

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi pada era ini membuat dakwah konvensional kehilangan kekuatannya. Dakwah yang biasanya memakai cara konvensional yakni hadir dan bertatap muka langsung dengan *da'i*, kini berkembang dengan sebutan dakwah *online* yaitu kita bisa melihat kajian para *da'i* tanpa hadir dan bertatap muka langsung. Berdakwah secara *online* dinilai sangat efektif dewasa ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyunisa, Twediana Budi Hapsari (2019) terhadap 25 responden menemukan bahwa nilai rata-rata *pre test* dan *post test* jamaah dakwah konvensional sebesar 8,00 menjadi 8,96. Sedangkan untuk nilai rata-rata jamaah dakwah *online* yaitu 7,60 menjadi 9,88. Berdasarkan hasil nilai rata-rata jamaah *online* lebih tinggi daripada nilai rata-rata jamaah konvensional, ini berarti dakwah secara *online* lebih efektif daripada dakwah secara konvensional. Saat ini, para pendakwah dengan mudah menjangkau target dakwah dengan memanfaatkan media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dimanfaatkan para pendakwah untuk berdakwah. Hal ini dibuktikan dengan pengamatan peneliti pada tanggal 25 Maret 2023, ditemukan 13,4 juta kiriman tentang topik hijrah dengan tagar #hijrah. Hal tersebut menandakan bahwa, terdapat banyak akun dakwah di media sosial instagram. Akun dakwah seperti @terasdakwah, @dakwah\_tauhid, @ustadzabdulsoamad\_official, @ustadwijayanto.official, @taqwart, @iqomic.

Kehadiran media sosial dapat membantu manusia untuk mendapatkan informasi secara cepat dan tepat ataupun berkomunikasi dengan jarak jauh. Disamping dampak positif tersebut, media sosial juga memiliki dampak negatif diantaranya dapat menimbulkan konflik karena faktor persamaan dan perbedaan kepentingan sosial dan

faktor kemajemukan Indonesia (Suyati, 2021, p. 2). Selain itu komunikasi melalui media sosial dapat menjauhkan yang dekat, karena para pengguna media sosial mengalami kecanduan dan jarang bersosialisasi dengan masyarakat sekitar (Aeni, 2022).

Mauludi (2018, p. 152) menyebutkan bahwa media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat saling terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi (konten) dari media yang digunakan secara bersama-sama. Oleh karena itu sifatnya yang saling terhubung secara *online* dan mampu menyajikan konten berupa teks, gambar, dan video maka media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi tetapi juga menjadi media hiburan. Sehingga pengembang berlomba-lomba menciptakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *instagram* dan lain sebagainya. Banyak *platform* media sosial yang digunakan aktivis dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, salah satunya ialah media sosial *instagram*. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *platform* pemasaran *instagram* dunia yakni NapoleonCat bahwa sampai bulan Oktober 2022 pengguna *instagram* sudah mencapai 97.378.700 pengguna. Indonesia menyumbangkan 34,9% dari seluruh pengguna *instagram* di dunia. Pengguna *instagram* di Indonesia saat ini, didominasi oleh gender perempuan dengan presentase mencapai 51,5% dengan rentan usia 18-24 tahun (NapoleonCat, 2022). Melalui media sosial *instagram*, pendakwah harus memiliki inisiatif dan kreatifitas serta inovatif untuk memberikan sesuatu yang berkesan dan memberikan efek positif kepada pengikutnya (Artika, 2019, p. 4). Hal itu diperlukan karena dakwah melalui *instagram* tidak selalu mudah menarik perhatian pengikut untuk melihat dan membaca unggahan akun kita, kadang mereka hanya sekedar melihat semata lalu pindah ke unggahan akun lain. Namun, dakwah di media sosial harus mematuhi dan mengikuti aturan dan etika yang telah ditetapkan karena etika yang baik adalah pondasi *amar ma'ruf nahi munkar* yang paling dasar dan paling asasi bagi mereka yang menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar*".

