

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam mewajibkan setiap umatnya untuk berdakwah. Dakwah mencakup dua aspek yaitu *amar ma'ruf* (mengajak pada kebaikan) dan *nahi mungkar* (mencegah dari kemungkaran). Namun, dalam agama Islam memerintahkan dakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Dari Abu Hurairah, ia berkata, Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda,

وَمَا أَمَرْتُكُمْ بِهِ فَاَفْعَلُوا مِنْهُ مَا اسْتَطَعْتُمْ

“Dan apa yang diperintahkan bagi kalian, maka lakukanlah semampu kalian” (HR. Bukhari no. 7288 dan Muslim no. 1337).

Kegiatan dakwah menjadi hal mendasar dalam Islam. Tanpa adanya dakwah maka ajaran Islam tidak akan sampai dan dipahami oleh umat manusia. Selain alasan tersebut, agama Islam juga mendorong umatnya untuk berbuat kebaikan dan mengajak orang lain agar menjadi manusia yang baik, berakhlak dan berpengetahuan. Maka sangat relevan jika agama Islam disebut sebagai agama dakwah. Dengan demikian, antara Islam dan dakwah adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Islam merupakan butuh dakwah agar ajarannya tersampaikan dengan baik, dan dakwah membutuhkan Islam sebagai pijakannya (Hidayat, 2020).

Dakwah dalam Islam bukan hanya mengajak orang lain kepada kebaikan tetapi juga mencegah orang lain dari perbuatan mungkar. Namun pada praktiknya, da'i dalam berdakwah ternyata lebih mengedepankan mengajak kebaikan (*amar ma'ruf*) daripada mencegah kemungkaran (*nahi mungkar*). Alasannya, *nahi mungkar* lebih berisiko dan lebih sensitif dalam dakwah. Padahal berdakwah *nahi mungkar* merupakan kewajiban. Nabi Muhammad SAW telah mempraktikkan dakwah *nahi mungkar* dengan mengutamakan cara melalui tangan, lisan dan hati. *Nahi mungkar* dalam dakwah selalu berhubungan dengan norma dan tradisi masyarakat. Oleh sebab itu, seorang da'i dapat melakukan dakwah *nahi mungkar* dengan mengetahui beragam jenis mad'u. Da'i akan menghadapi mad'u yang berbeda-beda secara tradisi, pemahaman agama, penguasaan ilmu dan tingkat kecerdasan. Tentu ukuran kebenaran dalam bernahi mungkar yaitu al-Quran, Hadits dan ijma ulama, serta bukan atas dasar pemahaman individu (Aziz & Santoso, 2020).

Dakwah nahi mungkar dipahami sebagai suatu usaha untuk menyalakan dan menghapus kemungkaran pada diri seseorang maupun kelompok agar mereka bisa berhenti serta tidak mengulangi perbuatan mungkar dan menggantinya dengan melakukan perbuatan ma'ruf. Eko dan Wahid (2015:3). Berbeda dengan dakwah *amar ma'ruf*, dakwah *nahi mungkar* berfokus pada pencegahan ataupun pemberantasan dari kemungkaran yang dilakukan seseorang. Dalam hal ini belum banyak da'i yang memilih aktif untuk dakwah nahi mungkar karena dari segi resiko dakwah nahi mungkar lebih sensitif.

Seiring perkembangan teknologi, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan menggunakan berbagai platform media. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya dilakukan pada saat tertentu, seperti acara pengajian, atau acara-acara hari besar Islam. Dakwah juga tidak hanya dilakukan di tempat-tempat tertentu seperti masjid, majlis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. Perkembangan media tanpa batas tempat dan waktu memungkinkan dakwah agar dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Perkembangan media dakwah di Indonesiapun sudah ada sejak tahun 1980-an. Di tahun tersebut sudah banyak mencetak da'i – da'i populer yang kerap mengisi ceramah di radio dan televisi. Seperti KH. Kosim Nurseha (Hasbullah, 2017).

Kemunculan berbagai macam media seperti saat ini memberikan kemudahan dalam berdakwah untuk menjangkau masyarakat luas. Media yang digunakan berdakwah saat ini juga bermacam-macam. Salah satu media dakwah yang populer adalah media sosial. Media sosial merupakan situs dimana setiap orang yang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi (Wahana et al., 2020).

