

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah suatu kegiatan untuk mengajak dan menyeru manusia untuk beriman kepada Allah swt (Islam). Banyak cara yang bisa dilakukan dalam berdakwah, terlebih lagi di jaman yang serba modern ini, komunikasi informasi menjadi satu hal yang sangat penting sebagai alat dalam berdakwah, dengan bermacam kemudahan yang sudah ada, sehingga setiap orang dapat dengan mudah untuk membagikan pesan-pesan dakwah Islamiyah. Islam merupakan tata nilai yang bergerak di antara keharusan ajaran dan alur kebudayaan. Karena itu, dakwah dilakukan dengan senantiasa mempertimbangkan aspek-aspek kebudayaan dan adat istiadat yang sudah ada, selain aspek ajaran yang menjadi substansi informasi dalam proses tersebut.

Dakwah Islam sendiri, pada hakikatnya merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia untuk melakukan proses rekayasa sosial melalui usaha mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan berperilaku sesuai dengan tuntutan sosial dan norma ajaran.<sup>1</sup> Era informasi adalah era dimana informasi itu bisa menjadi dasar, bisa menjadi power, dan bisa menjadi nilai keunggulan kompetitif, sehingga bisa dijadikan salah satu jalan untuk menyiarkan dakwah Islamiyah secara efektif.

---

<sup>1</sup>Anas, Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. (Semarang: Pustaka Rizki Putra 2002) h. 2

Seperti yang disebutkan dalam Q.S Ali-Imran: 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter*, dan *Instagram*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan *Wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat ini teknologi internet dan *mobile phone* makin maju, maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Sekarang untuk mengakses *Instagram*

misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*.<sup>2</sup> Teknologi adalah saluran melalui pesan yang dapat menjadi faktor sebuah informasi.

Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya, media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media masa konvensional dalam menyebarkan berita-berita. Media sosial dapat dikembangkan menjadi media sosial yang hadir sebagai bagian dari perkembangan yang baru dan kontras di media tradisional / industri seperti media cetak dan media *audio visual*.<sup>3</sup>

Pada media sosial ustadz Hanan Attaki yang termuat pada salah satu media sosial yaitu Instagram. Beliau dikenal sebagai seorang *da'i* ternama Indonesia yang memiliki pembawaan gaya berdakwah santai, memotivasi dan tegas. Ustadz Hanan Attaki yang terkenal dengan tampilannya yang mengenakan pakaian santai, sopan, dan apa adanya pun dapat membuat masyarakat kagum dan tertarik akan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh beliau, khususnya bagi para remaja yang selalu menggunakan media sosial Instagram, dengan tampilan yang lebih modern dari seorang ustadz, para remaja lebih tertarik untuk mengikuti dan mendengarkan pesan-pesan yang disampaikan.

---

<sup>2</sup>Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa*. ( Jakarta : Fajar Interpratama Mandiri 2015), h. 27

<sup>3</sup>Nurudin. *Ilmu Komunikasi Imiah dan Populer*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada 2016) h. 288

Ustadz Hanan Attaki juga memberikan kata-kata yang menginspirasi pemuda dan orang dewasa untuk mampu menerapkan pesan yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial ini sebetulnya merupakan aplikasi yang memang sangat dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Jadi, dari fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil optimal sesuai dengan kebutuhan dan keperluan untuk menggali informasi.

Banyak para pendakwah yang menggunakan *Instagram* sebagai sarana berinteraksi dengan para pencari ilmu. Pembahasan tentang hadits-hadits dan ayat Alquran menjadi satu topik yang sering dibahas. Media dakwah (*wasilah*) sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam kepada *mad'u*). Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah bisa menggunakan berbagai macam wasilah. Oleh karena itulah penulis sangat tertarik untuk menggali lebih dalam tentang penyebaran dakwah melalui *Instagram* yang kemudian dimuat dalam bentuk skripsi yang berjudul, **“PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI INSTAGRAM”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apa saja pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki Melalui *Instagram*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui isi pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki Melalui *Instagram*.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan nantinya dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi ilmiah serta masukan yang bermanfaat tentang pesan-pesan dakwah dalam akun *Instagram* Ustadz Hanan Attaki.
2. Bahan pertimbangan agar penyampaian Dakwah bisa dilakukan melalui sosial media khususnya lewat *Instagram*.
3. Memberi inspirasi kepada setiap kalangan, khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari untuk memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media dakwah sesuai perkembangan zaman sekarang dan menghindari dari perilaku yang merugikan.
4. Memicu semangat para generasi pendakwah untuk memanfaatkan sosial media untuk media dakwah.
5. Sebagai kajian teoritis bagi penelitian yang mendalam pada masa yang akan datang.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk lebih memudahkan pengkajian terhadap masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan batasan pengertian istilah yang digunakan.

