

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara orang berkomunikasi. Seperti zaman sekarang ini, hampir setiap orang menggunakan internet dalam , mencari, mengirim dan membaca informasi. Dalam berinteraksi pun kebanyakan melalui media sosial dibanding komunikasi secara langsung. Sama halnya dengan berdakwah, dakwah pada era milenial benar-benar harus memanfaatkan media, utamanya media-media baru.

Secara bahasa dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, mengajak, dan menyeru. Di dalam al-Quran, kata dakwah yang akar katanya terdiri dari *dal*, *ain*, dan *wawu* memiliki beberapa ragam bentuk dan maknanya. Ada 198 kali al-Quran menyebutkan kata dakwah dan ramifikasinya yang tersebar dalam 55 surat (176 ayat). Jumlah kata dakwah dan ramifikasinya disebutkan dalam al-Quran lebih banyak dari jumlah ayat yang memuatnya. Ada 18 ayat yang muatan kata dakwah di dalamnya lebih dari satu kata, dan ada dua ayat yang masing-masing memuat sebuah kata dakwah. Akan tetapi, kedua kata tersebut masing-masing memiliki dua arti sekaligus. Sementara itu, makna kata dakwah dan ramifikasinya ada yang berhubungan secara vertikal (doa dan menyembah) dan ada yang berhubungan secara horizontal (seruan, panggilan, ajakan, permintaan, harapan, undangan, dan lain-lain) (Budiantoro, 2018).

Banyak ragam cara dalam berdakwah, dapat melalui dakwah lisan, tulisan, media cetak maupun elektronik. Seiring berkembangnya zaman, dakwah telah

berkembang cukup pesat, mulai dari cara atau metode berdakwah dan jumlah mad'u.

Dakwah juga disebut sebagai proses berkomunikasi, tetapi tidak semua proses berkomunikasi merupakan suatu dakwah, karena berdakwah merupakan seruan atau ajakan untuk mengajak orang dalam kebaikan. Berdakwah dapat dilakukan dimana saja dan dapat menggunakan metode apa saja, salah satunya adalah menggunakan media yang saat ini sedang tren di zaman modern ini. Pada zaman sudah modern ini, para da'i harus bisa memanfaatkan media-media yang banyak digunakan masyarakat pada sekarang ini.

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Dalam transmisi ajaran Islam kepada umat, Dakwah dapat menggunakan berbagai jenis perantara seperti tertulis, lisan, dan audiovisual. Kegiatan dakwah milenial ini telah mengadopsi banyak media pendukung yang efektif dan efisien. Salah satunya adalah penggunaan media sosial yang sangat beragam. Ini termasuk Instagram, Line, Facebook, Twitter, dan banyak lagi yang dapat digunakan media untuk berdakwah. Media sosial memudahkan komunikasi masyarakat dan fungsinya hampir sama dengan berkirim pesan dan menelepon. Salah satu media dakwah yang sedang trend saat ini adalah aplikasi media sosial Instagram.

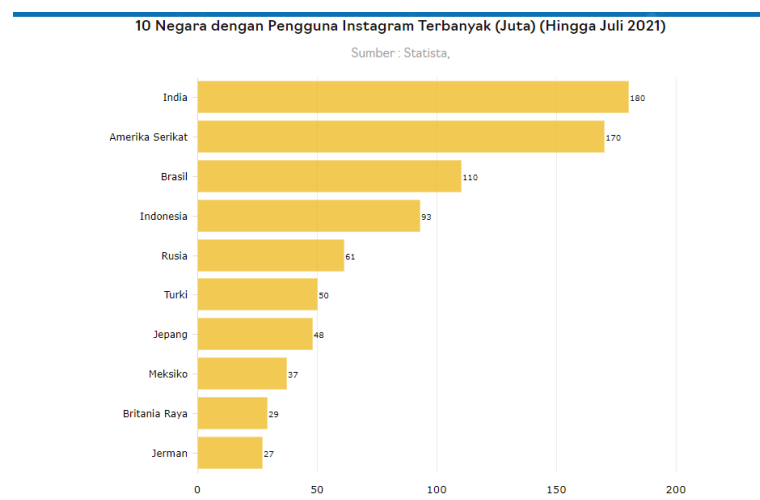
Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Instagram terdiri dari dua kata, "Insta" dan "Gram". Kata "Insta" berasal dari kata Instagram. Artinya, Instagram akan langsung

