

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dakwah merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan mendorong, menganjurkan atau mengajak dalam hal kebaikan, dan menjalankan atau mematuhi syari'atnya. Dakwah dilaksanakan sebagai bentuk mematuhi syariat Islam dengan jalan *amar ma'ruf (al-amr bi al-ma'ruf) dan nahi mungkar (al-nahy 'an al-mungkar)*, yang dapat dilakukan secara perorangan atau dengan berkelompok secara terorganisir, menggunakan tutur kata maupun bahasa isyarat atau sikap. Tugas dalam menjalankan dakwah bukan hanya diperintahkan dan dibebankan kepada Nabi Muhammad Saw. namun di bebaskan pula kepada seluruh umat Islam sebagaimana Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman Q.S. Ali 'Imran/3:104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung”.*¹

¹Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=104&to=200>, diakses 1 September 2023.

Dakwah merupakan tugas serta usaha yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara lisan, tertulis maupun perbuatan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. meskipun banyak pendapat mengenai tafsiran Surah Ali Imran ayat 104 terkait hukum berdakwah namun para mufassir sepakat bahwa hukum berdakwah merupakan kewajiban umat Islam.²

Perkembangan yang terjadi dalam dakwah memang tidak terlepas dari adanya beberapa pengaruh, salah satu pengaruhnya adalah perkembangan zaman, karena perkembangan teknologi lah yang menuntut dakwah agar dapat dikemas dalam bentuk yang lebih efisien dan mudah. Dakwah dalam Islam merupakan kewajiban yang dapat dilaksanakan baik secara kelompok ataupun secara individu.³

Teknologi dakwah adalah suatu bentuk dari usaha untuk memfasilitasi serta meningkatkan kinerja dalam kegiatan dakwah. Beberapa usaha yang dapat dilakukan dapat melalui penciptaan, penggunaan, pengaturan dan sumber teknologi. Karena hal ini merupakan suatu yang juga bersifat *abstrak* sehingga kita dapat memahami dan menganalisis masalah sehingga dapat memecahkan masalah tersebut serta menilai efektifitas dakwah.⁴

² Muhammad Choirin and M Rizka, *Hukum Dakwah Dalam Surat Ali Imran: 104 Perspektif Mufassir Klasik Dan Modern*, "Diya Al-Afkar: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Al-Hadits", 2021.

³ Reny Eka Septiani, *Pesan Dakwah Melalui Instagram Ustazah Haneen Akira*, 2019.

⁴ Adellia Rosita Aulia and Masduki Asbari, '*Hakikat Manusia Sebagai Homo Faber*', *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2.1 (2023).

Dakwah dan teknologi kini dapat dikatakan tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika berpijak dalam konsep dakwah *kontemporer* yang mana mudah diterima oleh kalangan saat ini. Kegiatan dakwah di zaman modern ini diperlukan adanya metode yang canggih agar dakwah yang disampaikan sampai pada sasaran yang sudah direncanakan.⁵ Hal ini merupakan hal baru dalam aktivitas dakwah khususnya dakwah melalui media sosial yang menarik untuk dikaji. Karena dalam komunikasi dakwah melalui media sosial tentunya memiliki keunikan serta karakteristik yang berbeda dimana melibatkan adanya beberapa komponen-komponen komunikasi diantaranya komunikator, komunikan, materi, metode, media, strategi dan efek yang nantinya memberikan dan membentuk pola interaksi antar komunikator dan komunikan. Sehingga dalam hal ini memunculkan adanya ketertarikan dan kekaguman dari komunikan pada komunikator walaupun tidak saling mengenal satu sama lain.⁶

New Media atau media baru merupakan suatu istilah untuk proses penyampaian informasi melalui teknologi digital. Perkembangan teknologi yang masif melahirkan berbagai bentuk media yang menimbulkan pengaruh pada *user* (pengguna) dan akan sangat disayangkan jika kemudahan yang ditawarkan teknologi digital digunakan dalam hal yang bersifat buruk atau tidak bermanfaat.

⁵ Imas Mutiawati, 'Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)', Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 2.3 (2018).

⁶ Dudung Abdul Rohman, 'Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial', Tatar Pasundan, (2019).

