

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu perangkat yang penting dalam hubungan kepada dunia luar. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunikasi yang terintegreasi oleh informasi, di mana masin-masing individu masyarakat sendiri saling berbagi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan Bersama.¹

Komunikasi merupakan sesuatu yang mutlak adanya dalam kehidupan kita, karena dengan komunikasi kita bisa menyampaikan pendapat dan gagasan kita. Istilah komunikasi berasal dari Bahasa Latin yaitu *communication*, yang bersumber dari kata *communis* artinya “sama” dan *communicio* atau *communication*, berarti “membuat sama”.²

Setiap manusia tanpa terkecuali untuk berkomunikasi merupakan kebutuhan yang tidak dapat ditiadakan keberadaannya. Kemampuan dan strategi sangat di butuhkan dalam komunikasi terutama ketika menghadapi manusia yang memiliki karakter dan perilaku yang bermacam-macam. Komunikasi juga adalah suatu

¹ Rohim Syaiful, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta,2009), h.8

² Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah* (Bandung:Remaja Rosdakarya,2010),h. 4

proses atau kegiatan menyampaikan pesan kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi adalah sesuatu yang mutlak dalam kehidupan manusia.

Kehidupan manusia akan tampak hampa apabila tidak ada komunikasi, karena tanpa komunikasi interaksi kita antar manusia, baik secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi tidak mungkin terjadi. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa menghindari dari namanya komunikasi.

Secara garis besar komunikasi di bagi menjadi 2 bagian, yang pertama adalah komunikasi verbal dan yang kedua yaitu komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan atau bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan.

Model komunikasi verbal adalah komunikasi yang paling banyak di pakai oleh kita. Melalui ucapan atau kata-kata dan tulisan, kita bisa mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, menyampaikan informasi, saling bertukar pikiran, saling berdebat, bahkan bisa saling bertengkar. Media yang sering di pakai dalam komunikasi verbal ini adalah Bahasa, karena Bahasa mampu menerjemahkan pemikiran seseorang kepada orang lain.

Sedangkan Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi nonverbal jauh lebih banyak di pakai dari komunikasi verbal. Komunikasi

nonverbal dapat berupa lambing-lambang seperti gesture, warna, mimik wajah dan lain-lain.³

Berdakwah Secara etimologis berasal dari kata *da'ā yad'ū* yang artinya mengajak, menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan⁴. Abdul Aziz menjelaskan, bahwa dakwah bisa berarti; Memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, memohon dan meminta. Jadi dakwah adalah proses mengajak orang lain kepada hal kebaikan dan proses dakwah adalah proses mengkomunikasikan pesan dakwah kepada orang lain.⁵

Kita semua sekarang ini hidup di zaman yang serba maju dan canggih, kita hidup di era yang apa kita inginkan bisa kita dapatkan dengan mudah. Hampir masyarakat umumnya memiliki perangkat komunikasi canggih (*smartphone*) yang selalu di bawa kemana-mana. "*Smartphones are becoming increasingly intertwined with people's daily lives*"⁶ Artinya ponsel cerdas menjadi semakin terkait dengan kehidupan sehari-hari orang. Smartphone itu bukan sekedar benda untuk saling berkomunikasi yang bisa menyambungkan suara dari kejauhan. Smartphone sekarang juga bukan sekedar untuk mengambil foto atau video untuk dokumentasi pribadi saja, sekarang semua sudah semakin modern mulai dari kita bisa bertatap

³ Tri Indah Kusunawati, "Komunikasi Verbal dan Non Verbal", *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, Vol.6, No.2 Tahun 2016, h.83.

⁴ M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta:Perdana Media Group,2009), h.17

⁵ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 1.

⁶ Ching-Hsien Hsu, "*The Power of Smartphones*", *Multimedia Systems*, (2016): h.1

muka dengan saudara dan teman kita dari kejauhan, kita bisa mengambil foto atau video kita terus hasil bisa di saksikan orang banyak bahkan sampai seluruh dunia bisa melihat hasil foto atau video kita.

Beranjak dari realita tersebut fenomena dakwah saat ini juga mengalami perubahan yang drastis, dulu para dai berdakwah dengan caranya masing masing (berbeda) sehingga mudah di pahami oleh *mad'ū* nya.

