiliki kemampuan menciptakan rakyat tanpa adanya dakwah. Dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam. Dalam firman Allah diterangkan pada Al-Qur'an pada surah Ali-Imran (3) ayat 110, Allah swt berfirman:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: "*Kamu (umat Islam) merupakan umat terbaik yang dilahirkan buat manusia, (lantaran kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah berdasarkan yang mungkar, dan beriman pada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka terdapat yang beriman, tetapi kebanyakan mereka merupakan orang-orang fasik.*"³

Terdapat pada Al-Qur'an dan sunah ditemukan bahwa dakwah Islam terdapat kedudukan yang utama dan strategis. Islam menyesuaikan dengan perkembangan zaman baik, pada sejarah juga prakteknya dalam berdakwah sangat ditentukannya aktivitas dakwah yang dijalankan umat Islam.⁴ Kegiatan dakwah tidak dapat terlepas dari unsur-unsur atau komponen penunjang dakwah, seperti adanya *da'i* (komunikator), *mad'u* (komunikan), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media

³ Diakses Pada tanggal 24 Oktober 2024, <https://quran.kemenag.go.id/>

⁴ Nurwahidah Alimuddin, 'Kosep Dakwah Dalam Islam', *Jurnal Hunafa*, Vol. 4, No, hal

dakwah), *thariqah* (metode dakwah) dan *atsar* (efek dakwah). Semua unsur saling mendukung agar dakwah bisa berjalan dengan efektif dan efisien.⁵

Berdasarkan teori komunikasi yang ada, seorang *da'i* (komunikator) dapat disebut komunikasi dakwahnya efektif apabila memiliki beberapa indikator yaitu citra diri, kecakapan atau kemampuan memadai, kejelasan dan ketepatan ucapan, simpatik dan tampil antusias atau gairah tinggi. Pentingnya komunikasi dakwah yang efektif agar menimbulkan pemahaman, kesadaran, sikap, apresiasi dan pengalaman beragama sebagaimana yang diharapkan tanpa paksaan dan tidak adanya tekanan.⁶

Proses komunikasi sangat diperhatikan pada salah satu unsur dakwah yang mana harus menyesuaikan dengan perkembangan pada era informasi saat ini yaitu dengan memperhatikan unsur wasilah atau media dakwah. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan para *da'i* dalam berdakwah. Media dakwah ini dapat berupa barang, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya. Dalam memilih media dakwah, seorang *da'i* perlu memperhatikan aspek-aspek yang terkandung didalamnya, yaitu media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai, media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya dan

⁵ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, Vol. 3, No. 2, Desember 2019, Hal 85.

⁶ A. Markarma, "Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran," *dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 1, Juni 2014 Hal 135.

sesuai dengan materi dakwahnya pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif.⁷

Pada era informasi saat ini, melalui komunikasi dakwah dibutuhkan bisa sebagai penerang menggunakan fungsi-fungsi menjadi faktor pengimbang, penyaring dan petunjuk arah pada kehidupan. Dakwah sebagai pengimbang, berfungsi menjadi pengimbang kehidupan yang diangungkan oleh kenikmatan duniawi dampak kecanggihan teknologi menggunakan kehidupan *spiritual* yang bersifat *ukhrawi* (keakhiratan). Dakwah sebagai penyaring, membantu memutuskan pilihan-pilihan nilai yang lebih manusiawi dan Islami pada tengah keragaman dalam kebudayaan yang mampu menyesatkan. Serta dakwah sebagai petunjuk arah, dakwah dibutuhkan bisa membimbing insan untuk mengetahui makna hidup yang sesungguhnya pada tujuan kehidupan umat insan.

Kegiatan dakwah terjadi melalui proses hubungan, yaitu interaksi antara *da'i* menjadi komunikator dan *mad'u* menjadi komunikan, sehingga terjadi pengaruh pada *mad'u* yang akan membawa perubahan perilaku yang mengarah kepada kebaikan, dengan demikian terjadi hubungan sosial antara *da'i* dan *mad'u*.

