

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Beragam jenis konten yang bertebaran di media sosial, salah satunya yaitu konten komik yang menjadi suatu fenomena dan hiburan baru bagi para pengguna Instagram. Little John menjelaskan pertumbuhan teknologi di era digital akan membawa pada arah baru untuk proses komunikasi dan informasi dimana kedua proses ini akan lebih dominan untuk digunakan di era digital.<sup>1</sup> Teknologi yang mengalami perubahan dalam kemajuannya yang signifikan tidak terlepas dari peran perkembangan teknologi yang semakin canggih, seperti munculnya jaringan Internet yang telah memberikan peluang yang cukup besar dalam proses perubahan dakwah Islam.<sup>2</sup> Pemanfaatan media sosial di era digitalisasi saat ini, dai dapat menyampaikan pesan dakwah secara nonformal melalui media sosial seperti Instagram.

Menurut Toha Yahya Omar, dakwah merupakan aktivitas seruan kepada masyarakat melalui penyampaian yang bijak untuk menuju jalan yang benar dan selaras dengan perintah Allah SWT dalam Al-Qur'an dan Hadis untuk kemudahan dan keselamatan umat manusia di dunia maupun akhirat. Dakwah merupakan ilmu pengetahuan yang dapat memberikan segala macam ikhtiar yang merujuk pada usaha untuk menanamkan pemahaman Islam kepada seluruh manusia termasuk Akhlak, Syariah, dan Akidah.<sup>3</sup> Pada dasarnya, dakwah merupakan penyampaian ajaran Islam yang ditujukan kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah yaitu upaya untuk meningkatkan ketertarikan individu kepada ajaran agama Islam. Dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan yang mempengaruhi umat manusia yang dilaksanakan secara terorganisir baik secara individu ataupun secara kelompok untuk menuju ke jalan Allah SWT. Di dalam

---

<sup>1</sup> T.P. Utomo, T. P, *Literasi Informasi di Era Digital Dalam Perspektif Ajaran Islam*, Perpustakaan, (2020), hlm. 61-82. <https://journal.uui.ac.id>

<sup>2</sup> Rustandi, R., *Cyberdakwah: Internet sebagai media dakwah baru dalam system komunikasi dakwah Islam*. NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam, 3(2), hlm. 84-95.

<sup>3</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Rhosadakarya, 2013), hlm. 17.

Al-Qur'an terdapat perintah kepada umat muslim untuk senantiasa berdakwah di jalan Allah SWT seperti yang terkandung dalam QS. Ali Imran ayat 104.

Dakwah di era digital dapat disebut dengan dakwah modern sebab penyebaran pesan dakwah dapat dilakukan secara digital. Pada era digital, dakwah diamalkan dan dijadikan sebagai metode pembelajaran yang aktual, baik dari segi metode, materi, maupun media yang dibuat sesuai dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern. Oleh karena itu, dai berusaha untuk lebih kreatif dalam menjalankan dakwah, baik dari segi isi pesan dakwah maupun wujud luarnya agar isi dakwah dapat menarik perhatian masyarakat, khususnya dari kalangan pengguna jejaring sosial.

Pesan dakwah dapat disampaikan secara dinamis dengan berbagai metode. Pada zaman dahulu, penyampaian pesan dakwah hanya bersifat formal dan sebatas kontak personal, namun kini penyampaian pesan dakwah dilakukan secara informal melalui berbagai media.<sup>4</sup> Secara fundamental, media memiliki sifat yang memudahkan dalam segala hal khususnya dalam konteks komunikasi. Pada dasarnya komunikasi dilakukan secara *face to face*, namun saat ini komunikasi telah mengalami transisi menjadi komunikasi yang termediasi.<sup>5</sup> Menurut Harold Laswell, komunikasi adalah sebuah proses menyampaikan pesan yang dilakukan oleh pelaku komunikasi atau disebut dengan komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Dengan munculnya jaringan internet situs jejaring sosial atau disebut dengan *social networking site* masih berkaitan dengan kemunculan media baru. Menurut Dennis McQuail, *New Media* atau media baru adalah istilah yang biasa digunakan untuk teknologi komunikasi yang berbasis digitalisasi sebagai alat komunikasi seperti media sosial.

