

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kebutuhan pokok dari hidup manusia dan salah satu syarat terjalinnya hubungan antar manusia. Manusia adalah makhluk homo socius yang mempunyai kecenderungan untuk senantiasa berinteraksi dengan sesamanya dan makhluk lain¹. Keberhasilan proses komunikasi tergantung pada teknik penyampaian pesan dan jenis informasi yang disampaikan. Sebagai bentuk aktualisasi dalam berkomunikasi manusia selalu mempunyai ide, kreasi dan imajinasi.

Komunikasi dalam Islam mempunyai sudut pandang yang berbeda. Karena manusia sejatinya melakukan komunikasi secara *hablum minallah* dan *hablum minannas*. *Hablum minallah* yaitu hubungan yang kita jalin dengan Allah SWT sang pencipta bumi dan isinya. Komunikasi yang dijalin seperti sholat, membaca ayat suci Al-Quran, zakat, puasa dan ibadah haji. Sedangkan komunikasi secara *hablum minannas* merupakan hubungan komunikasi yang dijalin antar sesama manusia, seperti berbuat baik, menolong sesama, dan bertingkah serta berkata yang baik.

Kedudukan komunikasi dalam Islam sangat jelas karena tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan secara vertikal yaitu dengan sesama manusia, melainkan juga secara horizontal untuk melakukan komunikasi dengan Tuhan. Maka salah satu jalan untuk menyeru ke arah "komunikasi dengan Tuhan" adalah dengan diberlakukan suatu komunikasi dakwah.

Komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian pesan dakwah dari komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u) dimana pesan tersebut berisi mengenai seruan atau ajakan untuk menuju ke jalan Allah SWT. Pemahaman ini

¹ Hamidi, Teori Komunikasi Dakwah dan Strategi Dakwah. (Malang:UMM Press, 2021).p.7

sejalan dengan penjelasan Allah dalam QS. Ali Imran ayat 104 dan QS. Yusuf ayat 108 :

a. QS. Ali Imran ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinnya :

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran: 104)

b. QS. Yusuf ayat 108

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinnya :

Katakanlah (Muhammad), “Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan yakin, Mahasuci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik.”

Cakupan makna dari kata “dakwah” sangat luas. Sebagai upaya mengajak orang lain kepada keadaan yang lebih baik dalam ukuran-ukuran yang sesuai dengan ajaran Islam. Aktivitas dakwah telah ada sebelum kenabian Muhammad SAW. Diutusnya nabi-nabi dan rasul sebelum Muhammad SAW merupakan salah satu bukti bahwa ajaran untuk kehidupan yang harmonis sesuai dengan tujuan penciptaan manusia telah ada sebelumnya. Dengan demikian, tugas Nabi Muhammad SAW adalah melanjutkan dakwah para nabi dan rasul sebelumnya.

Dakwah adalah usaha penyampaian sesuatu kepada orang lain, baik itu perorangan atau kelompok tentang pandangan dan tujuan hidup manusia sesuai

Islam. Dakwah dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan. Dapat pula diartikan mengajak, menyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau perbuatan nyata. Atau lebih tegasnya bahwa dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok. Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasulnya (*amr ma'ruf nahi al-munkar*).

Menurut Samsul Munir media dakwah dibagi menjadi dua yaitu Media Dakwah Non Media Massa dan Media Dakwah Media Massa. Media dakwah non media massa diantaranya manusia adalah utusan, kurir dan lainnya, untuk benda adalah telepon, surat dan lainnya². Dalam buku Ilmu Dakwah tahun 2013 Samsul Munir Amin juga mengklasifikasikan pesan dakwah menjadi 3 kategori yaitu : pesan aqidah, pesan akhlak dan pesan syariah.

Usaha dakwah hendaknya dilakukan secara sadar dengan tujuan untuk terbentuknya individu dan keluarga yang bahagia (*khayr al-usrah*) dan masyarakat atau umat yang terbaik (*khayr al-ummah*) dengan cara taat menjalankan ajaran Islam yang bisa dilakukan melalui bahasa lisan, tulisan, maupun perbuatan atau keteladanan. Kewajiban dakwah ada pada pundak setiap umat Islam tanpa terkecuali. Umat Islam sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya, dituntut untuk melakukan dakwah di mana pun ia berada. Dakwah tidak hanya terbatas di atas mimbar masjid, namun dapat dilakukan dimanapun dan dengan menggunakan media apapun.

Media dakwah menurut Hamza Ya'kub terbagi menjadi lima yaitu lisan dengan cara perkataan seperti ceramah, tulisan dengan bentuk tulisan berupa novel, majalah dan lainnya, lukisan berupa fotografi, karikatur dan lainnya dan audio visual berupa suara atau gambar seperti televisi dan internet. Akhlak yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh orang³.

