

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim maupun muslimah yang ada di dunia ini. Berdakwah juga sebuah tantangan atau *challenge* yang harus dihadapi setiap orang. Dakwah juga usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan oleh pendakwah. Allah SWT juga menerangkan perintah berdakwah dalam Q.S. Ali Imran/3:104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”¹

Jalan untuk berdakwah bermacam-macam bisa menggunakan lisan maupun tulisan, menggunakan media elektronik maupun non elektronik. Aktivitas dakwah era modern ini telah banyak menggunakan media penunjang yang efektif dan efisien. Salah satunya menggunakan media sosial, keragamannya yang bermacam-macam. Diantaranya adalah Instagram, Line, Facebook, Twitter, dan banyak lagi yang bisa digunakan media untuk berdakwah. Oleh karena itu janganlah ada kata malas dalam menyampaikan

¹Departemen Agama RI, *AL-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), h. 78.

dakwah. Teknologi sekarang ini memudahkan kita umat muslim untuk menyampaikan dakwah.

Sama halnya dengan berdakwah, dakwah berarti kita berkomunikasi. Namun, tidak semua komunikasi berarti dakwah. Karena dakwah itu terkandung ajakan yang membuat orang melakukan perbuatan yang baik, bersifat mempengaruhi. Sedangkan komunikasi bisa saja hanya sekedar menyampaikan tanpa harus mempengaruhi. Berdakwah bisa dilakukan dengan hal apa saja, apalagi sekarang ini mengembangkan dakwah sangat mudah sekali, salah satunya dengan menggunakan media. Menjadikan media bernilai positif untuk bisa mengajak orang lain ke jalan Allah swt. Sebagaimana Hadits Nabi Muhammad SAW dalam sabdanya:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً (رواه البخاري)

Artinya: “Sampaikanlah dari aku walaupun satu ayat....” (HR. Bukhori)

Hadits ini menjelaskan bahwa Nabi SAW menyuruh kepada umatnya untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Sehingga dari perkembangan teknologi komunikasi saat ini, banyak hal yang kita bisa lakukan untuk kegiatan berdakwah. Perintah berdakwah bagi seorang muslim hukumnya wajib. Berdakwah merupakan kegiatan *amar ma'ruf nahi munkar*. Mengerjakan sesuatu yang baik dan meninggalkan kemunkaran.

Dakwah erat kaitannya dengan berkomunikasi, agar penyampaian dakwah sesuai dengan unsur komunikasi yang baik. Ilmu komunikasi sangatlah pesat perkembangannya. Salah satu disiplinnya adalah ilmu komunikasi yang berbentuk komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi

melalui penglihatan yang merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Oleh karena itu, komunikasi visual suatu disiplin ilmu sebagai penunjang kegiatan dakwah.

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajakan Islam kepada mad'u). Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada ummat, dakwah bisa menggunakan berbagai macam wasilah yaitu lisan, tulisan, audio-visual. Salah satu media dakwah komunikasi visual yang *trend* saat ini adalah aplikasi media sosial instagram. Dijelaskan dari *wikipedia.org* instagram merupakan salah satu aplikasi berbagi foto yang dimungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya dalam berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Dapat diketahui instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang menampilkan foto atau gambar yang di bagikan kepada khalayak menggunakan jaringan internet.

Jumlah pengguna Instagram semakin banyak. Usianya belum sampai lima tahun, tapi media sosial berbagi foto itu sudah memiliki 400 juta orang pengguna aktif. Capaian angka tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah prestasi bagi Instagram. Sebelumnya pada Desember 2014 lalu, mereka mencatat sudah memiliki 300 juta orang pengguna aktif. Hal demikian berarti dalam waktu kurang dari satu tahun, mereka bisa memikat 100 juta orang baru untuk aktif

menggunakan layanannya. Bersamaan dengan pengumuman itu juga disebutkan bahwa 75 persen dari total jumlah penggunanya adalah orang yang tinggal di luar Amerika Serikat. Para anggota baru Instagram sebagian besar berasal dari Eropa dan Asia. Lebih spesifik lagi kebanyakan anggota barunya berasal dari Indonesia, Jepang serta Brazil.²