Menurut laporan dari *We Are Social* total jumlah pengguna media sosial di Indonesia per-Januari 2023 telah mencapai 213 Juta pengguna dengan rentang waktu penggunaan internet selama 7 Jam 42 Menit dalam setiap harinya. Dengan adanya durasi ini, Indonesia berada pada urutan kedelapan secara global.

---

<sup>4</sup> Khasan Mufti, *Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*, Skripsi.

<sup>5</sup> Fadlil Chairillah, *Dakwah Digital: Analisis Isi Meme Islami Pada Akun Instagram MemeIslam.id*, Skripsi.

Bersumber pada data tersebut, media sosial dapat menjadi tempat untuk menyebarkan amanah atau pesan dakwah secara lebih luas. Pelaku dakwah harus fokus dalam memilih media sosial yang ingin digunakan sebagai sarana komunikasi dakwah, seperti Instagram yang mendukung fungsional penuh dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Berdasarkan kumpulan data dari *Napoleon Cat*, jumlah pengguna media sosial khususnya Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023 meningkat sebesar 6,54% dengan jumlah 116,16 juta pengguna. Data tersebut membuktikan bahwa kepopuleran media sosial *platform* Instagram ada di dalamnya karena suatu alasan yaitu Instagram menawarkan fitur antarmuka yang interaktif dan menarik yang dapat merangsang keinginan untuk menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram dan menjadikan *platform* ini sebagai tren dalam berkomunikasi dan berinteraksi di masyarakat modern. Melibatkan pengalaman media sosial dapat menciptakan lingkungan misionaris yang membantu para praktisi dakwah menyebarkan pesan dakwah dengan saling berbagi konten di Instagram. Salah satu cara menarik untuk menyebarkan konten dakwah di Instagram adalah melalui komik.

Banyaknya terobosan penyampaian dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah mulai dari *face to face* ataupun hanya melalui mendengarkan kajian-kajian melalui *smartphone* saja kemudian muncullah salah satu terobosan yang menurut penulis memiliki peluang yang cukup efektif dalam mengutarakan pesan-pesan dakwah pada khalayak umum yaitu melalui perpaduan antara tulisan dan gambar yang disebut dengan komik. Menurut Scott McCloud, komik dapat diartikan sebagai kumpulan gambar dan simbol yang terjukstaposisi (posisi yang berdekatan) dalam urutan tertentu untuk menyampaikan informasi serta mencapai asumsi estetis dari pembacanya.<sup>6</sup> Komik cenderung diberi *lettering* sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu, komik tidak selalu berupa buku yang dikemas dalam satu bingkai dengan pesan yang disampaikan melalui teks tertentu. Menurut Lamb

---

<sup>6</sup> Khasan Mufti, *Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*, Skripsi

& Johnson, komik digital atau biasa disebut komik *online* adalah komik sederhana yang disajikan kedalam media elektronik tertentu.<sup>7</sup>

Di era digital saat ini, komik yang digunakan sebagai media dakwah bukanlah termasuk metode baru karena telah banyak dari para pendakwah yang juga sebagai komikus muda menggunakan media komik sebagai media untuk berdakwah seperti akun Instagram @ciithatea dengan ciri khas gambar karakter *chibi* (gambar versi kecil dari suatu tokoh atau karakter) yang membahas tentang pengingat akan selalu bersyukur dalam menjalani kehidupan sehari-hari, akun Instagram @komikpensildakwah dengan ciri khas karakter seperti *stickman* (biasanya berbentuk lingkaran, oval, garis, atau kurva, dan cenderung berpenampilan tanpa emosi) dengan pembahasan dengan tema Akhlak.



