

# BAB I

## PENDAHULUAN

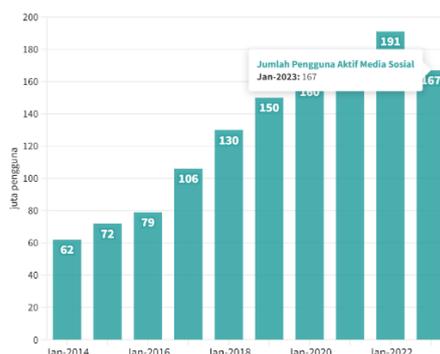
### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu kegiatan interaksi dengan melaksanakan kegiatan penerima dan pengirim informasi atau pesan yang dilaksanakan oleh suatu kelompok antara dua individu lebih (Librianti, 2021). Selain itu dijelaskan juga bahwa komunikasi secara umum merupakan suatu upaya ataupun sarana yang memiliki tujuan menyampaikan suatu pesan sehingga terjadi suatu interaksi antar individu sehingga ilmu komunikasi lebih mengkaji terkait upaya penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan yang menimbulkan suatu umpan balik. Tersampainya suatu pesan atau informasi tersebut yang bersumber dari individu atau kelompok dengan maksud dan tujuan yang jelas merupakan komunikasi.

Dalam proses komunikasi, sering kali pesan tidak bisa tersampaikan secara efektif dan efisien kepada target yang dituju karena media yang digunakan kurang tepat. Sebagai contoh beberapa perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja masih menggunakan media cetak seperti koran untuk menginformasikan lowongan pekerjaan yang tersedia. Padahal pada kenyataannya berdasarkan survei yang dilakukan oleh Nielsen tahun 2017 bertajuk “*Consumer Media View*” yang dilakukan di 11 kota di Indonesia; Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, dan beberapa kota besar lainnya. Konsumsi tayangan televisi masih paling dominan dengan 96%, disusul media luar ruang 53%, kemudian internet 44%, radio 37%, koran 7%, dan tabloid atau majalah 3%. Data tersebut membuktikan bahwa saat ini koran atau media cetak lain bukanlah media yang efisien untuk menjangkau banyak audiens dan telah digantikan oleh media internet atau media digital lainnya (Qorib, 2020).

Media sosial merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh media internet. Menurut laporan dari *We Are Social*, pengguna aktif media sosial di

Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023 dan jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri (Widi, 2023). Kemudian juga dijelaskan bahwa waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya dan durasi tersebut merupakan durasi tertinggi ke-10 di dunia.



Gambar I. 1 Data pengguna aktif media sosial di Indonesia

Menurut *goodstats.id*, terdapat tujuh media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia antarlain terdapat *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *Tiktok*, *Telegram*, *twitter*, dan *facebook messenger* (Muhtar, 2023). Instragram menjadi peringkat ke-2 sebagai aplikasi yang sering digunakan dengan pengguna sebanyak 86,5% persen warganet. Instagram merupakan media sosial yang familiar di kalangan masyarakat Indonesia dengan membagikan momen. Media sosial tersebut menyediakan berbagai *fitur* di dalamnya seperti fitur *Stories*, *direct message*, *explore*, *like*, *followers*, dan lain sebagainya untuk membagikan momen dan kegiatan dalam bentuk foto dan video, mengikuti tren terbaru, dan juga digunakan sebagai bisnis.

Berbagai informasi mulai dari perekonomian, politik, pengetahuan umum, sampai pada informasi keagamaan pun dapat ditemukan di Instagram. Maka tidak heran jika saat ini Instagram digunakan sebagai media untuk berdakwah oleh beberapa *da'i* dengan caranya masing-masing. Beberapa *da'i* menggunakan Instagram untuk media dakwah supaya dapat menjangkau *mad'u* yang sebelumnya tidak bisa dijangkau dengan cara ceramah secara langsung atau pengajian seperti biasanya.

Bentuk kemasan dakwah yang disampaikan melalui Instagram juga sangat beragam, mulai dari yang sebelumnya sudah menjadi seorang *da'i* atau ustadz yang kemudian menampilkan cuplikan-cuplikan nasehatnya dalam bentuk video pendek, rekaman suara, atau pun tulisan, sampai seseorang yang menyampaikan pesan dakwah dengan kemasan menarik tanpa ia menunjukkan identitasnya.