Perlu diketahui bahwa pada hakikatnya teknologi informasi yang ada pada dunia maya saat ini merupakan bagian dari keikutsertaan dunia massa secara langsung dalam melakukan proses komunikasi. Komunikasi dunia maya merupakan model komunikasi massa yang melibatkan banyak manusia pada prosesnya. Dapat dikatakan, hubungan komunikasi dan dunia maya bagaikan bahan dan wadah (media). Hal ini lah yang menjadi kombinasi yang cocok dalam menyebarkan dakwah melalui teknologi informasi.

Perkembangan teknologi saat ini bisa dikatakan sekarang telah sedikit banyak merubah dan memberi pengaruh pada kehidupan manusia, seperti yang dikemukakan oleh McLuhan (1962:326) teknologi lah yang merubah cara manusia berkomunikasi.⁷ Perkembangan data dari APJII pengguna internet Indonesia mencapai 215 Juta Jiwa pada 2023, naik 1,17% tingkat penetrasi internet di Indonesia tercatat meningkat menjadi 78,19% pada 2023, dari persentase tahun sebelumnya, yakni 77,02%.⁸ Kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi modern yang terjadi kini juga menjamah dalam dunia dakwah Islam, dengan menggunakan media informasi seperti Radio, Televisi, Koran dan sebagainya.

Dalam menyebarluaskan ajaran Islam salah satu cara yang efektif adalah menggunakan alat dan teknologi modern, hal ini dilakukan

⁷ Agnes Pertiwi Sutrisno and Ira Dwi Mayangsari, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', Jurnal Common, 5.2 (2021).

⁸ 'Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia' <<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>> [accessed 1 September 2023].

mengingat kemajuan dalam bidang informasi dan telekomunikasi dapat diterima dengan singkat oleh sasaran dakwah dengan skala luas. Dalam hal inilah aktivis ataupun lembaga-lembaga dakwah mulai banyak melakukan dakwah dan memanfaatkan kemudahan akses teknologi dengan memanfaatkannya secara maksimal.

Media sosial adalah bagian dari media baru yang berkembang dan dipahami sebagai sebuah media atau wadah yang digunakan dalam bersosialisasi secara personal ataupun kelompok. *Social Network*, *SNS* dan *Communication Network* merupakan beberapa istilah yang ada dalam media sosial dan secara garis besar media sosial ataupun jaringan sosial memiliki sistem yang sama yaitu media daring yang terhubung pada internet. Baik pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang yang saling terhubung dan tanpa adanya batas geografis, ruang, bahkan waktu yang tujuannya saling berkomunikasi ataupun berbagi dalam internet.⁹

Instagram adalah salah satu dari banyaknya bentuk media sosial yang berkembang karena adanya *new media* dan menjadi salah satu wadah atau media dalam berdakwah di era modern, Instagram sendiri berdiri sejak tahun 2010 dan menjadi salah satu media sosial yang paling pesat perkembangannya. Pada saat ini media sosial instagram tidak hanya digunakan perindividu namun juga digunakan oleh berbagai komunitas

⁹ Dudung Abdul Rohman, '*Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial*', Tatar Pasundan, (2019).

ataupun organisasi publik. Salah satu komunitas yang menggunakan sosial media adalah komunitas @Ruang_Edit.

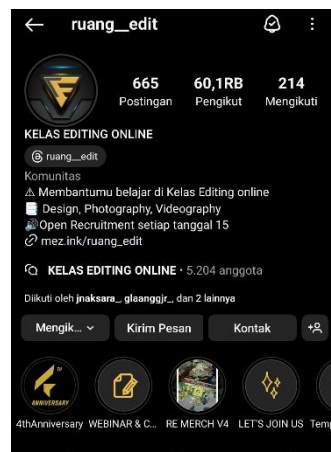
Instagram sendiri menjadi salah satu tempat dalam menuangkan ide kreatif dengan membuat suatu karya, salah satunya adalah sebagai tempat menunjukkan karya desain komunikasi visual. Desain komunikasi visual diketahui saat ini menjadi salah satu seni kreatif yang banyak digandrungi remaja dan orang dewasa terlebih dalam pembuatannya sekarang dapat dibuat hanya menggunakan *handphone* dengan aplikasi-aplikasi yang dapat diunduh di *Playstore* ataupun *Appstore*. Desain komunikasi visual merupakan salah satu dari banyaknya sarana media komunikasi dimana pesan disampaikan dari hasil karya visual yakni melalui media desain. Tujuan dari desain komunikasi visual adalah memberikan informasi, memberikan pengaruh hingga mengubah perilaku *audience*.¹⁰ Menurut beberapa ahli delapan puluh persen kegiatan yang manusia lakukan untuk memperoleh informasi diperoleh melalui indra penglihatan (visual). Menurut Plato, bahasa dalam visual merupakan bahasa yang bersifat universal yang tidak terdapat adanya perbedaan makna kata-kata dari beragam bahasa. Hal ini berarti bahwa visual memiliki arti yang sama bagi setiap orang yang menerima.¹¹ Perancangan pembuatan desain visual tentunya tidak asal-asalan, perlu adanya strategi agar apa yang ingin disampaikan dapat dipahami *audience* meski komunikasi yang disampaikan

