

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Ruang Lingkup Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa memiliki arti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan dalam bentuk kata kerjanya mempunyai arti memanggil, menyeru atau mengajak. Sedangkan pada arti istilahnya, dakwah memiliki banyak arti.

- 1) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
- 2) Syaikh Ali Mahfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk atau hidayah, menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, agar mereka, mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- 3) Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari

kemunkaran adalah *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap muslim.<sup>14</sup>

- 4) Luthfi Ulfa Ni'amah pada jurnalnya "Filsafat Dakwah Yang Terabakan" mengatakan bahwa dakwah merupakan suatu hal yang mampu merubah situasi sosial menjadi lebih baik. Dakwah sendiri merupakan perintah dari Allah tertulis dalam kitab-kitab agama samawi. Dari perintah tersebut, umat beragama berlomba-lomba untuk mengajak orang lain untuk mengikutinya.<sup>15</sup>

Dari pengertian-pengertian diatas, walaupun terdapat perbedaan dalam perumusannya, akan tetapi apabila dibandingkan satu sama lain mempunyai arti yang sama. Secara umum istilah kata dakwah adalah sebuah ajakan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain untuk melakukan kebaikan atau hal-hal yang Allah ridhai dan menjauhi kemunkaran atau hal-hal buruk. Wajib hukumnya seorang umat muslim untuk melakukan dakwah. Dakwah sendiri dilakukan dengan tujuan agar setiap umat mendapat kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

## **2. Unsur-unsur Dakwah**

Pada suatu kegiatan berdakwah juga perlu adanya unsur-unsur atau komponen komponen yang harus ada dalam kegiatan dakwah.

Komponen-komponen tersebut meliputi :

---

<sup>14</sup> Wahidin Saputra, *PENGANTAR ILMU DAKWAH*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 1-2

<sup>15</sup> Lutfi Ulfa Ni'amah, *Filsafat Dakwah Yang Terabakan*, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, - ), h. 79

a. Da'i

Da'I merupakan orang yang menyampaikan dakwah baik itu secara lisan atau tulisan. Ataupun dengan perbuatan yang dilakukan seorang da'i. Pada dasarnya setiap muslim adalah seorang da'i, artinya setiap seorang muslim mempunyai tugas untuk mengajak sesamanya untuk mengikuti ajaran Islam atau mengikuti pada hal kebaikan. Seorang da'i bisa disebut dengan komunikator dakwah.

Peran da'i pada dakwah dengan menggunakan media sosial Instagram adalah seorang admin atau tim pengelola akun dakwah tersebut. Pada akun @ala\_nu, peran da'i adalah seorang admin, serta kontributor-kontributor yang berada di beberapa daerah. Materi-materi dakwah tersebut akan diolah oleh tim pengelola yang nantinya akan diunggah pada akun @ala\_nu.

b. Mad'u

Mad'u adalah seseorang yang menjadi mitra dakwah atau sasaran dakwah. Lebih umumnya adalah orang yang menerima dakwah baik itu secara individu maupun kelompok baik dia Bergama Islam ataupun tidak, dengan kata lain manusia keseluruhan. Pada dakwah dengan media sosial Instagram, mad'u merupakan seluruh pengguna Instagram. pada praktiknya, seorang pengguna Instagram

akan mengikuti akun @ala\_nu jika dirasa materi dakwah yang disampaikan oleh akun @ala\_nu menarik. Selain itu dengan mengikuti akun @ala\_nu pengguna Instagram secara otomatis akan mendapat konten-konten dakwah yang muncul pada beranda masing-masing.

c. Materi atau Pesan Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. pada dasarnya pesan dakwah ini adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Pesan Akidah, meliputi Iman kepada Allah swt. iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada Rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, iman kepada qada' dan qadar.
- 2) Pesan Syariah, meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji serta mu'amalah.
  - a) Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.
  - b) Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai.
- 3) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt., akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, teman, tetangga, masyarakat

lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.

Muatan dakwah yang disampaikan oleh akun @ala\_nu sebagian besar adalah fiqh dan juga foto-foto tokoh besar dengan ajaran-ajaran keIslamanya. Sesuai dengan namanya, ajaran-ajaran keislaman yang diberikan lebih berkiblat pada Nahdlatul Ulama.

#### d. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat-alat untuk menyampaikan dakwah. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima :

- 1) Lisan, merupakan media dakwah yang paling sederhana yang hanya menggunakan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, yang berbentuk buku majalah, surat kabar, dan yang lainnya.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual, merupakan alat dakwah yang mampu merangsang alat indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bisa berbentuk televisi, slide, oph, internet, dan sebagainya.

5) Akhlak, merupakan perbuatan baik yang dilakukan oleh da'i yang bisa diteladani oleh seorang mad'u.