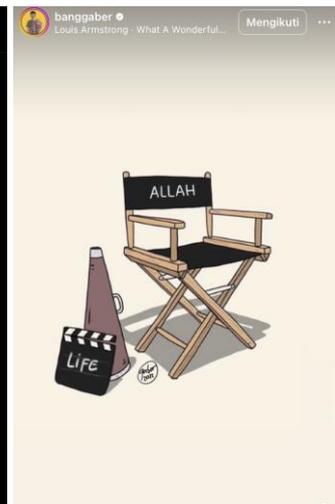
Sebagai contoh akun Instagram @taarts\_gram yang menggunakan animasi bergerak untuk menampilkan pesan dari para ulama agar dapat diterima oleh kalangan anak muda. Selain itu, ada juga yang memberikan kemasan dalam bentuk teks yang ringan ditambah dengan perumpamaan yang menghibur yaitu akun instagram @tetestuang. Terakhir, ada yang menggunakan ilustrasi untuk memberikan pesan dakwah kepada pengguna Instagram yaitu akun bernama @banggaber.



Gambar I. 2 Unggahan akun Instagram @taarts\_gram



Gambar I. 3 Unggahan akun Instagram @tetestuang



Gambar I. 4 Unggahan akun Instagram @banggaber

Perlu diketahui juga bahwa kewajiban berdakwah tidak hanya melekat pada seorang *da'i* atau ustadz, tetapi seluruh umat Islam juga diwajibkan untuk berdakwah sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Rahayu, 2019). Hal tersebut disampaikan di dalam al-Qur'an Surah Ali-Imran ayat 110 sebagai berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ  
 بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ  
 الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Allah kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka adalah orang-orang yang fasik.”

Ada fakta memprihatinkan yang melatarbelakangi penulis mengambil topik moral. Survei yang dilakukan Microsoft dengan parameter *Digital Civility Index* untuk mengukur tingkat kesopanan masyarakat di setiap negara saat mereka melakukan aktivitas di dunia digital. Data menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mempunyai tingkat kesopanan paling buruk se Asia Pasifik (Axel Christiant, 2022). Kesopanan yang buruk ketika berkomunikasi di media sosial tentunya akan menghambat proses komunikasi tersebut berjalan dengan baik bahkan dapat menimbulkan kesalah pahaman dalam penerimaan pesan yang ingin disampaikan. Dengan adanya hal tersebut menunjukkan pentingnya pemahaman dan penanaman moral bagi masyarakat Indonesia.

Moral berasal dari kata latin “*mores*” yang mempunyai arti tata cara, kebiasaan dan adat. Menurut Al-Gazhali dalam kitab *Ihya ‘Ulumuddin* dengan sudut pandang Islam, moral disebut juga sebagai akhlak yang menjelaskan tentang baik buruk perilaku seseorang. Perbedaannya terletak pada parameter yang digunakan sebagai tolak ukur. Moral menggunakan adat istiadat yang ada di masyarakat sebagai tolak ukurnya, sedangkan akhlak menggunakan al-Qur’an dan Hadist sebagai tolak ukur untuk menilainya (Fadlullah et al., 2023). Alasan penulis memilih menggunakan kata moral karena penggunaan kata moral dapat lebih menyeluruh dan bersifat umum jika dibandingkan dengan kata akhlak yang berada pada lingkup agama Islam.

Faktor yang mempengaruhi moral atau akhlak seseorang salah satunya adalah lingkungan sosialnya. Seseorang akan mengikuti atau terpengaruh oleh perilaku orang yang berada disekitarnya. Apabila seseorang bergaul dengan

orang yang mempunyai moral terpuji, maka perilaku orang tersebut akan mengikuti, begitu pula sebaliknya (Fadlullah et al., 2023).

Perkembangan teknologi yang cukup pesat seperti saat ini membuat masyarakat bisa bersosial tanpa harus bertatap muka atau bertemu secara langsung. Mereka bisa tetap bersosial dan juga berkomunikasi melalui media sosial yang menggunakan internet sebagai perantaranya. Maka dari itu, moral atau akhlak seseorang dapat terpengaruh dari lingkungan sosial media yang ia digunakan. Tayangan-tayangan yang buruk di sosial media juga akan memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat.