menampilkan foto mirip Polaroid. Kata "kesedihan" berasal dari kata "telegram", yang berarti ada cara yang efektif untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain (Sejarah Perkembangan Instagram, 2017). Instagram memungkinkan kita untuk mengunggah foto melalui jaringan internet sehingga kita dapat dengan cepat menerima informasi yang ingin kita sampaikan. Instagram telah berkembang pesat dan telah diakses oleh banyak orang di seluruh dunia, sehingga Instagram diakuisisi oleh Facebook pada tanggal 9 April 2012 dan bernilai hampir \$ 1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Sebelumnya, aplikasi Instagram ini hanya dapat diunduh dari App Store oleh pengguna iPhone, namun dengan berkembangnya aplikasi ini, Instagram akhirnya hadir di Play Store dan kini dapat diunduh oleh pengguna Android (Ii, 2013).

Pengguna instagram bermacam-macam, banyak orang menggunakannya sebanyak yang mereka suka. Salah satu tujuannya adalah berdakwah. melalui akun Instagram kita, para pendakwah juga dapat menyampaikan pesan melalui gambar yang dibagikan melalui akun mereka. Instagram merupakan media sosial yang sedang trend dan metode dakwah menggunakan audio dan visual yang menarik untuk dilihat, dibaca dan diamati, sehingga menjadi salah satu cara untuk menyebarkan aktivitas dakwah melalui instagram. Oleh karena itu, bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah melihat kemudahan penggunaan dan pengguna Instagram Indonesia menggunakan media sosial ini. Bahkan saat ini, kebanyakan orang, dari anak-anak hingga orang dewasa, memiliki akun Instagram.

Berdasarkan data yang peneliti dapat, dalam sebuah artikel yang diterbitkan oleh databoks.katadata.co.id yang di tulis oleh Monavia Ayu Rizaty, Instagram adalah salah satu jejaring sosial paling populer di dunia, terutama di kalangan anak muda. Pada kuartal pertama tahun 2021, ada 1,07 miliar pengguna aktif Instagram di seluruh dunia, dengan 354 juta pengguna berusia 25-34 tahun.(Toybah, 2016).

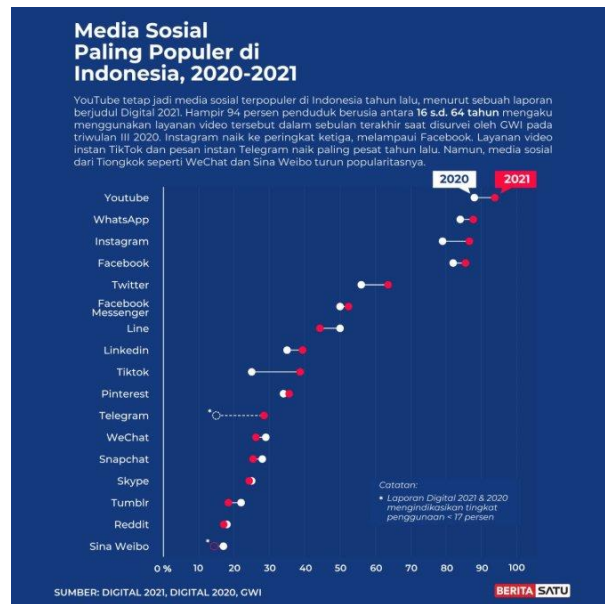
Gambar 1. 10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Juta) tahun 2021



Gambar 1. Sumber : Statista

Dikutip dari statista.com, jumlah pengguna Instagram di Indonesia akan mencapai 91,77 juta pada Juli 2021. Kelompok umur dengan jumlah pengguna terbanyak adalah 18-24 tahun (36,4%). Instagram adalah platform media sosial terpopuler ketiga setelah YouTube dan WhatsApp.

Gambar 2. Data Media Sosial Paling Populer di Indonesia, 2020-2021



Gambar 2 Sumber : Beritasatu.com

Berdasarkan data diatas dapat kita lihat, betapa banyaknya pengguna aktif media sosial Instagram di Indonesia. Melihat perkembangan tersebut dapat dijadikan sebuah peluang dalam berdakwah melalui media sosial Instagram.