Dari berbagai macam media sosial yang digunakan dalam berdakwah, salah satu media sosial yang marak digunakan sebagai media dakwah adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang paling populer, popularitas instagram semakin menjulang, seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaanya (Husna, 2021). Pada era saat ini, dakwah sudah tidak lagi terbatas dengan ruang dan waktu, artinya dakwah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Dengan berkembangnya

teknologi dan munculnya media sosial sangat menunjang kelancaran dakwah kepada sasaran yang luas. Instagram adalah salah satu media sosial paling diminati, pengguna instagram berasal dari berbagai macam daerah dan usia yang berbeda-beda. Sehingga Instagram menjadi pilihan berdakwah bagi sebagian da'i dan da'iyah.

Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada April 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil (Rizaty, dataindonesia.id, 2022). Menurut data *Business of Apps*, pengguna Instagram secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022. Jumlah itu meningkat 1,67% dari kuartal sebelumnya yang masih 1,92 miliar orang. Sedangkan jika dibanding kuartal I 2021, pertumbuhannya mencapai 4,42% dalam setahun. Pengguna Instagram terbanyak berada di wilayah Asia Pasifik, yakni mencapai 893 juta orang pada 2021. Disusul Eropa dan Amerika Selatan yang masing-masing sebesar 338 juta orang dan 289 juta orang. Adapun penggunanya mayoritas berusia 25-34 tahun, dengan proporsi 33% dari total pengguna. Diikuti kelompok usia 18-24 tahun sebesar 30% dan usia 35-44 tahun 16%. (Rizaty, databoks.katadata.co.id, 2022). Dengan data-data tersebut, media sosial Instagram menjadi salah satu diantara sarana media dakwah yang sesuai pada saat ini, terlebih untuk da'i ataupun da'iyah yang menunjukan dakwahnya pada *mad'u* anak muda. Instagram merupakan aplikasi yang bisa memuat dalam berbagi kegiatan lewat foto atau video yang di unggah dan memungkinkan pengguna mengambil foto dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Aplikasi Instagram menyediakan

berbagai fitur bagi para penggunanya sehingga seluruh pengguna bebas membagikan konten apapun, termasuk konten dakwah.

Saat ini banyak da'i yang menjadikan instagram sebagai media dakwah. Adapun da'i yang sangat dikenal oleh pengguna media sosial instagram yakni Felix Siau dan Hannan Attaki, kedua da'i ini sangat terkenal di kalangan pemuda. Felix Siau dan Hanan Attaki memiliki karakter dakwah yang kreatif dan lebih banyak menarik perhatian anak muda. Instagram telah menjadi *soft or light* dakwah. Dimana dalam hal ini dakwah bukan hanya mengenal bahasa secara verbal saja, namun juga bahasa visual yang memuat konten positif dan ujaran yang mengandung motivasi di dalam postingan (Latifah & Romario, 2019). Berbeda dengan kedua da'i populer yang berfokus pada motivasi yang mengarah pada dakwah amar ma'ruf, terdapat pendakwah yang justru fokus berdakwah nahi mungkar dengan isi konten kritik atas kemungkaran yang terjadi. Da'i muda bernama Wajdi Azim dengan nama pengguna instagram @wajdi_azim adalah salah satu pendakwah yang memilih Instagram sebagai sarana dakwah nahi mungkar. Wajdi Azim mengemas dakwah dengan unik yakni dengan kritik dan pembahasan yang mengangkat isu-isu yang bersifat kemungkaran. Jika da'i di Instagram lebih dominan mengajak dan memotivasi dengan ajakan berbuat baik, namun akun Instagram @wajdi_azim membuat dakwah yang disampaikan menjadi dakwah yang tegas dan berani. Sasaran utama dakwah nahi mungkar yang dilaksanakan Wajdi Azim adalah anak-anak muda.

Aspek pemanfaatan konten dari media sosial banyak dikaitkan dengan penggunaan anak muda yang sangat identik dengan penggunaan gadget. Kondisi remaja saat ini terlihat sangat miris, banyak remaja yang melakukan perilaku-perilaku menyimpang dan gaya hidup yang tidak sesuai dikarenakan terlalu sering melihat *gadget* dan mengakses internet tanpa pengawasan. Dengan ini maka terdapat peluang besar bagi pendakwah untuk melakukan dakwah *nahi mungkar* pada media sosial.

Pada awalnya Wajdi Azim memiliki akun Instagram utama dengan jumlah pengikut mencapai tujuh puluh ribu, namun dikarenakan dakwahnya yang sangat sensitif bagi beberapa orang. Tidak sedikit dari mad'u nya yang justru membenci dengan melakukan tindakan *report* pada instagramnya sehingga akun instagram utamanya dengan nama pengguna @wajdiazim lenyap. Dengan kejadian tersebut mengharuskan ia untuk berpindah pada akun cadangannya pada bulan Mei tahun 2022 dengan nama pengguna @wajdi_azim yang kini mencapai jumlah pengikut sebanyak 29,4 ribu.