Dakwah juga senantiasa memberikan pemahaman kepada orang banyak bagaimana Islam itu sesungguhnya dan semestinya. Maka perlunya kita memahami pengertian beberapa ahli tentang dakwah. Syamsuddin (2016, p. 9) menyebutkan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas dan upaya penyampaian ajaran Islam secara sadar dan sengaja untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari kondisi yang tidak baik menjadi kondisi yang lebih baik. Wahyu Illahi (2013, p. 17) menyatakan bahwa dakwah adalah ajakan kepada kebaikan dan hal yang lebih baik, serta mengandung pemikiran-pemikiran yang progresif yang merupakan proses berkelanjutan menuju kebaikan dan hal yang lebih baik untuk mencapai tujuan dakwah. Adapun menurut Nawari Ismail (2010, p. 1) dakwah adalah sebuah upaya untuk mengubah situasi-kondisi individu dan sosial-budaya masyarakat. Sebuah perubahan yang dilakukan oleh subyek pengubah (*agent of change*) untuk semua manusia (Qs. Saba', 28), bahkan untuk seluruh alam semesta (Qs. Al-Anbiya, 107). Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka penulis mencoba memberikan kesimpulan mengenai pengertian dari dakwah yaitu rangkaian aktivitas yang terukur dan terencana dalam upaya mendekatkan manusia kepada jalan kebaikan dan hidayah melalui berbagai cara dan pendekatan agar kehidupan masyarakat selamat dan bahagia di dunia serta akhirat. Hal tersebut juga ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam surah (An-Nahl, 16:125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْهُمْ بِالنِّبَاتِ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*

Sebagaimana disebutkan diatas, setiap muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah dan menyeru kebaikan kepada sesamanya agar selalu berada di jalan yang benar yaitu di jalan Allah SWT. Dengan pengajaran yang baik, lemah lembut, dan menyejukkan sehingga dapat diterima baik oleh penerima dakwah.

Dari berbagai macam akun dakwah di media *instagram*, penulis mengambil akun dakwah @kpopershijrah.ofc sebagai subjek penelitian. Berdasarkan tinjauan awal, akun ini sering menyebarkan konten dakwah dalam bentuk visual, baik gambar maupun video. Sebelumnya akun ini bernama @kpopers.hijrah kemudian berganti nama menjadi @kpopershijrah.ofc karena akun yang sebelumnya diretas. Akun ini berdiri didasari atas fenomena *Korean Wave* dimana hal-hal yang berbau korea tengah menjadi trend dikalangan anak *millenial*, ini menjadi perhatian baru bagi para pendakwah hingga ulama yang dikhawatirkan menimbulkan krisis aqidah bagi muslim ataupun muslimah (Hendra & Yuliardiana, 2021, p. 41). Krisis aqidah berupa menikmati konten-konten korea lebih banyak daripada membaca Al-Qur'an, dan menyelami sejarah idola kpop daripada sejarah idola mutlak kita sebagai umat Islam yakni Nabi Muhammad SAW (Zakiyah et al., 2022, p. 37). Beberapa ulama mulai gencar menyampaikan pesan dakwahnya terkait fenomena *Korean Wave*, seperti Ustadz Abdul Somad yang mengatakan bahwa “apa yang selalu kita lihat dan yang selalu kita dengar itulah yang akan datang pada saat sakaratul maut” (Somad, 2020). Akun ini didirikan dengan tujuan untuk mengingatkan pengikut kpopers untuk tetap berada di jalan-NYA (W & Wiksana, 2019, p. 734).

## 1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang, peneliti tertarik untuk mengkaji analisis isi pesan dakwah aqidah karena fenomena *Korean Wave* yang semakin digemari oleh anak *millenial*

menyebabkan krisis aqidah, dan menjadi perhatian baru bagi para pendakwah ataupun ulama.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana isi pesan dakwah aqidah dalam akun *instagram* @kpopershijrah.ofc?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah aqidah dalam akun *instagram* @kpopershijrah.ofc.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Secara Praktis**

Dapat menjadi bahan masukan bagi akun dakwah di media sosial khususnya di media *instagram* @kpopershijarah.ofc terkait isi pesan aqidah yang terkandung dalam setiap postingan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal pengetahuan dan informasi kepada akun dakwah di media sosial.

#### **1.5.2 Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu dakwah terutama dalam bidang penyiaran dakwah melalui media sosial.