Instagram adalah sebuah aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk mengupload foto-foto. Aplikasi ini dapat digunakan melalui alat gadget seperti *smartphone*. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang telah mereka kembangkan sendiri yaitu, Burbn, Inc. Fungsi dan kegunaan Instagram tidak hanya untuk berbagi foto saja, melainkan juga untuk menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto. Dengan aplikasi Instagram, foto-foto Anda dapat diunggah melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Foursquare, Flickr, dan juga Posterous. Sebelum dibeli oleh Facebook, Twitter telah menyatakan minatnya untuk membeli Instagram pada 2011. Namun, musim panas lalu, Systrom bertemu dengan Zuckerberg, yang melempar gagasan untuk menjualnya ke Facebook. Systrom dan Krieger menolak semua penawaran karena mereka berniat membangun perusahaan independen, kata orang yang akrab dengan pemikiran mereka. Namun, Zuckerberg meyakinkan Systrom bahwa Instagram akan lebih kuat di bawah payung Facebook daripada beroperasi sebagai pemain independen. Zuckerberg mengatakan bahwa Instagram akan berfungsi sebagai perusahaan independen

²(Online) <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.Termasuk.Indonesia>. Diakses 25 Nopember 2015.

di bawah Facebook, janji yang belum pernah dibuatnya pada setiap target akuisisi lainnya.³

Pengguna instagram bermacam-macam, sehingga banyak orang menggunakan sesuai dengan *passion* yang mereka sukai. Salah satu targetnya ialah untuk berdakwah. Melalui akun instagram pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Salah satu akun instagram yang memiliki ciri khas sendiri terhadap gambar yang dibagikannya adalah akun @haditsku. Akun yang juga diikuti oleh salah satu orang ternama Bapak Ridwan Kamil yang merupakan walikota Bandung. Diketahui akun seperti ini merupakan akun yang *trend* saat ini untuk menyebarluaskan kegiatan dakwah dengan menggunakan gambar atau visual yang menarik untuk dilihat, dibaca, dan diperhatikan.

Oleh karena itu dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku dapat menyampaikan nilai dakwah secara lebih mudah dan efektif. Penelitian ini melihat dari sudut pandang yang berbeda seperti biasanya. Penelitian ini melihat dari dua unsur yaitu pesan dakwah dan interpretasi dakwah komunikasi visual. Unsur dakwah yang meliputi pesan atau materi yang disampaikan oleh akun instagram tersebut. Interpretasi dakwah yang dikaitkan unsur desain komunikasi visual ilmu yang mempelajari imajinasi kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media melalui unsur-unsur desain seperti garis, bidang, warna. Ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*). Penelitian ini merupakan masalah yang lagi kekinian atau *trend* saat ini.

³(Online) [Http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html](http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html) diakses 25 Nopember 2015.

Keunggulan komunikasi visual yaitu menariknya kemasan yang disampaikan kepada semua orang, dibuat secara ringan, ada gambar, kata-kata yang mudah dipahami. Masalah yang diangkat juga masih jarang untuk diteliti, penelitian ini juga bisa sebagai pembuka untuk penelitian selanjutnya. Objek yang digunakan merupakan objek yang sekarang ini disenangi oleh semua orang pengguna media sosial, oleh karena itu untuk membuat orang-orang tetap paham dengan nilai-nilai agama namun di konsep secara kekinian. Kekurangannya sedikit bahan pustaka untuk masalah komunikasinya yang bisa dijadikan referensi dalam melakukan penelitian ini.