Dakwah *nahi mungkar* yang disampaikan oleh Wajdi Azim seringkali menjadi kontroversial bagi kelompok tertentu, ia seringkali berdakwah melalui kolom komentar di postingan Instagram dan memberikan penjelasan dakwah *nahi mungkar* lewat fitur *story* pada instagramnya dengan menyertakan foto atau video yang mengandung kemungkaran. Sebagai contoh kejadian kontroversial yang ia kritisi adalah persoalan santri yang berpacaran, ia memberikan komentar pada salah satu postingan dan membahas pada *story* Instagramnya. Dengan komentarnya pada postingan tersebut mengundang banyak kontroversi

sampai akhirnya banyak oknum yang menyerangnya melalui *direct message*. Contoh selanjutnya adalah video *reel* Wajdi Azim yang menanggapi perkataan Habib Husein pada salah satu video *podcast* yang mengatakan bahwa “Nabi memperbolehkan kita ngefans kepada sesuatu apapun” (@wajdi_azim, n.d.). Selain itu, ketika ada hal-hal yang dianggap harus segera disampaikan misalnya seperti ketika ada *challenge-challenge* yang sedang viral namun dalam *challenge* tersebut mengandung kemungkarn yang seharusnya diluruskan. Selain aplikasi Instagram, Wajdi Azim juga menggunakan aplikasi TikTok sebagai sarana dakwahnya, memposting video-video dakwah *nahi mungkar* yang juga diposting pada akun instagramnya. Aplikasi TikTok ia manfaatkan juga untuk mengambil video yang akan ia dakwahkan di *Instagram story*.

Wajdi Azim memilih dakwah *nahi mungkar* dikarenakan pembawaan dirinya yang merupakan tipe analitik, ia mengetahui hal-hal yang sekiranya menyimpang. Tidak hanya penyimpangan yang ia bahas, namun juga efek buruk dikemudian hari yang nantinya bersifat berkelanjutan. Sektor dakwah *nahi mungkar* termasuk jarang di Instagram, maka Wajdi Azim memilih untuk berbeda dari pendakwah lain yang lebih fokus pada *amar ma'ruf*.

Sebagai seorang da'i harus memperhatikan kebutuhan mad'u atau memperhatikan lingkungannya. Seperti halnya akun instagram @wajdi_azim yang memanfaatkan media sosial instagram untuk berdakwah *nahi mungkar* karena ia ingin mengisi hal-hal yang kurang dari pemuda zaman sekarang yaitu kemampuan untuk memahami identitas sebagai seorang muslim. Wajdi Azim memulai dakwah *nahi mungkar*

pada awalnya termotivasi oleh perasaan resah melihat keadaan pemuda-pemuda di media sosial yang ikut-ikutan pada hal yang seharusnya dilarang.

Penulis memutuskan untuk memilih da'i muda atau konten kreator dakwah dengan nama instagram @wajdi_azim sebagai subyek penelitian karena akun instagram tersebut berfokus pada pencegahan kemungkaran atau kerap disebut dengan *nahi mungkar* yang mengemas konten dakwahnya dengan kritik dan kalimat-kalimat tegas sehingga dakwah yang disampaikan menimbulkan banyak kontroversial Selain itu target dakwah *nahi mungkar*nya adalah anak muda.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi dakwah *nahi mungkar* Wajdi Azim dalam mengelola akun @wajdi_azim?
2. Apa hambatan dan tantangan berdakwah *nahi mungkar* di media sosial pada akun instagram @wajdi_azim?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Wajdi Azim pada media sosial instagram sebagai media dakwah *nahi mungkar*:

1. Mengetahui bagaimana strategi dakwah *nahi mungkar* Wajdi Azim dalam mengelola akun@wajdi_azim
2. Mengetahui apa hambatan dan tantangan berdakwah *nahi mungkar* di media sosial

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu mengenai komunikasi dakwah di media sosial instagram
 - b. Diharapkan memberikan informasi tentang strategi dakwah *nahi mungkar* di media sosial instagram
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan gambaran strategi Wajdi Azim dalam berdakwah nahi mungkar di media sosial instagram pada akun @wajdi_azim
 - b. Memberikan informasi tentang hambatan dan tantangan dakwah di media sosial instagram