

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi saat ini terus maju dan berkembang seiring berkembangnya zaman. Dengan adanya internet, salah satunya. Berubahnya pola hidup manusia yang makin berkembang menunjukkan bahwasanya internet sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Karena internet menjadi komponen utama perkembangan tersebut, semuanya terlihat lebih mudah dan lebih ringan. Selain itu, kita sekarang berada di tengah revolusi industri 4.0, yang ditunjukkan oleh penerapan teknologi digital di setiap aspek kehidupan kita.

Pertumbuhan pesat di era Revolusi Industri 4.0, banyak penemuan yang berhasil melampaui batas geografis, sosial, dan politik. Penemuan ini termasuk media komunikasi salah satunya yakni media elektronik seperti ponsel, televisi, dan radio (Rizqy et al., 2023). Dengan pesatnya perkembangan teknologi, kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi juga semakin meningkat.

Masyarakat di era ini sudah banyak sekali menggunakan fasilitas internet. Mulai dari ekonomi, pendidikan, bahkan untuk berkomunikasi. Tidak sedikit masyarakat saat ini mulai berkomunikasi dengan melibatkan internet (komunikasi daring). Penggunaan internet dapat menghilangkan batasan waktu dan jarak antar pengguna, sehingga memungkinkan interaksi yang hampir tidak terbatas (Syarofah et al., 2021). Hal inilah yang memungkinkan pengguna internet khususnya media sosial untuk menggunakannya secara gratis dan berinteraksi dengan orang di seluruh dunia. Istilah "komunikasi massa" menjadi sangat populer di masyarakat karena perkembangan media massa yang semakin pesat. Kehidupan masyarakat modern dipenuhi dengan internet, dan media sosial juga tidak terkecuali.

Di era digital saat ini, dalam kehidupan manusia kini media sosial telah menjadi salah satu dari bagiannya. Dengan media sosial kita dapat

berinteraksi, berbagi, dan juga berkomunikasi dari berbagai *via platform* media yang tersedia. Media sosial tidak hanya memudahkan orang untuk berbicara satu sama lain tetapi juga membantu dalam berbagai hal, seperti bisnis, pendidikan, dan dakwah (Martin et al., 2022). Era digital memungkinkan pengguna media sosial untuk dengan mudah mendapatkan segala sesuatu dengan cepat. Selain itu, di perkembangan zaman seperti di era digital ini, juga dapat berdampak untuk cara dakwahnya atau metode penyebaran pesan keagamaan. Kottler dan Keller berpendapat dalam buku *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*, bahwasanya "media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain". Media sosial merupakan salah satu *platform* yang paling populer untuk menyebarkan pesan dan informasi, termasuk dakwah Islam. *Instagram* belakangan ini menjadi salah satu media sosial yang digunakan secara luas, karena memiliki jutaan pengguna aktif setiap harinya. Televisi, radio, dan surat kabar termasuk media konvensional yang sifatnya satu arah. Namun, telah muncul sejumlah besar media baru yang menekankan komunikasi dua arah (dua arah komunikasi).

Media baru berbasis internet berbeda dari media lama. Salah satu sarana atau media yang menghubungkan suatu kumpulan masyarakat maya yang saling berhubungan atau bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Mereka juga dapat disebut sebagai alat perkumpulan masyarakat maya yang haus akan informasi. Dengan adanya internet, sekarang banyak orang tidak perlu menonton televisi lagi untuk mendapatkan informasi. Sekarang mereka dapat mendapatkan informasi secara langsung melalui berbagai *platform*, termasuk *Youtube*, situs *web*, media sosial, dan banyak lagi. Sara Kieslar dan Robert E. Kraut (2002) dalam bukunya *Internet Evolution dan social Impact, Society* mengatakan karena kemajuan internet, pesan tersebar dengan cepat sehingga kadang-kadang tidak dapat dikendalikan. Bahkan dalam hitungan detik saja, pesan dapat disebarluaskan melalui bilik media sosial yang digunakan oleh orang-orang. Seringkali, aliran informasi yang cepat ini penuh

idisi dengan *hoax*, provokasi, serta ujaran kebencian. Terkadang, informasi positif dan negatif bercampur dan hiruk piruk di dunia media *modern*. Komunikasi terlihat sangat terbuka dan tanpa batas karena media baru ini memungkinkan ruang komentar dan interaksi interaktif.

Para aktivis dakwah dan da'i harus benar-benar memanfaatkan media sosial untuk mengatasi fenomena yang banyak terjadi di kehidupan sehari-hari dan memanfaatkan tantangan untuk melakukan dakwah. (Syamsudin RS, 2009). Seperti yang disampaikan Rasulullah SAW,

"Sampaikanlah dariku meskipun walau satu ayat." (HR Bukhari).

Allah SWT memuliakan seorang faa'iqh da'i sehingga melebihi seribu *ahlu* ibadah karena ia memberi manfaat kepada banyak orang pada tempat yang tidak terbatas sampai pada hari kiamat. Hadis ini diperjelas dengan hadis Nabi saw. yang diriwayatkan oleh Muslim, Abu Daud, al-Tirmidzi dan Ahmad dari sahabat Ibn Mas'ud ra

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

Artinya: "Siapa yang menunjukkan kepada kebaikan maka baginya pahala seperti orang yang melakukannya."