Proses interaksi sosial di dunia maya, terjadi meskipun tidak bertemu secara langsung. Proses interaksi tersebut terjadi melalui peniruan, sugesti, identifikasi, dan empati dalam komunikasi dakwah melalui media sosial. Misalnya, pada saat perkenalan dan penafsiran antara *da'i* dan *mad'u*, dapat dipastikan bahwa kedua belah pihak saling mempengaruhi. Pentingnya komunikasi dakwah yang efektif di

⁷ Nilnan Ni'mah, "Dakwah Komunikasi Visual," dalam *Islamic Communication Journal*, Vol. 01, No. 01, Mei-Oktober 2014, Hal 107.

akun instagram dengan memantau sejauh mana video dakwah di instagram menjadi sumber pembelajaran dan membentuk perubahan perilaku pada pengikut atau pengguna instagram yang menonton video di akun tersebut.⁸

Memperhatikan metode dakwahnya yang dilihat dari motivasi para pengguna instagram yang ingin mencari sebuah pesan dakwah visual. Pesan dakwah visual juga dapat diperhatikan oleh pengikut atau pengguna instagram serta mendapatkan pembelajaran dalam menggunakan media sosial instagram untuk kepentingan dalam berdakwah.⁹

Sebagaimana yang dilakukan Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah dalam komunikasi dakwah beliau dalam menyampaikan pesan dakwah melalui akun instagram @syamailannabawiyah. Akun instagram menjadi sarana untuk menyampaikan dakwah dari majelis Syamail Annabawiyah yang diampu oleh Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah yang berlokasi di Pemurus Dalam, Komplek Pondok Pinang Indah, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin. Majelis tersebut dilaksanakan setiap hari Rabu jam 20:00 WITA. Dalam proses interaksi sosial melalui akun instagram pesan dakwah beliau sampaikan mendatangkan pengaruh untuk menerima, meniru, dan mengikuti. Dilihat dari akun instagram @syamailannabawiyah pengikutnya sudah mencapai 2.612 dan postingannya 232. Akun instagram tersebut menjadi salah satu *wasilah* beliau dalam berdakwah. Dilihat dari akun instagram

⁸ Febri Nurrahmi, 'Efektivitas Dakwah Melalui Instagram', *Dalam Nyimak: Journal of Communication*, Vol. 4, No, Hal.5.

⁹ Bagus Wira Prasetia, "Metode Komunikasi Dakwah Di Media Sosial (Facebook, YouTube, Twitter, Dan Instagram)," *dalam Jurnal Kajian & Pengembangan Manajemen Dakwah*, Volume 08, No. 02, Desember 2018, Hal 420.

@syamailannabawiyah juga menjadi salah satu pembeda dengan akun majelis yang lainnya karena adanya ringkasan, nasehat, alamat mejelis dan rihlah dakwah didokumentasikan oleh admin pada fitur instagram *story archive* yang mana *story archive* tersebut dapat dilihat dan dibaca oleh komunikan saat membuka akun instagram @syamailannabawiyah¹⁰

Berdasarkan hal di atas peneliti tertarik untuk lebih dalam mengetahui bagaimana isi pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah melalui beberapa postingannya dari unggahan foto dan unggahan video yang telah diunggah pada akun instagram @syamailannabawiyah. Diharapkan penelitian ini agar dapat lebih menjelaskan terkait pesan-pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan peneliti kemukakan pada kajian latar belakang, serta kebutuhan penelitian maka peneliti dapat merumuskan permasalahan yang diteliti, yaitu apa isi pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah pada akun instagram @syamailannabawiyah dalam tujuh postingan gambar dan tujuh postingan video?

¹⁰ Dudung Abdul Rohman, 'Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial', *Dalam Jurnal Diklat Keagamaan*, Vol. XIII, (2019), Hal 128.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah pada akun instagram @syamailannabawiyah dalam tujuh postingan gambar dan tujuh postingan video.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- a) Diharapkan mahasiswa mendapatkan pengertian yang terpaut pesan dakwah serta ilmu komunikasi khususnya di bidang media sosial instagram.
- b) Diharapkan memberikan kajian praktis tentang informasi ketika menyampaikan pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah pada instagram khususnya dalam penggunaan media dakwah.

2. Manfaat secara Praktis:

- a) Memberi gambaran isi pesan Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah dalam menyampaikan pesan dakwah pada media sosial instagram pada akun @syamailannabawiyah.
- b) Memberi arahan dalam menggunakan media massa dan menjadikan instagram sebagai media dakwah.

