

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

“Sampaikanlah walau satu ayat” secara eksplisit, penggalan arti hadist tersebut menjadi inspirasi setiap umat muslim untuk berdakwah atau hanya sekedar memberikan informasi yang sifatnya mengajak maupun informasi yang mencakup hukum-hukum Islam.

Sebagai muslim berkewajiban untuk melakukan syiar Islam kepada masyarakat luas, kelompok atau kepada orang terdekat. Syiar ini tidak harus mengacu pada kegiatan ceramah atau khutbah yang dilakukan di depan khalayak umum, syiar dapat dilakukan melalui tulisan atau perbuatan yang seseorang kerjakan, oleh karena itu, setiap muslim baik disadari atau tidak telah menjadi da'i dalam arti faktual.

Al-Quran merupakan risalah terakhir yang diturunkan kepada Nabi Muhammad sebagai wahyu Allah dalam bentuk kitab suci yang paling benar tidak ada keraguan tentang kebenarannya dan di dalamnya terdapat konsep *amar ma'ruf nahî munkar*, yakni perintah untuk mengajak masyarakat melakukan perilaku positif dan mengajak mereka untuk menjauhkan diri dari perbuatan negatif.

Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan atau satu sama lain saling terkait. Keduanya merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri, namun dalam praktik serta aplikasinya selalu terpadu antar satu dengan yang lainnya serta saling menunjang.<sup>1</sup>

Kenyataannya menunjukkan bahwa banyak pesan dakwah tidak sampai kepada sasaran, karena dai (komunikator) tidak mampu berkomunikasi secara efektif. Hal ini disebabkan karena ketidakmampuan menuangkan pesannya dalam bahasa yang baik dan benar. Seolah-olah dakwah yang disajikan kering, gersang, dan hambar. Bahasanya tidak bergaya, *mad'û* (komunikator) tidak memahami apa yang disampaikan, minat dan ketertarikan *mad'û* hilang dan komunikasi tidak terjalin. Komunikasi yang efektif mempunyai nuansa dan varian sesuai dengan kepentingan dan tujuannya sama, yakni bagaimana pesan komunikasi dapat diserap dan dihayati dan direspon oleh komunikator secara positif.<sup>2</sup> Karena itu, komunikasi sebagai sarana vital sangat menunjang bagi terlaksananya dakwah. Sehingga pemahaman dai tentang ilmu tersebut akan memberikan arti penting bagi suksesnya dakwah, yakni terlaksana ajaran Islam dengan tegaknya amar makruf dan nahi munkar.

Di era informasi seperti saat ini internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Internet menjadi media komunikasi yang banyak

---

<sup>1</sup> Prof. Dr. Asep Saepul Muhtadi, *Komunikasi Dakwah; Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012) H.13.

<sup>2</sup> Dr. Sayyid Muhammad Nuh, *Strategi Dakwah dan Pendidikan Umat*, (Yogyakarta: Himan Prisem Medi, 2004), hal. 121.

digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi guna menunjang kebutuhan informasi yang cepat. Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat. Penggunaan Internet sebagai media komunikasi menuntut penggunaannya untuk memiliki pengetahuan cara menggunakan perangkat lunak komputer secara umum dan perangkat aplikasi internet secara khusus. Komunikasi dalam Internet selain memiliki konteks komunikasi massa juga membentuk komunikasi personal dalam jumlah banyak. Yaitu pengguna internet dalam melakukan komunikasi berhadapan dengan pengguna lain dalam jumlah banyak yang masing-masing berperan sebagai komunikan dan komunikator. Sifat dan bentuk pesan-pesan yang disampaikan melalui semua media komunikasi klasik dimiliki oleh media internet. Artinya, dalam internet pengiriman pesan menggunakan berbagai bentuk seperti teks, grafis, video dan suara. Dalam komunikasi melalui internet juga dimungkinkan terjadinya komunikasi antar berbagai personal yang rentang perbedaannya baik secara sosiologis maupun budaya.

Internet merupakan media massa modern yang banyak digunakan masyarakat saat ini. Media ini telah digunakan untuk jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Internet kini telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Ini potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah. Dakwah tidak harus ceramah di mimbar tapi dengan kecanggihan Internet, dakwah bisa dilakukan dimana

saja serta bisa ditonton siapapun asal terhubung di Internet. Hal ini lah yang membuat pendakwah kondang Ustad Arifin Ilham memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah, beliau menulis keinginan untuk memasukkan anaknya ke pesantren. Tulisannya ini pun dikomentari sekitar 4.200 orang dan mendapatkan like sekitar 27.000 orang. Demikian juga yang dilakukan oleh Ketua umum ikatan Dai Indonesia (IKADI) Ahmad Satori Ismail yang membuat akun Twitter, lalu menulis tentang mukjizat Al-Quran, tidak lama kemudian banyak tanggapan berdatangan dari pengguna sosial media tersebut. Dari sini jelaslah bahwa penggunaan media massa modern seperti internet harus dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi keberhasilan dakwah.