Imam an-Nawawi menyebutkan beberapa faedah yang ditarik dari riwayat Ibn Mas'ud, diantaranya: keutamaan mengajak kepada kebaikan, mengingatkan atas suatu kebaikan, membantu orang lain untuk berbuat baik. (Abbas, 2017). Dapat disimpulkan juga bahwa dari kedua hadits tersebut maka wajib untuk setiap umat muslim untuk berdakwah, mulailah hanya satu ayat. Melakukan atau mengajak hal positif (kebaikan) itu juga bisa dikatakan sebagai berdakwah, dan dakwah bisa dilakukan dimana saja.

Salah satu komponen penting dalam aktivitas dakwah adalah citra positif da'i; ini sangat penting karena dapat menarik perhatian *mad'u* pada tujuan dakwahnya. Seorang da'i harus mempersiapkan diri untuk menampilkan citra yang positif sebelum berhadapan dengan *mad'u* untuk berdakwah, karena ini akan memberi kesan positif pada *mad'u* juga. Meyakinkan dalam hal ini dapat dilihat dari sikap, pakaian, perkataan, dan

cara da'i menyampaikan materi dakwah sehingga lebih mudah diterima oleh *mad'u*. Kebutuhan masyarakat saat ini yang sangat tergantung pada kebutuhan informasi setidaknya bisa menjadi jalan dalam meng-syiarkan hal-hal kebaikan. Pengguna media sosial khususnya *Instagram*, yang didominasi oleh generasi muda dapat memanfaatkannya dengan baik dan menerima manfaat, setiap da'i atau aktivis dakwah harus memiliki kemampuan untuk membuat konten yang mengandung elemen dakwah, tindakan moral, pengajaran, atau introspeksi dari akun *Instagram* yang memposting konten yang menghibur sehingga menarik perhatian pengguna ketika mereka melihat atau membacanya. Tidak hanya membagikan sesuatu yang sudah ada tapi juga menjadi konten kreator agar banyaknya alternatif bacaan yang menyejukkan bagi para pengguna media sosial lainnya.

Seperti pada akun @officialkpiumy yang merupakan akun resmi media sosial *Instagram* prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada unggahan postingannya terdapat postingan yang selalu mengajak kebaikan, mengedukasi, serta bermanfaat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian/penelitian lebih dalam dan memaparkannya dalam tulisan ini tentang bagaimana konsep Strategi komunikasi yang digunakan dalam pemanfaatan media sosial (*Instagram*) untuk mendukung dakwah di era digital ini. Adapun hasil dari penelitian terdahulu memiliki kesimpulan yakni bahwa pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media dakwah melibatkan penggunaan fitur-fitur *Instagram*, terutama dalam *posting* foto dan video, untuk menyampaikan dakwah dengan mengembangkan metode dakwah *bil haal*, *bil qalam*, dan *bil lisan*. Faktor pendukungnya meliputi motivasi diri atas kewajiban berdakwah karena menaati Perintah Allah, sementara faktor penghambatnya terkait dengan kurangnya jangkauan (Rolin & Zulkifli, 2023). Hal ini menjadikan penulis tertarik untuk membuktikan secara ilmiah melalui penelitian yang menyeluruh.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, masalah utama dari penelitian tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah dari akun resmi *Instagram* Komunikasi dan Penyiaran Islam (@officialykpiumy) dalam aktivitas dakwah di era digital?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam aktivitas dakwah melalui *Instagram* Komunikasi dan Penyiaran Islam @officialkpiumy?

C. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut;

1. Untuk memahami dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh akun @officialkpiumy memanfaatkan media sosial *instagramnya* dalam aktivitas dakwah di era digital.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam aktivitas dakwah melalui *Instagram* Komunikasi dan Penyiaran Islam @officialkpiumy.

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka juga bisa menjadi bahan evaluasi untuk tim dari akun @officialkpiumy sendiri dan juga bisa menjadi contoh akun *instagram* bisa menjadi media dakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman teoritis yang lebih baik tentang strategi dalam memanfaatkan dan menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*, sebagai alat dakwah. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu mengembangkan teori-teori komunikasi dakwah dan pemanfaatan media sosial dalam konteks dakwah Islam. Dengan

demikian, penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan teoritis untuk studi selanjutnya di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam memanfaatkan dan menggunakan *Instagram* sebagai salah satu *platform* dakwah dan memberikan inspirasi bagi organisasi atau lembaga lain yang ingin melakukannya. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pengelola media sosial tentang cara mengoptimalkan fitur *Instagram* untuk menyampaikan pesan dakwah. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi tim pengelola media sosial, organisasi maupun lembaga yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, serta masyarakat umum yang ingin memperdalam pemahaman tentang pemanfaatan media sosial dalam konteks dakwah.