Berdasarkan persoalan yang telah dijabarkan diatas menunjukkan pentingnya pemahaman dan penanaman tentang moral kepada masyarakat Indonesia salah satunya melalui media sosial. Pemahaman dan penanaman moral untuk masyarakat dapat dimulai dengan cara memberikan tayangan-tayangan yang mendidik dan memberikan contoh moral yang baik.

Nabi Muhammad Saw diutus sebagai Rasul di dunia untuk memberikan ajaran tentang akhlak dan menyempurnakannya seperti yang telah beliau sabdakan sebagai berikut : “Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan baiknya akhlaq.” (HR. Ahmad 2/381)

Muhammad ‘Abdullah Draz dalam bukunya *Dustur al-Akhlaq fi al-Islam* membagi ruang lingkup akhlak menjadi 5 bagian salah satunya adalah akhlak beragama yang dapat diartikan kewajiban terhadap Allah Swt (Ilyas, 1999). Akhlak terhadap Allah Swt juga dapat diistilahkan sebagai moral Ketuhanan yang mana mempunyai persamaan membicarakan tentang baik buruknya hubungan manusia dengan Tuhan.

Moral Ketuhanan seharusnya menjadi pembelajaran yang penting dan perlu diperhatikan bagi umat muslim. Taqwa merupakan salah satu bentuk dari moral Ketuhanan yang akan memberikan arahan kepada manusia untuk mengikuti semua yang diperintahkan Tuhan dan menjauhi segala larangan-Nya (Ilyas, 1999). Manusia yang bertaqwa akan selalu berhati-hati dalam berperilaku di dunia karena merasa diawasi oleh Tuhan dalam setiap aktivitasnya. Mereka mengikuti apa saja yang diperintahkan Tuhan dan

menjauhi yang dilarang, sedangkan Tuhan tidak memerintahkan hambanya kecuali pada sebuah kebaikan dan tidak melarang kecuali yang akan menimbulkan keburukan kepadanya. Maka jika manusia telah bertaqwa ia akan senantiasa berperilaku baik terhadap sesama dan akan menjadi manusia yang dapat dikatakan bermoral.

Rizal Fahmi merupakan salah satu ilustrator yang memiliki akun instagram dengan nama *@banggaber* yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 398 ribu. Dalam akunnya terdapat 1.606 lebih unggahan dengan berisikan dakwah sederhana yang menyampaikan berbagai pesan moral salah satunya adalah moral Ketuhanan. Rizal Fahmi menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah dengan latar belakang ilustrasi kekinian yang menarik. Pesan moral yang ditampilkan dalam akunnya disampaikan dengan bahasa yang sederhana dengan tambahan perumpaan lucu yang sering digunakan. Akan tetapi akun Instagram *@banggaber* tidak hanya menampilkan hasil karya dari Rizal Fahmi tetapi juga digunakan untuk mempromosikan jasa membuat ilustrasi yang ia miliki.

Berdasarkan gambaran umum dari akun instagram *@banggaber* di atas, maka peneliti memilih *@banggaber* sebagai subjek penelitian dengan memfokuskan pada setiap unggahannya. Alasannya karena *@banggaber* telah membuktikan bahwa pesan moral yang disampaikan dengan kemasan berupa ilustrasi dapat menarik perhatian orang banyak dan itu dapat dilihat dari pengikut *@banggaber* yang mencapai 398 ribu lebih.

Hal tersebut juga menunjukkan bahwa pesan moral Ketuhanan yang disampaikan di media sosial salah satunya Instagram menjadi peluang dakwah yang efektif untuk saat ini. Pesan moral Ketuhanan penting untuk disampaikan dengan kemasan yang menarik salah satunya dengan ilustrasi dan kalimat-kalimat yang ringan seperti yang dilakukan oleh Rizal Fahmi dalam akunnya *@banggaber*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Isi Pesan Moral Ketuhanan Pada Akun Instagram @banggaber*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada bagian latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana isi pesan moral Ketuhanan pada akun Instagram @banggaber?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pesan moral Ketuhanan pada akun instgram @banggaber.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi memberikan pengetahuan ilmiah terkait dengan media komunikasi dakwah yang salah satunya adalah penggunaan instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan moral Ketuhanan.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk mengembangkan dakwah pesan moral Ketuhanan dalam kemajuan teknologi khususnya melalui media sosial instagram.