**Gambar 1.1 Akun Instagram @Akhlaqpedia**

Salah satu akun Instagram yang menampilkan dakwah dengan sajian yang menarik dan berbeda yaitu akun Instagram @Akhlaqpedia. Pada akun ini menyajikan dakwah kedalam bentuk komik dan postingan *quotes* yang dilengkapi oleh *caption* yang informatif. Dengan perpaduan antara gambar dan tulisan yang menarik, akun @Akhlaqpedia terhitung dari bulan Januari 2024 telah berhasil

<sup>7</sup> Rizky F. A., Atep S., Julia, *Pengaruh Komik Digital Dalam Meningkatkan Penguasaan Konsep dan Daya Berpikir Kritis Siswa Sekolah Dasar*, MUALLIMUNA: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah, hlm 130.

memiliki pengikut dengan total 35,3 ribu pengikut Instagram.<sup>8</sup> Penyajian dan pesan dakwah yang ditampilkan pada akun @Akhlaqpedia telah disukai dan menarik perhatian pengguna Instagram. Kondisi ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pengikut dan jumlah penyuka dalam setiap postingan. Oleh sebab itu, isi dari pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun tersebut menarik untuk diteliti agar mengetahui isi pesan yang terkandung dalam postingan dakwah yang paling banyak disukai setiap bulannya. Berdasarkan pendahuluan yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini berfokus pada postingan komik dan *caption* setiap postingan komik. Penulis akan membatasi masalah pada postingan akun @Akhlaqpedia selama periode Januari – September 2023.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka rumusan penelitian ini, yaitu:

1. Apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam komik pada akun Instagram @Akhlaqpedia pada bulan Januari – September 2023?
2. Bagaimana peran komik digital sebagai media dakwah modern?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pokok permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam komik pada akun Instagram @Akhlaqpedia pada bulan Januari – September 2023.
2. Untuk mengetahui peran komik digital sebagai media dakwah modern.

## **D. Signifikansi Penelitian**

1. Manfaat Teoritis Penelitian

Secara umum hasil dari penelitian ini dapat menjadi literatur ataupun referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi dakwah yang dapat digunakan

---

<sup>8</sup> Data di ambil dari sumber Instagram @Akhlaqpedia oleh penulis. Diakses pada 20 Januari 2024.

untuk mengkaji penelitian mengenai isi pesan dakwah dan mengetahui suatu pemahaman tentang keagamaan pada *followers* akun Instagram @Akhlappedia. Berdasarkan hal tersebut diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi bagi pembelajaran kedepannya.

## 2. Manfaat Praktis Penelitian

### a. Bagi Penulis

Sebagai tugas akhir penyelesaian Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

### b. Bagi Masyarakat/Pengguna Instagram

Dengan memaparkan kepada masyarakat tentang cara dakwah yang berlangsung di media sosial dan cara memaknai pesan dakwah yang ditampilkan secara menarik dalam bentuk gambar dan teks di Instagram, para pengguna media sosial khususnya yang ada di Instagram diharapkan dapat memudahkan masyarakat dalam memahami Islam seutuhnya melalui media sosial.

### c. Bagi Akun Instagram @akhlappedia

Harapan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh tim kreatif dan pemilik akun @Akhlappedia untuk mengevaluasi atau mempertimbangkan kontribusinya dalam penyebaran dakwah di media sosial Instagram agar tetap mempertahankan karakter dan gayanya yang unik dalam menciptakan konten-konten komik dengan tema dakwah yang semakin inovatif tanpa mengesampingkan nilai ke-Islaman agar semakin banyak yang tertarik dalam membaca semua unggahannya.

## E. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis, Pendekatan, dan Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis analisis isi. Hasil dari metode penelitian ini adalah data-data yang dikumpulkan berupa gambar dan teks. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, foto, *tape*,

dokumentasi pribadi, catatan, dan dokumentasi lainnya.<sup>9</sup> Penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses pengamatan yang lebih dalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti yang dimana penelitian ini terkait postingan komik dakwah pada akun Instagram @Akhlaqpedia.