E. Definisi Istilah

1. Pesan dakwah

Dalam ilmu komunikasi, pesan merupakan suatu informasi yang penting sehingga diperlukan media perantara untuk diterima oleh penerima pesan. Pengiriman pesan dapat dilakukan secara komunikasi langsung tatap muka atau secara media komunikasi. Kata dakwah secara etimologis menggambarkan bentuk *masdar* berasal dari kata *da'a*, *yad' u*, *da' watan* yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong. Secara terminologis dakwah yaitu mengajak dan menyeru umat Islam menuju pedoman hidup yang diridhai oleh Allah swt dalam bentuk amar *makruf nahi mungkar*. Dalam menyampaikan pesan dakwah, penting untuk menyajikan hal-hal yang menarik agar pesan dakwah bisa dipahami dan dicerna dengan baik oleh pendengar atau *mad'u*. Hasil akhir dalam menyampaikan pesan diharapkan adanya pengaruh yang sampai kepada *mad'u* setelah menerima isi pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i*. Sehingga Keberhasilan *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif merupakan tanda utama dalam menilai keberhasilan *da'i* dalam aktivitas memberikan isi pesan dakwah kepada *mad'u*.

2. Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah

Al Habib Muhammad Sholahuddin adalah seorang Habib atau ulama yang bertempat tinggal di Kota Banjarmasin. Habib sholahuddin di lahirkan pada tanggal 13 maret 1979. Ayah beliau bernama Sayyid Ahmad Baraqbah dan Ibu

beliau bernama Syarifah Salma Alkaff. Al Habib Muhammad Sholahuddin ialah pengasuh dari majelis syamailannabawiyah.

3. Akun Instagram @syamailannabawiyah

Instagram memiliki berbagai macam fitur yaitu *story*, *live* instagram, *reels*, *slide post* atau Carousel dan sebagainya. Sehingga Instagram disebut aplikasi berbagi media sosial yang berbasis berbagi foto dan video secara instan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis dan menggambarkan postingan yang diunggah oleh sebuah akun instagram yaitu akun @syamailannabawiyah. Akun instagram @syamailannabawiyah menjadi salah satu wasilah dakwah yang dilakukan Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah. Pesan dakwah termuat dari unggahan gambar dan unggahan video berguna untuk menarik khalayak dalam memahami apa yang disampaikan serta dapat dijadikan pedoman untuk pengingat diri. Sehingga peneliti berfokus pada pesan dakwah yang termuat dari tujuh unggahan gambar dan tujuh unggahan video yang berisi pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah yang terkait tentang pesan dakwah ibadah, pesan dakwah akidah dan pesan dakwah akhlak.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel Penelitian Terdahulu 1. 1

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah	Nur Ratih Devi A, Meria Octavianti	Penelitian ini lebih terfokus untuk para anak muda, berdakwah dengan metode yang disenangi oleh mereka. Dakwah yang diserukan dengan menggunakan akun instagram dengan berbentuk gambar, paragraf atau pun video pendek dengan konten yang menarik sehingga dapat membuat para anak muda terdorong untuk mendengarkan kajian.	Sama-sama dakwah yang disiarkan dengan menggunakan akun instagram dengan berbentuk gambar, paragraf atau pun video pendek dengan konten yang menarik.	Perbedaan pada pendengarnya. Di dalam penelitian ini pendengarnya lebih terfokus untuk para anak muda, namun peneliti terfokus pendengarnya untuk masyarakat luas.
2	Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Hadisku	Nur Rizky Toybah	Hasil penelitian ini lebih terfokus pada setiap gambar yang dibagikan dengan objek yang sesuai dan teks yang agar dapat di jadikan sebagai pengingat diri. Setiap postingannya yang dibagikan juga berbentuk motivasi untuk diri sehingga terdorong untuk melakukan	Sama-sama penelitiannya menggunakan akun instagram.	Terfokus pada gambar dengan melihat unsur-unsur komunikasi visual nya seperti garis, bentuk, kualitas, gelap terang, ukuran, warna, tata huruf, namun peneliti hanya terfokus pada komunikasi dakwahnya yang berisi akidah, ibadah dan akhlak serta metode dakwahnya