Akun @ala\_nu merupakan dakwah yang menggunakan media Instagram sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Instagram termasuk media audio visual yang dapat menampilkan foto dan video. Hal tersebut yang menjadikan dakwah dengan menggunakan media sosial Instagram lebih menarik.

e. Efek Dakwah

Efek dakwah juga bisa dikatakan *feed back* atau umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan dalam kegiatan dakwah. Menurut Jalalusin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu;

- 1) Efek kognitif, terjadi apabila terdapat perubahan pada apa yang diketahui, difahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- 2) Efek efektif, timbul apabila terdapat perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap serta nilai.

3) Efek behavioral, merujuk pada perilaku secara nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kkegiatan atau kebiasaan tindakan perilaku. <sup>16</sup>

f. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara-cara yang digunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan agar pesan dakwah sampai pada mad'u. Dalam Al-Qur'an telah terperinci metode dakwah yang terdapat QS. Al-Nahl ayat 125 yaitu Metode Bil Hikmah, Metode Muidhoh Hasanah, dan Metode Mujadalah. <sup>17</sup>

Unsur-unsur dakwah diatas sangat penting keberadaannya untuk melaksanakan dakwah. Apabila salah satunya terlupa, maka dakwah yang dilaksanakan tidak akan maksimal.

### 3. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan sebuah cara atau strategi seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya agar dapat sampai kepada mad'u. Dalam dakwah terdapat 3 metode yang sudah tertulis pada QS. Al- Nahl ayat 125, yang artinya;

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui tentang siapa yang*

---

<sup>16</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), h. 19-21

<sup>17</sup> Ibid, h. 9

*tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”<sup>18</sup>*

Dari ayat tersebut menyebutkan terdapat beberapa metode dalam berdakwah, yakni :

a) Bil Hikmah

Metode dakwah bil hikmah ini merupakan metode dakwah yang berbentuk kata-kata maupun perbuatan da'i yang bernilai Islami. Metode bil hikmah ini digunakan sebagai metode dakwah untuk semua golongan, golongan yang cerdas maupun golongan awam dan kelompok antar keduanya. Maka dari itu, metode bil hikmah dapat diartikan sebagai hikmah dalam berbicara sesuai dengan keadaan mad'u. begitu juga dengan hikmah ketika berdakwah dengan akhlak dan metode memberi contoh. Berdakwah dengan memberikan contoh akhlak merupakan dakwah yang memperhatikan keadaan dan tingkat kecerdasan penerima dakwah juga memperhatikan kadar materi yang disampaikan agar tidak membebani.<sup>19</sup>

Berdakwah dengan cara hikmah ini merupakan cara da'i untuk memilih atau memilah strategi seperti apa yang harus dilakukan dan menyelaraskannya dengan kondisi mad'u agar pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u tanpa merasa

---

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (BBandung: CV Penerbit Diponegoro, 2006), h. 281

<sup>19</sup> Acep Aripudin, *PENGEMBANGAN METODE DAKWAH*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2011), h. 72

mendapat pemaksaan. Maka dari itu, metode dakwah bil hikmah menjadi penentu sukses atau tidaknya seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya, juga dalam menghadapi mad'u yang mempunyai latar belakang, sifat, dan budaya yang berbeda-beda.

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya da'i tidak hanya melakukan dakwah secara lisan saja, akan tetapi juga mengamalkan apa yang di ucapkannya. Hal itu yang memotivasi para mad'unya untuk menjadikan dirinya lebih baik.

b) Bil Mau'idzatil Hasanah

Metode bil mau'idzatil hasanah atau bisa dikatakan dengan metode nasihat, merupakan tutur kata yang berisi tentang ajaran Islam dengan tujuan agar dilakukan oleh orang yang diberi nasihat. Isi ajaran Islam tersebut sangat beragam, lebih umumnya mengenai nasihat agar umat Islam melaksanakan ajaran sesuai Al-Qur'an dan Hadits, seperti contohnya melakukan sholat lima waktu, anjuran agar umat Islam bersatu,, tolong menolong antar sesama, dan anjuran untuk berbuat baik.<sup>20</sup>

Seorang da'i juga bisa dikatakan sebagai penasehat. Nasehat yang diberikan merupakan sebuah petunjuk ke arah kebaikan

---

<sup>20</sup> Ibid, h.84

dengan menggunakan bahasa yang baik. Bahasa dalam menyampaikan nasehat ini juga penting karena akan mempengaruhi mad'u untuk bisa menerima apa yang telah disampaikan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat memberikan nasehat yakni, enak didengar, berkenan di hati, menyentuh perasaan, menghindari sikap kasar, dan tidak boleh mencaci/menyebut kesalahan mad'u sehingga mad'u bisa menerima dan atas kesadarannya bisa mengikuti apa yang disampaikan oleh da'i tanpa merasa di tekan atau dipaksa.