Berdasarkan gambaran tersebut, tertarik dilakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Akun @haditsku”. Fokus penelitian ini adalah mengambil gambar yang dibagikan atau *diposting* dalam akun instagram selama 5 minggu dari bulan April hingga Mei 2016. Hal yang diteliti unsur dakwah pesan atau materi yang terkandung dalam gambar yang dibagikan akun tersebut serta melihat interpretasi gambar yang dikaitkan dengan unsur-unsur komunikasi visual seperti garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*) yang dilihat dari dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*), sehingga dengan gambar yang dibagikan dengan melihat unsur-unsur desain komunikasi visual tersebut dapat diketahui bagaimana konsep dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan akun instagram @haditsku.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, ingin di kaji tentang dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku sebagai berikut:

1. Apa saja pesan dakwah terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @haditsku?
2. Bagaimana interpretasi dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan dalam penggunaan unsur-unsur desain komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pesan dakwah terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @haditsku.
2. Untuk mengetahui interpretasi dakwah komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @haditsku.

D. Signifikansi Penulisan

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi ilmiah serta masukan yang bermanfaat tentang dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku.

2. Memberikan inspirasi bagi pengguna media sosial, bahwa dalam memanfaatkan kemajuan teknologi menggunakan media sosial bisa digunakan sebagai jalan untuk melakukan kegiatan dakwah, dan menjauhkan kita dari sifat yang dapat merugikan.
3. Memberikan semangat pada para generasi pendakwah untuk memanfaatkan kemajuan teknologi sekarang.
4. Menambah kepustakaan Fakultas Dakwah pada khususnya dan kepustakaan IAIN Antasari Banjarmasin pada umumnya serta pengetahuan bagi semua pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

E. Definisi Operasional

Sebelum definisi operasional, dijelaskan definisi konsep terlebih dahulu, diantaranya:

1. Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti mengajak menyeru, memanggil, dan mengundang. Dakwah Islam dapat dipahami sebagai ajakan, seruan, panggilan kepada untuk orang lain masuk kedalam jalan Allah secara menyeluruh (kaffah), baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan.

Dakwah adalah suatu usaha atau kegiatan yg dilakukan oleh kaum muslimin untuk menyeru, mengajak dan memanggil umat manusia ke jalan yang benar dalam rangka merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik usaha tersebut dilakukan secara lisan, tulisan atau

perbuatan yang disertai kesadaran dan tanggung jawab baik terhadap diri sendiri, orang lain maupun terhadap Allah SWT, agar mereka menghayati dan mengamalkan ajaran Islam sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan, untuk keselamatan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.⁴

Dalam hal ini dapat di simpulkan dakwah adalah kegiatan atau perbuatan yang mengandung unsur mengajak dan menyeru ke jalan Allah baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan tanpa ada unsur paksaan yang sesuai dengan petunjuk Alquran dan Hadits.

2. Komunikasi visual

Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna atau pesan tertentu kepada *audience*.⁵ Komunikasi visual dalam penelitian ini adalah konsep terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @haditsku melalui instagram meliputi unsur-unsur desain yaitu garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, dan tata letak (*layout*) dilihat berdasarkan dua prinsip desain komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*). Berdasarkan penggunaan unsur-unsur tersebut dapat diketahui seperti apa konsep komunikasi visual terhadap gambar yang dibagikan melalui akun instagram @haditsku.

⁴ Muhammad Rif'at, *Bahan Ajar Rektorika Dakwah*, (fakultas dakwah dan komunikasi IAIN Antasari Banjarmasin: 2015).

⁵Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h. 12.

3. Instagram

Instagram terdiri dari dua kata, “insta” berasal dari kata “instan” dimaksudkan “foto instan” yang ditampilkannya, sedangkan “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat dengan menggunakan jaringan internet.⁶

Jadi yang dimaksud Instagram merupakan aplikasi yang di buat dengan konsep menampilkan gambar maupun video yang dengan konsep visual yang dapat di lihat dengan indera penglihatan dengan cara kerja secara cepat menggunakan internet. Salah satu penggunaanya adalah akun @haditsku adalah akun instagram yang memiliki *followers* sebanyak 225k atau 225.000 pengikut. Jumlah postingan sebanyak 1754 dan mengikuti akun instagram sebanyak 221. Akun ini merupakan akun yang mensyiarkan dakwah melalui instagram. Akun yang bermotto berdakwah via instagram “kami berdakwah bukan karena dakwah membutuhkan kami, tetapi kami-lah yang sangat amat membutuhkan dakwah demi mendapatkan dakwah demi mendapat ridho Illahi”.