Alasan mendasar kenapa para *dā'ī* berdakwah dengan cara yang berbeda-beda adalah karena setiap manusia memiliki karakter yang berbeda-beda, setiap suku memiliki cara bergaul yang berbeda-beda sehingga cara pendekatan berkomunikasinya pun juga harus sesuai dengan karakter masyarakat tersebut.

Pada awal tahun 2000'an kita memasuki era digital, era digital adalah sebuah masa dimana manusia dibuat mudah pekerjaannya karena dibantu dengan peralatan canggih, mulai dari peralatan rumah tangga sampai ke peralatan komunikasi. Selain perkembangan smartphone kita yang semakin maju, ada sebuah inovasi teknologi yang membuat manusia merasa sangat terbantu yaitu dengan adanya internet. Internet merupakan kumpulan dari jutaan jaringan di seluruh dunia yang terkoneksi satu sama lain. Secara individual, jaringan komponennya dikelola oleh agen-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial, serta sukarelawan. Intinya internet dapat diartikan sebagai sebuah jaringan yang luas yang dapat menghubungkan pemakai internet ke pemakai yang lain baik yang berbeda tempat bahkan berbeda negara di dunia.

Pada tahun 2006 kehadiran media sosial semakin diterima masyarakat umumnya, Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi seperti di blog, jejaring sosial seperti facebook, Instagram dll. Jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial sehingga akan menciptakan dialog yang interaktif.

Pada awal kemunculan facebook, membuat dunia komunikasi untuk saling berinteraksi semakin bervariasi, dengan berbagai macam fitur yang ada di dalamnya, misalnya the wall. Fitur ini memberikan akses kepada pengguna untuk saling mengirim pesan kepada dinding teman. Terus ada *News Feed*. Fitur ini memungkinkan orang melihat kabar terbaru yang di unggah teman teman mereka ke jejaring sosial. Serta masih banyak lagi fitur-fitur yang ada di facebook yang terus bermunculan dari tahun ke tahun.

Memasuki tahun 2010 aplikasi Instagram mulai hadir di dunia maya, aplikasi tersebut mirip seperti facebook tapi aplikasi ini Cuma terbatas untuk membagikan video dan foto. Sekarang, Facebook dan instagram menguasai media sosial dunia karena inovasi serta kemudahan dan kenyamanan yang mereka berikan. Pengguna kedua aplikasi tersebut terus bertambah dari tahun ke tahun. Sehingga manusia di buat candu dengan media sosial tersebut.

Dari fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa pola komunikasi mengalami kemajuan, setiap generasi memiliki pola komunikasinya masing-masing. Sehingga

para *dā'ī* sekarang ini harus memiliki strategi dalam menyampaikan pesan komunikasinya sesuai dengan era dan medianya masing-masing.

Ditengah tren berdakwah melalui media sosial maka banyak bermunculan akun akun yang menyampaikan pesan dakwah melalui Instagram. Salah satunya adalah akun @muhammadnuzuldzikri yang di dalamnya akun tersebut menyampaikan pesan dakwah melalui gambar serta video.

Secara garis besar ustadz nuzul dzikri memiliki kesamaan seperti *dā'ī* pada umumnya, beliau berdakwah menggunakan sosial media sama seperti *dā'ī* lain. Yang membuat saya tertarik meneliti ini adalah penyampaian pada akun @muhammadnuzuldzikri materinya menarik, selain menyampaikan pesan dakwah pada umumnya, akun ini juga bisa membagikan materi amalan dzikir dan do'a yang mana menurut peneliti itu sangat cocok diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Banyak varian unggahan dalam menyampaikan pesan dakwahnya seperti ada poster tulisan yang dibalut dengan unsur klasik serta modern, ada poster audio yang sama dibalut dengan klasik dan modern tapi ini poster ada suaranya. Selain poster audio ada video pendek dan video yang durasinya panjang atau IGTV. Hal ke bervariasi ini yang membedakan dengan penceramah/pegiat dakwah melalui media sosial pada umumnya, karena kebanyakannya akun lain cuma memposting misal: video pendek saja, atau poster kata kata Mutiara saja, dan bahkan akun itu memposting materi dakwah yang disampaikan ditambah kegiatan keseharian pendakwah pemilik akun itu. Ini yang menurut peneliti yang membedakan akun @muhammadnuzuldzikri dengan akun pendakwah pada umumnya.