### 1. Pesan

Pesan adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Pesan yang dimaksud dalam hal ini adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi yang ada di akun *Instagram* Ustadz Hanan Attaki. Yang mana pesan-pesan tersebut berkaitan dengan materi dakwah bidang akidah, syari'ah dan juga akhlak.

### 2. Dakwah

Dakwah adalah penyampaian ajaran Islam atau ajakan kepada manusia baik secara lisan maupun dalam bentuk sikap dan perilaku yang diarahkan, supaya timbul kesadaran dan mengamalkannya. Penyampaian dakwah dapat dilakukan dimana saja dan dengan metode apa saja, sesuai situasi dan kondisi. Dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan penyampaian ajaran Islam yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui akun *Instagram* @hanan\_attaki.

### 3. *Instagram*

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Akun *Instagram* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akun *Instagram* @hanan\_attaki. Akun ini dipilih karena memiliki *Followers* diatas 2 miliar pengikut, dan merupakan akun Ustadz Hanan Attaki sendiri.

### 4. Postingan

Postingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah postingan dari akun *Instagram* Ustadz Hanan Attaki dari tanggal 24 Februari 2017 sampai dengan 20 Juli 2017.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelusuran yang dilakukan di perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin untuk mengetahui penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

1. 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. Hasil penelitian dari judul tersebut mengkaji sebuah bentuk komunikasi dan pesan dakwah. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pesan dakwah yang lebih dominan adalah pesan aqidah tentang iman kepada Allah SWT.
2. Skripsi yang berjudul “Analisis Isi Pesan Manajemen Qalbu dalam Twitter @AAGYM “ yang ditulis oleh Agnitia Citra Resmi mahasiswi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi ini membahas pesan dakwah Manajemen Qalbu yang diposting akun Twitter @AAGYM. Hasil penelitian yang ditemukan tentang pesan manajemen qalbu yang mendominasi pada akun twitter @AAGYM tersebut adalah tentang memahami dengan mengevaluasi diri sendiri dan mampu mengendalikan diri sendiri dan pesan manajemen qalbu pun akan lebih

mudah dipahami dan disebarluaskan melalui akun twitter@AAGYM tersebut.

3. Skripsi yang berjudul “Dakwah Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage facebook KH. Abdullah Gymnastiar)” yang ditulis oleh Rizki Hakiki mahasiwa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi ini membahas tentang ruang media dalam Fanpage facebook KH. Abdullah Gymnastiar. Hasil penelitian yaitu bahwa dakwah pada Fanfage KH. Abdullah Gymnastiar lebih banyak membahas tentang ilmu tauhid, namun dengan menuliskan kata-kata yang halus dan menyentuh hati.

Ketiga penelitian diatas memiliki beberapa persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu sama-sama meneliti pesan-pesan dakwah yang terdapat di beberapa media sosial. Namun juga memiliki perbedaan secara khusus, yaitu pada media sosial yang digunakan. Dua peneliti sebelumnya menggunakan media sosial twitter dan fanpage facebook sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang menggunakan media sosial *Instagram*.

Begitu pula dengan Skripsi yang berjudul ‘Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Hadistsku” yang ditulis oleh Nur Rizky Toyyibah Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari. Meskipun sama-sama menggunakan media sosial *Instagram*, namun juga terdapat perbedaan pada akun yang akan diteliti. Peneliti terdahulu meneliti akun @Hadistsku sedangkan peneliti saat ini meneliti pada akun @hanan\_attaki.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan ini penulis jabarkan dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut: Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penelitian. Bab II Kajian pustaka yang berisi kerangka teori. 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. Dan Bab V terdiri dari simpulan dan saran-saran.