Dapat disimpulkan bahwa, definisi operasional dari dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku adalah salah satu kegiatan atau perbuatan mengajak, menyeru ke jalan Allah, tanpa ada unsur paksaan sesuai dengan Alquran dan Hadits. Kemudian di konsep secara menarik menggunakan penyampaian pesan melalui gambar atau visual dengan menggunakan media sosial instagram yang kekinian dan disampaikan melalui akun yang di

⁶(Online) Wikipedia.org diakses 12 November 2015

dalamnya membagikan gambar dengan nilai atau pesan dakwah yang terkandung yaitu akun @haditsku.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelusuran yang dilakukan di perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin untuk mengetahui penelitian terdahulu tentang skripsi ini, tidak diketahui belum ada satupun yang membahas tentang dakwah komunikasi visual melalui media sosial yang mencakup kajian ilmu komunikasi konsentrasi radio dan televisi (RTV). Namun hanya ditemukan skripsi yang berkaitan dengan media sosial seperti *facebook*.

Adapun penelitian melalui media sosial yang telah dilakukan, diantaranya skripsi yang disusun oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin yang bernama Hesti Prasetyaningsih Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tentang Komunikasi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Melalui Facebook, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi apa yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur melalui jejaring sosial *facebook* dan pesan apa saja yang disampaikan Ustadz Yusuf Mansur melalui *facebook*.⁷

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan desain komunikasi visual diketahui dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang bernama Bayu Budi Utomo Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id, penelitian ini bertujuan konsep desain komunikasi visual website Muslim.or.id dengan

⁷Hesty Prasetyaningsih, "Komunikasi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Melalui Facebook" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri, Banjarmasin, 2014), h. 5

penekanan unsur-unsur desain antara lain garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, fotografi dan tata letak (*layout*) dilihat dari dua prinsip desain komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*).⁸

Dari penelitian terdahulu, maka penelitian ini membahas tentang dakwah komunikasi visual melalui media sosial Instagram, dalam penelitian ini mengkombinasikan pembahasan tentang pesan dakwah terhadap gambar yang dibagikan akun Instagram @haditsku dan interpretasi dakwah komunikasi visual dengan penekanan unsur-unsur desain antara lain garis, bidang, warna, ilustrasi, tipografi, fotografi dan tata letak (*layout*) dilihat dari dua prinsip desain komunikasi visual yaitu keseimbangan (*balance*) dan kesatuan (*unity*), namun tidak menggunakan web tetapi menggunakan gambar yang dibagikan Akun instagram @haditsku.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah isi pembahasan penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penelitian.

Bab II Kajian teori berisi tentang konsep dakwah berisi pengertian dakwah, unsur dakwah, dan tujuan dakwah. Konsep komunikasi visual, pengertian komunikasi visual, unsur-unsur komunikasi visual, prinsip-prinsip

⁸Bayu Budi Utomo, "Konsep Desain Komunikasi Visual Website Muslim.or.id" 2014, h. 10. (Online) tersedia di <http://digilib.uin-suka.ac.id/14946>. Diakses tanggal 20 Mei 2016.

komunikasi visual. Serta konsep dakwah komunikasi visual melalui akun instagram @haditsku.

Bab III Jenis penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data.

Bab IV Laporan hasil penelitian berisi tentang gambaran umum penelitian, penyajian data, dan analisis data.

Bab V Penutup, yang terdiri dari simpulan dan saran.