¹⁰ Lia Anggraini and Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual: Panduan Untuk Pemula*, Nuansa Cendekia, 2014.

¹¹ Eko Budi Prasetyo, 'Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran', *Majalah Ilmiah Pembelajaran*, (2006).

melalui karya desain. Strategi sendiri merupakan suatu proses untuk menyampaikan pesan melalui gambar visual ataupun kata-kata.

Jika melihat dan mencari komunitas yang mengajarkan, menyebarkan atau memposting hasil desain dengan berbagai tema, serta membuka kelas untuk belajar editing terutama desain visual yang ada pada Instagram, tentunya dapat ditemukan banyak kelas dan komunitas yang serupa namun, dari banyaknya kelas tersebut tentu memiliki keunggulan dan daya tariknya sendiri serta metode pembelajaran editing yang digunakan. Dari banyaknya komunitas dan kelas editing desain komunikasi visual salah satu komunitas yang terlihat pesat perkembangannya bahkan anggotanya tersebar di seluruh Indonesia dan memiliki banyak jilid adalah komunitas @Ruang_Edit.



Gambar 1.1 Profil Ruang Edit

Komunitas @Ruang_Edit merupakan komunitas desain komunikasi visual yang didirikan oleh Defri Muhammad Fahrul Habiebi berdiri sejak

tahun 2019. Komunitas @Ruang_Edit terbentuk karena pada mulanya Defri menyediakan open link grup secara gratis pada akun instagram pribadinya untuk mewadahi orang-orang yang ingin belajar editing. Saat itu grup yang ia buat penuh dalam rentang waktu 3 hari dengan jumlah 250 orang, kemudian Defri membuka grup kembali hingga memiliki banyak jilid hingga pada akhir 2020 sudah sampai jilid 10 dengan anggota yang tersebar luas di Indonesia. Karena sudah memasuki skala besar dan memiliki respon positif, akhirnya didirikanlah komunitas @Ruang_Edit pada tahun 2019. Saat ini bagi yang ingin bergabung dalam komunitas @Ruang_Edit membayar sekitar 45k untuk registrasinya dengan berbagai keuntungan yang didapatkan.

Komunitas @Ruang_Edit memiliki tampilan *Feed* Instagram dengan berbagai informasi, tips ataupun trik, berbagai rekomendasi berkaitan dengan bidang kreativitas desain visual dan yang paling ditunggu oleh sebagian member yang baru bergabung dan telah mengerjakan *challenge* adalah pengumuman karya terbaik yang akan diumumkan setiap 1 bulan sekali sebagai apresiasi bagi member yang telah mengikuti *challenge* dengan konsisten selama 1 bulan.

Komunitas @Ruang_Edit tidak hanya bergerak dan membantu para remaja atau dewasa dalam mengembangkan dan belajar editing lebih besar dari itu, komunitas ini telah banyak menyumbangkan sumbangsihnya pada masyarakat dengan turut melakukan kegiatan berupa mengumpulkan sumbangan atau dana untuk membantu daerah yang mengalami bencana

dengan anggota regional di daerah tersebut yang akan terjun langsung membantu dan memberikan bantuan. Selain itu kegiatan di saat bulan *Ramadhan* komunitas ini juga melakukan kegiatan gotong royong membersihkan masjid-masjid dan membagikan takjil di jalan serta melakukan kegiatan berqurban saat *Idul Adha*. Dengan kata lain komunitas ini tidak hanya bergerak dalam mengajarkan desain visual namun berperan juga dalam Masyarakat.¹²