Selain itu, ketertarikan peneliti meneliti akun ini adalah karena konsistensi akun ini dalam menyampaikan pesan dakwahnya, biasanya dalam 1 hari rata-rata 3-4 unggahan yang dipublikasikan baik itu yang poster tulisan, poster audio, video pendek maupun Igtv.

Peneliti juga tertarik dengan poster tulisan yang dibagikan karena pesannya sangat singkat tapi memiliki makna yang padat. Hal ini juga membedakan dengan pendakwah Sosial Media pada umumnya yang jarang membagikan poster tulisan singkat nan padat di Instagram tapi kebanyakan video ceramah saja yang di upload.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dipaparkan, maka perlu diperjelas kembali rumusan masalah yang akan di teliti adalah:

1. Apa saja komunikasi verbal dalam dakwah @muhammadnuzuldzikri melalui Instagram?
2. Apa saja materi/pesan dakwah yang di bangun @muhammadnuzuldzikri melalui Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Menjawab rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui komunikasi verbal dalam dakwah @muhammadnuzuldzikri melalui Instagram
2. Untuk mengetahui materi/pesan dakwah versi komunikasi verbal @muhammadnuzuldzikri melalui Instagram

D. Signifikansi Penelitian

1. Segi Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh kalangan mahasiswa pada umumnya dan sebagai referensi bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang ingin melakukan penelitian mengenai metode komunikasi dakwah.
- b. Untuk menambah Khazanah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi umumnya.

2. Segi Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan ataupun pengetahuan bagi peneliti sendiri agar menjadi insani akademis yang baik.
- b. Sebagai karya ilmiah dalam memenuhi syarat tugas akhir dalam program strata satu (S1).

Definisi Operasional

Agar penelitian lebih terarah dan tidak menimbulkan salah pengertian atau salah penafsiran dan mempunyai Batasan yang jelas, maka penulis perlu untuk membuat definisi operasional, yaitu:

1. Dakwah

Dakwah adalah proses menyampaikan/mengajak orang lain kepada kebaikan. Ada banyak cara berdakwah yang bisa kita gunakan dalam berdakwah,

bisa secara langsung yaitu dengan berbicara atau menyeru kepada orang lain (tatap muka), bisa juga melalui media baik televisi, radio, handphone dan sosial media.

Dalam penelitian ini peneliti akan mendalami serta meneliti dakwah komunikasi verbal @muhammadnuzuldzikri melalui Instagram.

2. Komunikasi Verbal (dakwah)

Komunikasi Verbal yang di maksud disini adalah komunikasi penyampaian pesan dakwah melalui lisan maupun tulisan untuk mempengaruhi *mad'ū* agar menerima pesan yang disampaikan *dā'ī* berkaitan dengan akhlak, aqidah, ibadah serta syariah sebagai aspek kehidupan.

3. Instagram

Instagram adalah media sosial saat ini yang penggunaannya untuk negara Indonesia mencapai 56 juta lebih pengguna. Dengan jumlah yang seperti itu maka berdakwah melalui Instagram memiliki peluang dakwah yang besar. Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti akun @muhammadnuzuldzikri yang terdapat di Instagram.

3. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, salah satu langkah awal yang peneliti lakukan adalah mencari dan menelaah hasil penelitian terdahulu yang mempunyai judul, subjek atau objek penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang akan peneliti susun. peneliti menemukan beberapa penelitian yang hampir sama, di antaranya.

Pertama, skripsi judul *Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @hawaariyyun* oleh Eni Purwanti mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Antasari 2019. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada subjek dan objeknya. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada skripsi ini membahas komunikasi yang lebih luas sedangkan di sini cuma komunikasi verbalnya saja.

Kedua, skripsi *Gaya Bahasa dan Metode Dakwah Ustadzah Lulu Susanti (Studi Pada Channel Youtube Daiah Lulu Official)* oleh Nor Helda Yanti Mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Antasari 2020. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama pada subjek penelitian.

4. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini akan penulis sajikan kedalam lima Bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan; Yang memuat latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, signifikansi penulisan dan definisi operasional.

BAB II Kajian Teori; Yang berisikan pengertian

BAB III Metodologi Penelitian; Meliputi jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek, data, sumber data dan lokasi, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

BAB IV Laporan Hasil Penelitian; Memuat segala hasil penelitian tentang penyajian data dan sekilas biodata Ustadz Nuzul Dzikri.

BAB V Penutup; Berisi tentang kesimpulan penulisan.