c) Mujadalah

Metode mujadalah atau bisa diartikan sebagai tanya jawab, merupakan cara berdakwah yang relatif jarang digunakan para da'i.<sup>21</sup>

Dakwah dengan metode mujadalah atau tanya jawab ini memang jarang digunakan, akan tetapi metode ini masih dilakukan di pesantren-pesantren yang biasa dilakukan oleh antar santri atau antar ustadz dan kyai yang disebut dengan *batsul masa'il*. Dalam metode ini perlu diterapkannya hak-hak seperti berikut:

- 1) Tidak merendahkan, mencaci atau menjelek-jelekkan lawan dikarenakan tujuannya untuk berdiskusi untuk mencapai sebuah kebenaran.

---

<sup>21</sup> Ibid, h. 124

- 2) Tujuan diskusi untuk mendapatkan kebenaran sesuai dengan ajaran Allah.
- 3) Tetap menghormati pihak lawan dikarenakan setiap manusia mempunyai harga diri.

## **B. Media Sosial Sebagai Media Berdakwah**

### **1. Media**

Sebelum mengenal lebih jauh mengenai media sosial, ada baiknya mengulas sedikit tentang media. Media merupakan alat bantu atau saluran komunikasi. Media dapat berupa indra manusia, alat seperti halnya telepon dan surat, telegram, media massa baik cetak maupun elektronik, internet, tempat seperti halnya rumah ibadah dan segala jenis alat bantu lainnya yang dapat menyebarkan pesan komunikasi.<sup>22</sup> Tanpa adanya media komunikasi tidak akan terjadi. Hal tersebut menjadikan media sebagai bagian terpenting atas terjadinya sebuah komunikasi.

Seiring dengann perkembangan teknologi informasi, media kini dibagi menjadi dua yakni media lama dan media baru. Adapun perbedaan antara media lama dan media baru yakni;

**Tabel 2.1 Perbedaan antara media lama dan media baru**

Media Lama	Media Baru
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khlayak)

<sup>22</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*, (Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017), h. 48

Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai atau dikontrol oleh negara	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap media. Bahkan ada kecenderungan menghindari kontrol negara
Media merupakan instrumen yang melanggengkan sastra dan ketidaksetaraan kelas sosial. Dengan kata lain, media adalah instrument bagi rezim stratifikasi dan ketidaksetaraan.	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara). Dengan kata lain bisa pula dikemukakan bahwa media adalah instrumen demokratisasi dan kewarganegaraan yang universal.
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlibat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing. Peserta tetap bisa mempertahankan individualitas mereka.
Media dianggap data mempengaruhi kesadaran.	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang atau waktu.

Sumber : Nengah Bawa Atmaja dan Luh Putu Sri Ariyani (2018:47)

a. Media Lama

1) Media Cetak

Media cetak mempunyai beberapa bentuk seperti surat kabar, tabloid, buku, bulletin, atau selebaran.

## 2) Media Elektronik

Media elektronik mempunyai dua macam yakni televisi dan radio.

## 3) Media Luar Ruangan

Media luar ruangan ini mempunyai beberapa bentuk seperti contohnya spanduk, baliho, reklame, iklan bus atau kereta api, bendera, dan umbul-umbul.

### b. Media Baru

#### 1) Internet

Jangkauan media internet ini sangatlah luas. Dengan mengakses internet ini masyarakat dapat mencai berbagai informasi mulai dari bisnis, lowongan pekerjaan, sekolah, jual beli, dan masih banyak lagi. Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari internet. Banyak sekali bentuk-bentuk dari media sosial ini seperti halnya Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan masih banyak lagi.

#### 2) Telepon Selular

Penggunaan telepon selular sudah sangat banyak digunakan sebagai media penyebarluasan informasi. Hanya saja jangkauan yang diberikan telepon selular tidaklah seluas jangkauan internet.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PTRaja Grafindo Persada, 2014), h. 161-162

## 2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu hasil pengembangan dari *new media*. Disebut dengan media sosial dikarenakan interaksi sosial dimediasi oleh media. Media sosial ini mempermudah para penggunanya untuk berpartisipasi.<sup>24</sup>

Munculnya media sosial ini sangat memudahkan para penggunanya untuk mengakses informasi-informasi yang dibutuhkan juga mempermudah untuk berbagi informasi kepada khalayak. Media sosial banyak sekali bentuknya, seperti facebook, twitter, youtube, blog, instagram, dan masih banyak lagi.