			kebaikan. Serta memfokuskan pada gambar dengan melihat unsur-unsur komunikasi visualnya seperti garis, bentuk, kualitas, gelap terang, ukuran, warna, tata huruf. Keseimbangan dan kesatuan merupakan prinsip komunikasi visual yang terdapat pada akun instagram @Hadisku.		melalui gambar dan video.
3	Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @hawaariyyun	Eni Purwantari	Hasil penelitian ini lebih terfokus pada pesan-pesan dakwahnya, pertama akidah yakni mengimani kepada hari kiamat. Terutama Allah Maha Mendengar dan Maha Mengetahui dan mengawasi segala sesuatu. Mengimani kepada Rasul Allah dengan meneladani akhlak dan mengamalkan ajaran yang telah beliau sampaikan. Mengimani kepada hari akhir dengan cara menambah ketaatan dan	Sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif	Pada nama akun instagram yang digunakan berbeda. Di dalam penelitian ini menggunakan akun instagram @hawaariyyun yang diteliti hanya terfokus pada pesan-pesan dakwahnya, namun peneliti menggunakan akun instagram @syamailannabawiyah yang diteliti terfokus pada komunikasi dakwah dan caranya.

			<p>mensyukuri segala kenikmatan yang Allah swt beri. Kedua, syariah yakni ibadah dan muamalah. Muamalah merupakan hukum niaga dan hukum nikah terdiri dari ibadah, infak dan zakat, keutamaan membaca Al-Qur'an, salawat kepada Nabi, menjaga aurat dan menundukkan pandangan, jual beli, dan nikah yakni anjuran mendapatkan pasangan yang baik. Ibadah terdiri dari ibadah <i>mahdah</i> dan ibadah <i>ghaira mahdah</i>. Ketiga, akhlak terdiri dari akhlak kepada Allah yakni berharap dan taat kepada Allah. Akhlak kepada manusia yakni <i>taawun</i> atau tolong menolong dalam hal kebaikan dan menghindari akhlak <i>mazmumah</i> yakni berprasangka buruk, mencela, hasad, dan riya</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>terhadap manusia. Keempat respon atau timbal balik pengikut yang terdapat pada akun instagram @hawaariyyun yaitu berupa jenis-jenis respon, respon simpati aktif ialah mendukung dan memahami pesan yang disampaikan, dan respon simpati pasif ialah bentuk timbal balik yang tidak ada kaitannya sama sekali dengan pesan dakwah. Sedangkan antipasti ialah tidak suka dengan cara penyampaian maupun pesan dakwahnya dan yang paling dominan atau berpengaruh ialah respon yang bersifat simpati aktif.</p>		
4	Komunikasi Dakwah Ustadz Haji Rajudin di Kota Banjarmasin	Fazrin Rizaldy	<p>Hasil penelitian ini lebih terfokus pada biografi Ustadz H. Rajudin dan pokok materi yang disampaikan yaitu Tauhid, fikih, akhlak dan tasawuf serta metode ceramah yaitu dengan</p>	<p>Sama-sama berdakwah di Kota Banjarmasin untuk masyarakat luas, namun ada perbedaan dalam cara menyampai-</p>	<p>Di dalam penelitian ini terfokus komunikasi dakwahnya tidak melalui sosial media. Sedangkan peneliti terfokus komunikasi dakwahnya terfokus melalui sosial media.</p>

			membawakan lagu-lagu Roma Irama yang mana lagu-lagu tersebut berkaitan dengan materi ceramah yang Ustadz H. Rajudin serukan.	kan dakwahnya.	
--	--	--	--	----------------	--

G. Kerangka Teori

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari dua kata yaitu komunikasi dan massa. Menurut para ahli mengungkapkan mengenai definisi atau pengertian tentang komunikasi. salah satunya yaitu menurut Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi itu berasal dari kata latin “*communis*” yang juga berarti “*common*” (sama). Dengan demikian, ketika kita berkomunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Sedangkan kata “massa” menurut P.J. Bouman, digunakan untuk menunjuk suatu golongan penduduk yang besar, salah satunya untuk menunjukkan jumlah pendengar yang luas, tidak terdapat organisasinya tetapi terdapat ikatan dan persamaan jiwa.

Pengertian komunikasi massa menurut beberapa para ahli diantaranya:

a. Defleur serta MeQuail

Komunikasi massa merupakan suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara.

b. M.O. Palapah

Komunikasi massa merupakan pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk-bentuk komunikasi massa adalah seperti jurnalistik, *public relation*, penjelasan, propaganda, agitasi, dan komunikasi internasional.

c. Bittner

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Komunikasi massa terdapat 2 pengertian, secara luas serta sempit. Pertama komunikasi massa secara luas yaitu kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik ataupun digital dengan diharapkan adanya timbal balik. Kedua komunikasi massa secara sempit merupakan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak. Media massa ini menjadi ciri pokok pembeda antara komunikasi massa dengan komunikasi lainnya. Pihak yang menjadi penerima pesan pada komunikasi massa ini tidak harus selalu ada pada posisi atau daerah yang sama. Komunikasi massa ini ditujukan pada masyarakat awam, secara terbuka yang disebarkan secara luas melalui media massa yang digunakan, sehingga dapat dengan cepat diterima oleh masyarakat luas dengan cepat dan serentak.

