

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan zaman dan teknologi informasi, dakwah tidak lagi terbatas hanya pada interaksi tatap muka saja, tetapi bisa dilakukan melalui pemanfaatan internet (*international connection networking*).¹ Hal ini tentu dapat mempermudah peran dai dalam menyampaikan dakwah mereka. Sebagai *platform* baru, internet telah menghubungkan orang-orang dari seluruh dunia dalam waktu yang bersamaan melalui media sosial, seperti Instagram, yang sangat populer di kalangan masyarakat saat ini.² Instagram dianggap sebagai sarana penyampaian pesan dakwah yang mengikuti karakteristik media sosial Instagram yang fokus pada unggahan video dan foto.³ Fenomena ini menjadi strategi untuk memperluas dan memperbaharui dakwah agar dapat mencakup lebih banyak orang di seluruh belahan dunia.

Instagram adalah sebuah aplikasi *mobile* yang berfungsi untuk mengambil foto, mengeditnya, dan membagikan hasil foto kepada pengguna Instagram lainnya.⁴ Selain foto, Instagram juga memiliki fitur terbaru yang populer saat ini,

¹ Agung Bintang dkk, *Sosial Pedia* (Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2021), h. 121.

² Feri Sulistina, *Keajaiban Sosial Media* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), h. 6.

³ dkk, *Sosial Pedia*, h. 121-122.

⁴ Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), h. 2.

yaitu video singkat dengan durasi sekitar satu menit yang dikenal sebagai Instagram *reels*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sosialinsider pada 352.612 konten video pendek dari Juni 2021 hingga Juni 2022, ditemukan beberapa poin penting mengenai pentingnya penggunaan fitur Instagram *reels*. Hal-hal tersebut antara lain, tingkat interaksi atau *engagement rate* konten Instagram *reels* yang lebih tinggi, tingkat tontonan atau *average view* Instagram *reels* yang tinggi, serta tingkat jangkauan atau *average reach rate* Instagram *reels* yang sangat tinggi. Oleh karena itu, fitur Instagram *reels* sangat menarik dan penting untuk dimanfaatkan.⁵

Media sosial Instagram, telah diakui sebagai *platform* yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* yang sebelumnya sulit dijangkau, inilah yang menjadi alasan mengapa para dai atau pendakwah menggunakan Instagram sebagai *platform* untuk menyebarkan dakwah mereka. Konten-konten dakwah yang dibuat oleh para dai juga mengikuti perkembangan zaman, namun tetap mempertahankan esensi dakwah yang ingin disampaikan. Efektivitas dakwah dapat dinilai dari kemampuan seorang dai dalam menggunakan metode, kreativitas, dan inovasi dalam menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu, pesan dakwah di Instagram menjadi bervariasi dan disajikan dengan kreasi yang menarik. Dakwah akan menjadi efektif ketika *mad'u* merespons secara positif, mengalami perubahan dalam diri mereka, dan semakin menyukai konten dakwah yang disajikan oleh dai.

⁵ “Instagram Reels Study: Key Insights | Socialinsider,” Socialinsider Blog: Social media marketing insights and industry tips, July 28, 2022, <https://www.socialinsider.io/blog/instagram-reels-insights/>.

Salah satu dai yang menggunakan fitur Instagram *reels* sebagai sarana berdakwah sejak Juli 2021 adalah Ustaz Felix Siau, yang memiliki akun Instagram dengan *username* @felixsiau, dikelola secara langsung oleh Ustaz Felix Siau sendiri. Dengan menyajikan konten dakwah yang menarik, bahasa yang sederhana dan terstruktur, akun Instagram tersebut berhasil mendapatkan 5,1 juta pengikut (*followers*). Konsistensinya dalam berdakwah juga menghasilkan respons positif dari pengikutnya, terlihat dari tingginya jumlah penonton (*viewer*), suka (*like*) dan komentar (*comment*) dalam setiap unggahan. Beberapa hal yang menarik bagi penulis dalam meneliti akun Instagram ustaz @felixsiau adalah karena Ustaz Felix Siau dikenal sebagai seorang ustaz yang fenomenal di dunia digital yang memiliki pendekatan argumentatif dan kritis dalam memandang suatu hal berdasarkan pemahaman yang yang mudah dipahami. Selain itu, hal menarik lainnya adalah perubahan Ustaz Felix Siau dari seorang yang sebelumnya menentang Islam, menjadi seseorang yang membela Islam.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Felix Siau melalui fitur *reels* di akun Instagram pribadinya, yang akan dituangkan dalam suatu karya ilmiah berjudul: **DAKWAH PADA FITUR REELS POSTINGAN AKUN INSTAGRAM USTAZ @FELIXSIAU.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis memiliki rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Felix Siauw pada postingan *reels* akun Instagram @felixsiauw?
2. Bagaimana respons *followers* akun Instagram @felixsiauw di kolom komentar pada postingan *reels* terhadap dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Felix Siauw?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Felix Siauw pada postingan *reels* akun Instagram @felixsiauw.
2. Untuk mengetahui respons *followers* akun Instagram @felixsiauw di kolom komentar pada postingan *reels* terhadap dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Felix Siauw.

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Kontribusi dalam menghasilkan pemahaman ilmiah tentang isi pesan dakwah melalui media sosial, yang dapat menjadi referensi bagi mahasiswa di masa depan.
- b. Sumbangan pengetahuan dalam membantu menentukan kegiatan dakwah di media sosial bagi para dai, terutama generasi muda calon dai dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari.

2. Kegunaan Praktis

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

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pesan dakwah melalui media sosial. Dengan demikian, pesan dakwah dapat diinterpretasikan secara komprehensif, mendalam, dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi para dai dalam meningkatkan kreativitas dalam melakukan dakwah melalui media sosial sebagai pendukung kegiatan dakwah mereka, sehingga dakwah dapat disampaikan dengan efektif dan maksimal.