Salah satu jaringan yang populer di internet selain Facebook adalah Twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *microblogging* gratis yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan sepanjang 140 karakter, Twitter dapat diakses dengan Internet berkecepatan lambat karena pesan yang disampaikan lebih banyak berbentuk teks dan kapasitasnya sangat kecil dan terbatas. Media baru seperti Twitter sangat penting dalam era baru diplomasi yang sangat menuntut kecerdasan dan dialog untuk mencapai tujuan Twitter. Twitter bukan hanya bermanfaat bagi dunia politik dan sosial, namun juga dapat menjadi sarana dakwah atau menyeru pada kebaikan. Artinya pesan-pesan yang di tampilkan Twitter dapat dibuka oleh orang yang bahkan belum memiliki akun Twitter, selain itu Twitter juga sangat mudah diakses melalui ponsel. Media massa tradisional pun mulai melirik Twitter guna meningkatkan loyalitas pembaca melalui Twitter, penerbit surat kabar harus lebih dulu membuat identitas

Twitter selanjutnya surat kabar menampilkan cuplikan-cuplikan singkat beritanya di Twitter juga mencantumkan link-link yang menuju artikel lengkap dari cuplikan berita itu.

Indonesia menjadi peringkat lima besar negara dalam pemakaian Twitter, bahkan Jakarta menjadi kota teraktif di dunia dalam memosting kicauan Twitter. Dalam 27 persen semua kicauan di dunia dalam tingkat kota, lebih 2 persen kicauan berasal dari ibu kota Indonesia. Ini membuktikan bahwa Twitter menjadi sebuah koneksi tiap orang Indonesia.<sup>3</sup>

Kehadiran Twitter sebagai jejaring sosial yang sedang banyak digunakan saat ini, seharusnya bisa menjadi media dakwah bagi pada da'i. Hal ini seperti yang dilirik akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama sebagai media dakwah.

Akun Twitter @TeladanRasul mulai memakai Twitter sejak 7 November 2010 mempunyai followers saat ini sebanyak 1.921.885, telah berkicau sebanyak 125.006 kicauan. Sedangkan akun Twitter @FaktaAgama mulai memakai Twitter sejak 1 Desember 2013 mempunyai pengikut sebanyak 353.522 pengikut. Dan telah berkicau sebanyak 2.102 kicauan.

Tweet pesan akidah, sya'riah dan akhlak yang diposting setiap harinya yang mendapat respon yang baik dari pengikutnya, penulis adalah seorang yang aktif

---

<sup>3</sup> <http://beritasatu.com/digital-life/428591-indonesia-masuk-llima-besar-pengguna-twitter.html>. Diakses pada 10 Jan. 18, pukul 08.00 Wita

menggunakan sosial media Twitter dan follower aktif akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pesan-Pesan Dakwah dalam Akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama”**

## **B. Fokus Masalah**

Bagaimana Pesan-Pesan Dakwah dalam Akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah ntuk menggali dan menganalisis pesan-pesan dakwah dalam akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama.

## **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 Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama.
2. Bahan pertimbangan agar penyampaian Dakwah bisa melalui sosial media khususnya lewat Twitter.
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 prilaku 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 Istilah**

1. Materi/Pesan dakwah adalah jelas merupakan ajaran Islam, baik berupa akidah, syariah dan akhlak yang diajarkan oleh Allah dan Rasul-Nya.<sup>4</sup> Pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsep atau materi dakwah yang disampaikan melalui akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama yang meliputi: Akidah, Syariah, dan Akhlak.
2. Akun Twitter yang dimaksud dalam penelitian ini adalah akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama. Kedua akun ini dipilih karena memiliki pengikut di atas 100.000 orang, bahkan akun Twitter @TeladanRasul memiliki pengikut diatas 1 juta.
3. Postingan yang masuk dalam penelitian adalah postingan yang tidak terpotong dan memiliki materi dakwah didalamnya yang terposting dari bulan September sampai dengan Oktober 2017.

---

<sup>4</sup> Kustadi Suhandang, Ilmu Dakwah, cet,1, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013) h.21

## **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 “Studi Kasus Tentang Implikasi Penggunaan Facebook Terhadap Pelaksanaan Salat Lima Waktu pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari Banjarmasin” yang ditulis oleh Mawardi Khalid mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Antasari Banjarmasin. Dalam skripsi ini membahas tentang pengaruh media sosial Facebook terhadap aktivitas salat lima waktu pada mahasiswa Fakultas dakwah dan komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.
2. Skripsi yang berjudul ‘Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @Hadistsku’ yang ditulis oleh Nur Rizky Toyyibah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari. Dalam skripsi ini membahas Komunikasi visual dan pesan-pesan Dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @Haditsku.
3. Skripsi yang berjudul “Analisis Isi Pesan Manajemen Qalbu dalam Twitter @AAGYM “ yang ditulis oleh Agnitia Citra Resmi mahasiswa Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi ini membahas pesan Manajemen Qalbu yang diposting akun Twitter @AAGYM.
4. Skripsi yang berjudul “Dakwah Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage facebook KH. Abdullah Gymnastiar)” yang ditulis oleh Rizki

Hakiki mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi ini membahas tentang ruang media dalam Fanpage facebook KH. Abdullah Gymnastiar.

Sedangkan pada skripsi ini, penulis lebih memfokuskan pada pesan-pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama.

### **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 oprasional, 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.