2. Peran Komunikasi Massa

Komunikasi massa berperan penting dalam fenomena popularitas individu, organisasi atau lembaga tertentu. Nama-nama populer di masyarakat seperti dari kalangan politik, ekonomi, intelektual sosial, hiburan, olah raga dan sebagainya tidak terlepas dari peran pemberitaan media massa. Media massa menampilkan

bakat dan prestasi-prestasi tertentu dari individu sehingga memperoleh perhatian dan apresiasi dari khalayak. Sehingga dikenal luas di kalangan masyarakat karena bantuan media. Para pekerja seni (*entertainer*) lahir dari peran serta media massa dalam meliput dan menampilkannya. Demikian pula dengan profesi yang menunjukkan bakat lainnya. Keberadaan media semakin memberikan dampak yang sangat besar bagi khalayak. Bukan hanya melalui televisi, sosial media seperti salah satunya pada instagram saat ini juga menjadi tempat orang-orang yang ingin menarik perhatian khalayak. Sebelumnya melalui proses yang berangsur-angsur untuk terkenal, akan menjadi menakjubkan setelah adanya sentuhan media massa.

Secara umum peranan media massa dapat dilihat pada dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berperan positif dalam berbagai aspek kehidupan manusia, tetapi juga dapat berperan negatif dalam kehidupan khalayak. Media menjalankan peranan dalam kehidupan sosial dengan melakukan hal-hal berikut:

- a. Penyebar informasi yang objektif dan edukatif
- b. Melakukan kontrol sosial yang konstruktif
- c. Menyalurkan aspirasi rakyat dan memperluas komunikasi dan partisipasi masyarakat

Berikut beberapa fungsi komunikasi massa menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

1. Informasi

Fungsi informasi dapat disampaikan sebagai media massa yaitu penyebar informasi bagi khalayak. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media

massa yang berkaitan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Sebagai makhluk sosial, khalayak akan terus membutuhkan informasi.

2. Pendidikan

Media massa dijadikan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*), karena banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa ialah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kepada pembaca. Media massa dilakukan melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

3. Memengaruhi

Menurut DeVito, fungsi memengaruhi dianggap sebagai fungsi yang sangat penting dari komunikasi massa. Memengaruhi bisa datang dari berbagai macam bentuk yaitu pertama, mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Kedua, mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Ketiga, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Keempat, memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.

4. Hiburan

Tujuan dari fungsi hiburan ialah menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan sosial bagi masyarakat. Sedangkan bagi individu berfungsi melepaskan diri atau terpisah dari

permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa, dan mengisi waktu, penyaluran emosi.¹¹

H. Sistematika Penulisan

Penulis menyusun ke dalam V (lima) bab, di mana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab, diawali dari bab I (satu) yaitu pendahuluan kemudian sampai bab V (lima) yaitu penutup yang berisi kesimpulan dan rekomendasi. Berikut penjelasan sistematika tiap babnya agar mempermudah menjelaskan penulisan karya ilmiah ini:

BAB I Pendahuluan, pada pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu kerangka teori dan sistematika penelitian.

BAB II Kajian teori, menggambarkan teori mengenai teori yang berhubungan dengan penelitian pada kajian teori berisi beberapa penjelasan tentang kajian pustaka, kajian teoritik, kajian kepustakaan terkait atau hasil penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III Metode penelitian, menjelaskan mengenai yang peneliti tulis yaitu pendekatan dan kualitas penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan pengumpulan data, teknik pengumpulan data analisis data.

¹¹ Qudratullah, 'Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa', Jurnal Tabligh Edisi Desember 2016, Hal 42-45.

BAB IV Hasil penjelasan dan pemaparan dari penelitian, dengan menjelaskan pesan-pesan dakwah Al Habib Muhammad Sholahuddin Bin Ahmad Baraqbah pada akun instagram @syamailannabawiyyah.

BAB V Kesimpulan dan rekomendasi dari keseluruhan penelitian serta mengharapkan faedah yang dapat diambil dari penelitian ini.