E. Definisi Operasional

Agar terhindar dari pemahaman yang salah dalam memahami judul: **“DAKWAH PADA FITUR *REELS* POSTINGAN AKUN INSTAGRAM USTAZ @FELIXSIAUW”**. Oleh karena itu, diperlukan definisi operasional dengan penjelasan, sebagai berikut:

1. Dakwah

Dakwah merupakan usaha mengajak atau menyeru umat manusia untuk mengikuti jalan Allah melalui kegiatan lisan, tulisan dan perbuatan. Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk mengkaji kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Ustaz Felix Siauw melalui fitur *reels* dalam postingan akun Instagram @felixsiauw dengan melihat respons dari pengikut (*followers*) dalam kolom komentar terkait isi dakwah yang disampaikan.

2. Fitur Reels

Salah satu fitur yang terdapat dalam aplikasi Instagram yang serupa dengan aplikasi TikTok.

3. Akun Instagram Ustaz @felixsiauw

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer di masyarakat saat ini. Instagram adalah sebuah aplikasi *mobile* yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengeditnya, dan berbagi hasil foto tersebut dengan pengguna lain di Instagram. Selain itu, Instagram juga memiliki beragam fitur menarik seperti Instagram *story*, Instagram *live*, Instagram *reels* dan sebagainya. Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan pada postingan akun Instagram ustaz @felixsiauw yang menggunakan fitur *reels*.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah menggali hasil penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang relevan dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian oleh Asmaniar dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, pada tahun 2019, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asmaniar, fokus dari penelitian ini adalah pada pesan dakwah yang ada di akun Instagram @felixsiauw dan @yusufmansurnew, dengan kesimpulan bahwa pesan dakwah yang disampaikan adalah aqidah, syari'at Islam, dan muamalah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian dilakukan oleh penulis, yaitu keduanya

mengambil data langsung dari media sosial Instagram. Namun, terdapat perbedaan dalam pendekatan penelitian, di mana penelitian yang dilakukan oleh Asmaniar meneliti dua akun Instagram juru dakwah sebagai objek penelitian, sementara penulis fokus pada satu akun Instagram, yaitu @felixsiauw dan fokus meneliti dakwah melalui fitur *reels*.⁶

2. Penelitian yang dilakukan oleh Guesty Tania dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada tahun 2019. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Guesty Tania, penelitian tersebut membahas mengenai isi pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki di akun Instagramnya @hanan_attaki. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam akun Instagramnya terdiri dari tiga kategori pesan dakwah, yaitu pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlak, dengan pesan akhlak yang menjadi yang paling dominan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu keduanya menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Namun, terdapat perbedaan dalam akun dan fitur Instagram yang diteliti.⁷
3. Penelitian oleh Afifah Nur Hidayah Isnaini dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 2018, di Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

⁶ Asmaniar, "Instagram sebagai Media Dakwah (Respon *Followers* pada Akun @felixsiauw dan @yusufmansurnew)" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019).

⁷ Guesty Tania, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Afifah Nur Hidayah Isnaini, ditemukan bahwa akun Instagram @nunuzoo efektif sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nurul Azka juga memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berdakwah dengan konten video dakwah komedi. Penelitian Afifah Nur Hidayah Isnaini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, karena keduanya tertarik untuk meneliti penggunaan Instagram sebagai media dakwah. Namun, terdapat perbedaan dalam metode penelitian dan objek penelitian antara penelitian Afifah Nur Hidayah Isnaini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.⁸

4. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Sasminta, mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, pada tahun 2020. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lia Sasminta, penelitian ini mengkaji komentar *viewers* dalam ceramah Ustaz Abdul Somad LC, M.A tentang salat di Youtube, terkait metode dakwah, media dakwah, karakter *da'i*, efek dakwah, doa, dan materi dakwah. Terdapat kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Lia Sasmita dengan penelitian yang diangkat oleh penulis, yaitu keduanya memfokuskan pada analisis komentar terhadap dakwah yang dilakukan oleh seorang *da'i* dan menggunakan metode analisis isi etnografi atau *Ethnographic Content Analysis*.

⁸ Afifah Nur Hidayah, "Efektivitas Media Dakwah pada *Followers* Akun Instagram @nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

Namun, terdapat perbedaan dalam objek penelitian, di mana Lia Sasmita mengambil ceramah Ustaz Abdul Somad LC, M.A di Youtube sebagai objek penelitiannya, sementara penulis mengangkat dakwah pada fitur *reels* postingan akun Instagram ustaz @felixsiauw sebagai objek penelitian.⁹

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penelitian ini, penulis merasa perlu untuk menyusun secara sistematis struktur penulisan skripsi ini. Maka, berikut adalah sistematika penulisan skripsi ini:

BAB I: PENDAHULUAN, bab ini berisi pendahuluan yang memberikan gambaran umum dari seluruh isi pembahasan, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR, pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar-dasar teori dalam penelitian, yang terdiri dari kajian teori dan kerangka pikir yang meliputi pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, dakwah melalui Instagram, pengertian dan sejarah Instagram, fitur-fitur dalam Instagram serta pengertian *influencer*.

BAB III: METODE PENELITIAN, dalam bab ini, penulis akan menjelaskan metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian,

⁹ Lia Sasmita, "Analisis Isi Etnografi Terhadap Komentar Viewers Dalam Ceramah Ustaz Abdul Somad LC, MA Tentang Salat Di Youtube" (Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020).

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

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP, pada bab ini penulis akan mengulas simpulan dan memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.