Akun komunitas @Ruang_Edit merupakan salah satu dari sekian banyak akun komunitas editing dengan variasi konten yang menarik dan juga unik, dimana kebanyakan konten yang mereka posting merupakan desain dari para member yang setiap hari mereka *upload* di *story* Instagram. Jenis desain yang mereka posting beragam mulai dari pengetahuan umum, sejarah, budaya, motivasi, pesan dakwah dan masih banyak lagi. Komunitas ini juga akan memberikan tema desain di bulan-bulan tertentu misalnya saja di bulan Ramadhan mereka akan memposting desain yang memuat pesan dakwah dan di bulan Agustus mereka memberikan tema kemerdekaan selama 1 bulan full.

Seperti yang telah penulis sebutkan sebelumnya bahwa komunitas @Ruang_Edit merupakan komunitas yang salah satu segmen konten desainnya memuat pesan dakwah pada Instagram melalui *instastory*. Komunitas @Ruang_Edit memiliki pesan dakwah yang cukup banyak dan

¹² Intan Resika Rohmah, 2022, Berawal Dari Hobi, Defri Bentuk Komunitas Ruang Edit Untuk Pecinta Visual Grafis, accessed 31 August 2023, <https://www.ngaderes.com/news/pr-3592413017/berawal-dari-hobi-defri-bentuk-komunitas-ruang-edit-untuk-pecinta-visual-grafis>.

sering mereka upload di *instastory* Instagram dalam setiap karya desain yang mereka posting. Pesan dakwah yang mereka posting tidak hanya sekedar kata-kata menurut ustadz namun terdapat pula motivasi Islam yang ditambahkan dengan hadist ataupun kutipan ayat al-Quran yang berkaitan dengan pembahasan desain yang mereka buat. Meskipun komunitas ini merupakan komunitas editing namun dalam penyampaian pesan dakwah yang mereka upload tidak menghilangkan siar sesuai syariat meskipun menggunakan desain visual.

Keberhasilan komunitas @Ruang_Edit dalam desain visual dengan beberapa pesan dakwah sebagai salah satu bentuk pesan desain yang mereka *upload* pada Instagram dapat dilihat dari jumlah *followers* sebanyak 60 ribu dan semakin bertambahnya anggota komunitas tersebut yang tersebar di seluruh Indonesia dengan beberapa mentor yang berpengalaman dalam bidangnya dari *Videographer* yang dipegang oleh *founder* Ruang edit, *Photographer*, 3 *Designer*, dan *Content Planner*.¹³

Berangkat dari adanya fenomena tersebut, peneliti pun tertarik meneliti dan menggali lebih dalam fenomena tersebut dengan menuangkannya dalam karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul yang peneliti gunakan yaitu **“Strategi Komunikasi Dalam Pembuatan Konten Dakwah (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Ruang_Edit)** penelitian ini ditujukan untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Komunikasi Akun

¹³ Ruang Edit, *Ruang Edit Indonesia*, 2019, accessed 31 August 2023, <https://ruangedit.com/>.

Instagram @Ruang_Edit Dalam Membuat Konten Dakwah Melalui Desain Komunikasi.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dalam pembuatan konten dakwah pada akun Instagram @Ruang_Edit?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pembuatan konten dakwah pada akun Instagram @Ruang_Edit.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi yaitu:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian yang diperoleh penulis menjadi tambahan pengetahuan serta wawasan terutama dalam strategi dakwah serta dengan melihat strategi dalam penelitian ini dapat menjadi contoh bagi komunitas serupa dalam membuat konten utamanya konten dakwah.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan serta ide bagi para pendakwah dalam menyiarkan dakwah, selain itu juga dapat menjadi

acuan atau contoh dalam penggunaan atau metode serta strategi bagi para dai ataupun mahasiswa/i Uin Antasari Banjarmasin terkhususnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dalam mengembangkan desain komunikasi visual.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu untuk menentukan apa yang menjadi fokus penelitian sehingga memudahkan dalam membuat instrumen pengumpulan data serta menjadikan masalah yang diteliti terarah. Adapun kata kunci yang akan diperjelas sebagai berikut;

1. Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi dalam penelitian ini adalah cara ataupun perencanaan komunitas @Ruang_Edit dalam membuat atau mengemas konten dakwah sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori Anwar Arifin. Adapun teori Anwar Arifin dalam Strategi komunikasi terdiri dari:

- a) Menentukan Tujuan Komunikasi
- b) Pengenalan Khalayak
- c) Penyusunan Pesan Dan Penetapan Metode
- d) Pemilihan Media
- e) Peranan Komunikator

2. Konten Dakwah

Konten Dakwah dalam penelitian ini adalah berupa produk desain komunikasi visual berupa gambar yang diupload pada Instagram *story* @Ruang_Edit yang merupakan konten berisikan pesan dakwah seperti potongan hadis ataupun motivasi dan lain sebagainya yang berkaitan dengan nilai-nilai keIslaman. Dalam penelitian ini penulis meneliti isi konten @Ruang_Edit pada tahun 2023.

3. Ruang Edit

Ruang Edit merupakan komunitas yang bergerak dalam bidang kreatif yang ada di Instagram dimana komunitas ini juga membuka kelas editing baik *Desain, Fotografi, Videografi, Pembuatan Film* dan sebagainya.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk memahami perbedaan serta persamaan penelitian dan menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap penelitian ini diantaranya:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Skripsi	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	MARHANITA NAI'IMATUL USRIYAH (2020), STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @YUKNGAJIJOGJA DALAM	Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu Strategi Komunikasi dan	Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu pada subjek penelitian.	Terdapat lima komponen sesuai dengan teori yang digunakan.

No	Nama Peneliti dan Judul Skripsi	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
	REAKTUALISASI NILAI HIJRAH	Penggunaan Teori Strategi Komunikasi oleh Anwar Arifin.		
2.	IRMA YUNITA SARI (2021), STRATEGI KOMUNIKASI USTADZ AHMAD FARHAN PADA MASA PANDEMI COVID-19	Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu Strategi Komunikasi	Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu pada subjek penelitian dan teori.	dalam menyampaikan pesan materi dakwah Ustadz Ahmad Farhan menerapkan lima dari enam tahapan strategi komunikasi.
3.	APRILLIA SALSABELLA (2023), STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA AL-QURAN ANAK DI KOMUNITAS MENGAJIAN.SI	Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu Strategi Komunikasi dan Penggunaan Teori Strategi Komunikasi	Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu pada subjek penelitian	Terdapat lima komponen yang didapat dan sesuai dengan teori yang digunakan.
4.	NADA ISMAH SAJIDAH (2022), STRATEGI KOMUNIKASI HUSAIN BASYAIBAN DALAM KONTEN DAKWAH TIKTOK @BASYASMAN00	Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu Strategi komunikasi	Perbedaan penelitian dengan penelitian penulis yaitu pada subjek penelitian dan teori yang digunakan	Strategi komunikasi yang terdapat penelitian ini terdiri dari strategi pesan dan strategi media.
5.	WORD PURDININGTIYAS (2018), STRATEGI	Persamaan penelitian terletak	Perbedaan penelitian dengan	Adapun strategi yang dikaitkan

No	Nama Peneliti dan Judul Skripsi	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
	KOMUNIKASI PENYIAR DALAM MENYAMPAIKAN PESAN-PESAN DAKWAH DI D!RADIO LAMPUNG	pada objek penelitian yaitu Strategi komunikasi	penelitian penulis yaitu pada subjek penelitian dan teori yang digunakan.	dengan teori Lasswell menjadikan komunikator mengajak komunikan kearah positif. Sedangkan Teori Melvin dapat memberikan pemahaman serta merubah sikap dan tingkah laku.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan atau pembahasan adalah urutan sekaligus kerangka pikir dalam penulisan skripsi, hal ini untuk mempermudah dalam memahami penulisan skripsi ini, oleh sebab itu disusunlah sistematika pembahasan yang bersifat deskriptif serta sistematis. Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini terbagi lima bab yang terdiri dari;

BAB I : Pendahuluan yang memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Pikir yang Terdiri Definisi Teoritik yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan

penelitian, Tinjauan Teoritik berisi teori yang digunakan dalam penelitian, dan Kerangka Berpikir.

BAB III : Metode Penelitian yang terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknis Analisis Data.

BAB IV : Berisi hasil Penelitian dan Pembahasan atau Analisis

BAB V : Bab terakhir meliputi Kesimpulan dan Saran