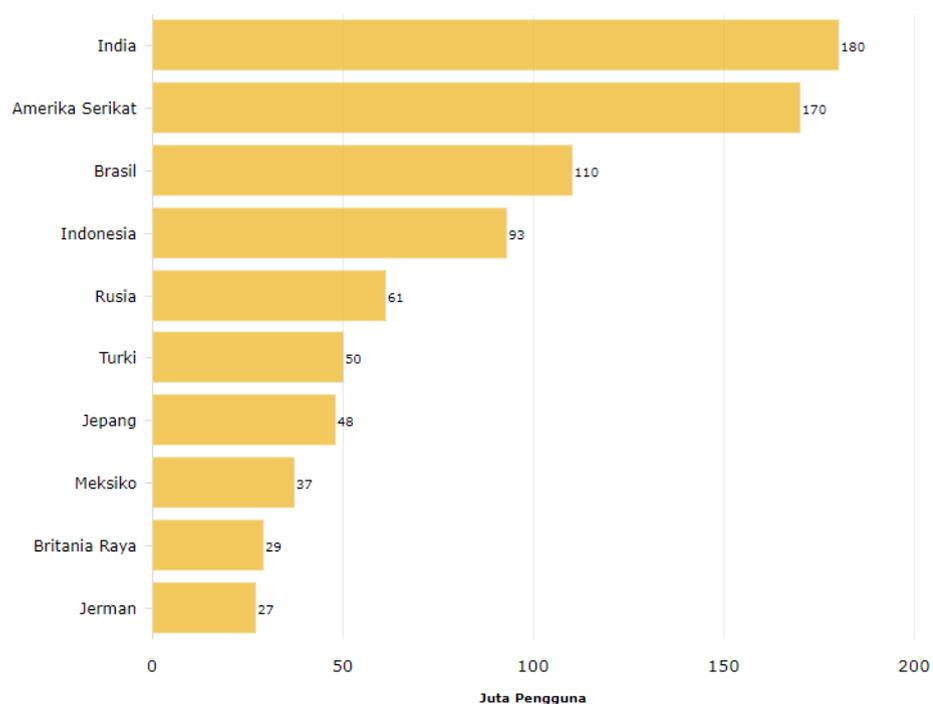
² Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, h. 144.

³ Muhammad Munir dan Wahyu ILaihi Manajemen Dakwah Cetakan I (Jakarta : Kencana, 2006), h.

Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi mendorong pertumbuhan media komunikasi, salah satunya muncul media sosial. Media sosial sebagai media interaktif memungkinkan terjalinnya komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan. Media sosial khususnya Instagram menyebabkan kegiatan komunikasi sebagai sarana penyebar luasan informasi secara cepat dengan kemajuan system komunikasi dan interaksi. Dimana Instagram adalah media sosial berbasis *sharing* foto dan video. Seperti semua sosial media lainnya yang bisa share dan like, marketing lewat Instagram bisa bersifat viral (bersifat seperti virus, cepat menyebar) sehingga akan cepat untuk dikenal oleh pengguna Instagram yang lainnya. Postingan di instagram dapat di share ke *Facebook, Twitter, Tumblr*, atau *Flickr*. Bisa juga menambahkan opsi lokasi (yang terhubung dengan *Foursquare*) sehingga *user* lain bisa tahu di mana lokasi tersebut.

10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Juta) (Hingga Juli 2021)

Sumber : Statista,



Gambar 1 1 Grafik Penggunaan Media Sosial

Berdasarkan data *statista.com* per Juli 2021 jumlah pengguna instagram Indonesia sebesar 93 juta tiga peringkat di bawah pengguna instagram India sebesar 180 juta. Hampir seperempat populasi penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial instagram. Di Indonesia, jumlah pengguna instagram hingga Juli 2021 sebesar 93 juta pengguna. Instagram berada di urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp di Indonesia.

Dengan jumlah penduduk sebanyak 276,534,274, Indonesia menempati posisi keempat dalam daftar negara dengan populasi paling banyak, sehingga dalam penggunaan media sosial khususnya instagram dapat dengan mudah ditemui dalam berbagai aktifitas umat muslim yaitu berdakwah.

Menurut Denis McQuail (2011) dalam bukunya Teori Komunikasi Massa ciri utama media baru adalah saling keterhubungan aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana. Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Munculnya media baru yang berkembang pesat dengan didukungnya dengan adanya internet menciptakan pola baru dalam kehidupan masyarakat yang semakin aktif dalam mengakses dan menggunakan internet. (McQuail, 2011, p.43).

Media baru muncul di hampir semua aspek kegiatan sosial dan profesional kontemporer. Salah satunya adalah instagram sebagai salah satu jejaring sosial yang terbesar pada saat ini dan merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Dalam instagram kita bisa memposting dan juga memberi komentar pada postingannya.