Dalam mengelola akun Instagram, diperlukan suatu optimalisasi. Optimalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah tertinggi, paling baik, sempurna, terbaik, paling menguntungkan, mengoptimalkan berarti menjadikan sempurna, menjadikan paling tinggi, menjadikan maksimal, optimalisasi berarti pengoptimalan (Goyena, 2019). Penggunaan media sosial Instagram sebagai media dakwah juga haruslah optimal, baik dari *content* atau isi, desain postingan, hingga waktu dalam penguploadan konten yang tepat. Mengutip pendapat Winardi, optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya suatu tujuan (Winardi, 1996).

Salah satu yayasan yang menggunakan instagram sebagai media dakwah adalah akun @muslimorid. Akun muslimorid merupakan salah satu media dakwah milik Yayasan Pendidikan Islam Al-Atsari (YPIA) yang berada di Pogung Rejo, Sinduadi Mlati, Sleman DIY. Yayasan Pendidikan Islam Al-Atsari adalah Yayasan yang bergerak di bidang dakwah publik dan pembinaan generasi muda, khususnya mahasiswa, dan umat islam pada umumnya. Akun Instagram muslimorid menyebarkan dakwah Islamiyyah Ahlussunnah Wal Jama'ah di jagat maya. Moto muslimorid adalah “Memurnikan Aqidah, Menebarkan Sunah”. Akun Instagram muslimorid dibuat sejak tanggal 23 April 2014, yang mana hingga saat ini memiliki followers sebanyak 679K. Pada akun Instagram muslimorid memiliki dua konten dakwah, yaitu konten dengan desain poster dan konten video, yang dikelola oleh 3 *content creator*, yang mana satu khusus konten video dan 2 *content creator* khusus desain poster. Akun Instagram muslimorid aktif dalam memposting dakwah setiap hari, dan juga admin pada akun muslimorid aktif dalam menanggapi komentar-komentar pada setiap postingannya.

Adapun Yayasan atau komunitas lain yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah, salah satunya yaitu akun Instagram muslimdesigncommunity. Akun muslimdesigncommunity merupakan akun Instagram yang dikelola oleh sebuah komunitas yang mana hingga saat ini memiliki 67,9K followers.

Dakwah online berbasis digital salah satunya yaitu menggunakan media sosial Instagram dalam menyebarkan dakwah agar lebih efektif, efisien dan lebih banyak jangkauan yang dapat mengakses dakwah-dakwah tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi pertimbangan peneliti untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana optimalisasi Instagram sebagai media dakwah yang dilakukan oleh akun muslimorid, dengan demikian peneliti judul skripsi **“OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH”** studi kasus pada akun @muslimorid.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Dakwah Digital atau dakwah *online* dapat di akses oleh semua kalangan, terutama media sosial Instagram.
2. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia, dengan sifat user yang beragam termasuk melakukan kegiatan dakwah di dalam media sosial.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian lapangan yaitu penelitian dengan melakukan survei dan wawancara kepada *founder* dan *content creator* akun dakwah Instagram muslimorid tentang Optimalisasi Instagram Sebagai Media Dakwah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana optimalisasi media sosial instagram pada akun muslimorid dalam menyampaikan dakwah?
2. Bagaimana bentuk pengelolaan media sosial instagram sebagai media dakwah yang dilakukan oleh akun muslimorid?
3. Bagaimana kendala dalam optimalisasi instagram sebagai media dakwah pada akun muslimorid?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui optimalisasi media sosial instagram pada akun muslimorid dalam menyampaikan dakwah.
2. Untuk mengetahui bentuk pengelolaan media sosial Instagram sebagai media dakwah yang dilakukan oleh akun muslimorid.
3. Untuk mengetahui kendala dalam optimalisasi instagram sebagai media dakwah pada akun muslimorid

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**

- a. Diharapkan dapat menambah pengetahuan yang terkait dengan ilmu dan komunikasi di lingkungan Fakultas Agama Islam khususnya tentang Instagram sebagai media dakwah.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya.
- c. Diharapkan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang media dakwah melalui media sosial, yaitu bagaimana menyampaikan pesan dakwah melalui media baru secara optimal.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan mampu memberikan gambaran cara menyampaikan pesan dakwah oleh akun @muslimorid melalui media sosial Instagram.
- b. Memberi inspirasi para pengguna media sosial Instagram untuk memperkaya aktivitas di dunia maya dan menyebarkan nilai-nilai Islam.