Beberapa kelebihan pengguna media sosial, antara lain:

- a. Interatif, terbuka, dan demokratis sehingga siapa saja dapat berpartisipasi, memberikan komentar, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.
- b. Bersifat global tanpa perlu bertemu muka secara langsung.
- c. Sebagai ruang publik yang terbuka, luwes dan lingkungan informasi yang dinamis.
- d. Pengguna terbawa pada jejaring perkawanan dalam situasi yang erat sehingga mudah melakukan kontak, mencurahkan perasaan, mencerca, keluhan, pujian, fitnah yang tidak bisa dilakukan oleh media konvensional.

---

<sup>24</sup> Hafied Cangara, *Edisi Revisi PERENCANAAN & STRATEGI KOMUNIKASI*, (Jakarta: PTRaja Grafindo Persada, 2014), h. 155

- e. Menciptakan jejaring sosial, dalam membangun isu dan kekuatan yang bisa melahirkan gerakan masa.
- f. Setiap pengguna bisa memproduksi informasi dan mendistribusikannya ke banyak pihak tanpa batas.<sup>25</sup>

Kelebihan-kelebihannya media sosial tersebut mampu menjaring pengguna yang banyak terutama para anak muda. Mereka bisa bebas berekspresi, bebas mendapatkan informasi, bebas memberikan pendapat, sampai mendapatkan teman dari mana saja. Bahkan aktifitas lain seperti jual beli, mencari lowongan pekerjaan, belajar ilmu pengetahuan, hingga berdakwah pun juga bisa dilakukan melalui media sosial.

### **3. Instagram**

Salah satu bentuk dari media sosial yang akhir-akhir ini sangat ramai dikunjungi adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan media sosial twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>26</sup>

Instagram juga memberikan fitur-fitur yang dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan meningkatkan kreatifitas. Fitur-fitur

---

<sup>25</sup> Ibid, h. 156

<sup>26</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h.10

Instagram tersebut dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi terlihat menarik.

Instagram banyak penggunanya dikarenakan kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberikan kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “follow”, “like” foto dan “popular” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukan hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.<sup>27</sup>

Adapun beberapa fitur-fitur yang ada di Instagram adalah:

- a. Kamera, fitur kamera ini dapat digunakan langsung untuk membidik objek yang akan difoto atau merekam sebuah momen langsung dari dalam aplikasi kemudian mengedit, membubuhkan *caption*, dan membagikannya.
- b. Editor, fitur yang dapat digunakan untuk memberikan efek pada foto yang diambil dari kamera perangkatnya.
- c. Tag dan Hastag (#), fitur ini memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

---

<sup>27</sup> Ibid, h. 13

- d. Caption, seperti halnya dengan deskripsi pengguna disini dapat memberikan kata-kata deskripsi tentang foto yang diunggah.
- e. Instastory, merupakan fitur yang mengambil format *snapchat* dimana unggahan hanya akan bertahan selama 24 jam dengan durasi maksimal 15 detik.
- f. Explore, fitur yang menampilkan konten yang dilihat *following* atau *followers* pengguna.<sup>28</sup>

Dengan keunikan yang diberikan melalui fitur-fitur yang terdapat di Instagram menjadi menarik minat pengguna media sosial untuk memposting foto atau video di Instagram.

#### **4. Instagram sebagai Media Dakwah**

Dalam proses berdakwah, dibutuhkan sebuah media agar pesan yang disampaikan bisa diterima oleh mad'u. Kini berdakwah tidak harus dilakukan diatas mimbar melainkan bisa dilakukan dengan media sosial khususnya Instagram. Sekarang, konten-konten bermuatan islami banyak diunggah di Instagram. Konten dakwah tersebut disajikan dengan sangat kreatif dan menarik membuat kegiatan dakwah diminati dan menjadi tren di masyarakat. Masyarakat banyak yang menikmati konten dakwah yang ada di Instagram terutama para remaja yang sering menggunakan media sosial tersebut.

---

<sup>28</sup> Elsa Carinta Putri, Skripsi: *Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus : Instagram @nunuzoo)*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 19

Pada intinya, isi pesan yang ada di sampaikan lewat Intagram lebih diminati dan memberikan manfaat bagi penggunanya.

Pada praktiknya, seorang da'i atau dalam istilah media sosial adalah seorang admin akan mengunggah sebuah foto atau video yang berisi tentang kajian-kajian islami atau membuat sebuah konten islami yang dibuat sedemikian menarik dengan ditambahkan sebuah caption atau deskripsi dari foto atau video yang diunggah. Untuk mengetahui dakwah yang disampaikan tersebut berhasil atau tidaknya, bisa dilihat melalui respon para pengguna instagram pada jumlah like, komentar, dan seberapa banyak pengguna instagram yang mengunggah ulang foto atau video tersebut.