Sebagai salah satu lembaga zakat tingkat Nasional Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta perlu secara aktif untuk menyampaikan informasi kepada audience melalui media sosial instagram. Selain menyampaikan informasi melalui media sosial instagram Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta berdakwah untuk

mendorong *audiance* untuk berderma. Dakwah dalam islam dapat dilakukan dengan multidimensi kehidupan, tidak hanya dengan lisan dan tulisan melainkan juga dengan hal atau aksi sosial.

Munculnya dakwah untuk besedekah melalui Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan media sosial instagram menimbulkan pemahaman baru tentang bagaimana mereka berkomunikasi dengan para donator maupun orang yang membutuhkan. Dibutuhkan strategi yang efektif dengan memahami karakteristik instagram untuk dapat memberi kesadaran dan mendorong *audiance* untuk berderma. Untuk itu desain dan isi pesan dari postingan yang di upload di instagram sangatlah penting. Menurut David, Fred R, *Strategic Management Concept and Cases*, menyatakan bahwa: “Strategi adalah cara dimana tujuan jangka panjang akan tercapai. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, penghematan, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*.”⁴

Untuk menjalankan semua strategi yang telah disusun dengan rapih oleh suatu organisasi, maka terdapat proses yang harus dilakukan agar strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan baik. Seperti pemrosesan manajemen strategis yang diungkapkan menurut David, Fred R, *Strategic Management Concept and Cases*, menyatakan bahwa: “Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.”⁵

Kategori yang termasuk kedalam perumusan strategi adalah mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi-strategi khusus untuk mengejar. Implementasi strategi mengharuskan organisasi untuk menetapkan tujuan untuk periode tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategis. Pada tahap ini, manajer sangat perlu untuk mengetahui kapan waktunya

⁴ David, Fred R, *Strategic Management Concept and Cases*, 2009, hlm.44.

⁵ David, Fred R, *Strategic Management Concept and Cases*, 2009, hlm.37.

strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, evaluasi strategi merupakan alat utama untuk memperoleh informasi

Maka, strategi komunikasi mengelola instagram Lazismu DIY sebagai media dakwah disini adalah upaya menggunakan atau memakai media social instagram sebagai alat yang dapat menyalurkan pesan dakwah kepada mad'u yaitu para pengguna instagram. Dengan ini. Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari pemahaman tentang bagaimana strategi Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta mengelola akun instagram untuk media dakwah dan pesan dakwah dalam postingannya. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode analisis isi dengan objek penelitian adalah postingan dalam akun instagram @lazismudiy.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini berfokus pada penggunaan instagram oleh Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta di akun @lazismudiy sebagai media dakwah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi instagram sebagai media dakwah di Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta ?
2. Bagaimana strategi dakwah yang terdapat pada instagram Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Pesan dakwah apa saja yang terdapat pada postingan instagram Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta ?
4. Faktor apa yang mendukung dan menghambat berdakwah di akun media sosial instagram Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami dan menganalisis manfaat dakwah Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta di akun instagram @lazismudiy
2. Mendeskripsikan strategi dakwah dan pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @lazismudiy
3. Mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam berdakwah melalui media sosial instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai kajian ilmiah untuk penelitian selanjutnya serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya terkait komunikasi di bidang media sosial instagram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pemanfaatan dakwah menggunakan media sosial instagram secara tepat sehingga mampu menjadi acuan atau pertimbangan ke depannya yang bergerak dalam bidang dakwah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dalam skripsi bertujuan untuk memudahkan pemahaman penulis dalam penyusunan skripsi. Secara umum, penulis dalam kepenulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

Bagian awal, mencakup halaman sampul depan, halaman judul, nota dinas, halaman pengesahan, pernyataan keaslian karya ilmiah, kata pengantar atau prakata, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bab I Pendahuluan, menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika kepenulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang menjadi acuan referensi penulis dan kerangka teori. Pada bagian tinjauan pustaka, penulis mengambil referensi dari 5 jurnal jurnal dan 10 skripsi terdahulu yang relevan dengan penelitian. Sedangkan pada bagian kerangka teori memuat tentang kajian strategi komunikasi, akun instagram Lazismu Daerah Istimewa Yogyakarta, dan *dakwah*.

Bab III Metode Penelitian, menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan penulis berupa desain penelitian, lokasi dan subyek penelitian, operasionalisasi konsep, teknik pengumpulan data, kredibilitas penelitian dan analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, menjelaskan mengenai pembahasan (isi) dari rumusan masalah yang dikorelasikan dengan operasionalisasi konsep. Isi dari bab IV ini meliputi hasil penelitian berupa gambaran umum Lazismu Pusat Yogyakarta, serta terkait faktor pendukung dan penghambat Lazismu Pusat Yogyakarta dalam berdakwah melalui media sosial instagram.

Bab V Penutup, merupakan bab akhir atau penutup berupa kesimpulan dari pembahasan (isi)

Dan terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran pendukung dalam skripsi ini.