Fokus penelitian ini adalah Instagram tentang pesan dakwah yang ada dalam unggahan komik pada akun Instagram @Akhlaqpedia dan bagaimana peran dakwah @Akhlaqpedia terhadap pemahaman keagamaan pengikut akun tersebut. Penelitian ini tidak hanya terfokus pada metode dakwah dan strategi dakwah, melainkan isi pesan dakwah yang mengandung pesan yaitu Akidah, Syariah, dan Akhlak.

## **2. Sumber Data**

### **a. Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data utama yang bersumber dari lapangan atau sumber utama yang menjadi sumber semua data yang dihasilkan. Data primer penelitian ini adalah data dokumen pada postingan komik @Akhlaqpedia pada bulan Januari hingga September 2023. Waktu yang diperlukan dalam penelitian selama 9 bulan yaitu waktu yang sangat cukup bagi seorang penulis untuk mendapatkan serta mengumpulkan data. Pemilihan postingan didasarkan pada total penyuka terbanyak dalam setiap bulannya.

### **b. Sumber Data Sekunder**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder sebagai instrumen pengumpulan data. Sumber data sekunder berfungsi sebagai bahan pembandingan terhadap data primer yang telah diperoleh. Dalam hal ini data diperoleh dari berbagai literatur dan naskah yang diperoleh dari hasil wawancara dengan para pengikut akun tersebut sebagai pelengkap data.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

---

<sup>9</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 9.

a. Wawancara

Creswell mengungkapkan bahwa wawancara adalah data terpenting yang harus tersedia selama proses penelitian. Kelebihan wawancara adalah memungkinkan penulis memberikan informasi sejarah dan memberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Kemudian kelemahan wawancara adalah narasumber memberikan informasi yang secara langsung tidak disaring melalui pandangan orang yang di wawancarai. Dalam penelitian ini, narasumber yang akan diwawancarai adalah para pengikut akun @Akhlaqpedia melalui wawancara online yaitu fitur pesan Instagram (*Direct Message*) dan Google Forms.

b. Observasi

Metode observasi digunakan penulis untuk memperoleh informasi dalam jumlah besar. Menurut Creswell, observasi kualitatif adalah catatan lapangan penulis tentang tindakan dan aktivitas individu di lokasi penelitian. Keuntungan observasi ini adalah penulis dapat memperoleh pengalaman awal dalam menghadapi dan mengenali aspek-aspek yang tidak biasa selama penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengamati postingan komik di akun @Akhlaqpedia. Kegiatan pemantauan ini khusus mengkaji konten yang diunggah dari akun tersebut termasuk pesan dakwah.

c. Dokumentasi

Penulis menggunakan metode dokumentasi yang berguna untuk melengkapi data yang ada pada saat pengumpulan data. Dokumen merupakan catatan peristiwa pada masa lampau. Creswell menyatakan bahwa dokumen mencakup dokumen publik seperti surat kabar, laporan resmi, dan notulensi rapat, atau dokumen pribadi seperti buku harian dan catatan harian pribadi, surat, dan *E-mail*.

Dokumen memiliki keunggulan dalam menerima data dalam bentuk bahasa dan kata-kata yang mudah diakses oleh penulisnya. Namun kekurangan dari dokumentasi adalah datanya tidak selalu benar dan



merupakan data yang tidak valid. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dokumentasi dengan cara mendokumentasikan unggahan komik di akun Instagram @Akhlaqpedia dan men-*screenshot* postingan tersebut.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah tahap menganalisis data yang diperoleh melalui dokumentasi. Kemudian disederhanakan melalui teks cerita sehingga lebih mudah dicerna dan dipahami.<sup>10</sup> Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kualitatif model Philipp Mayring berdasarkan dengan rumusan masalah. Tujuan analisis isi adalah untuk mengungkapkan informasi terkait isi komunikasi yang ada dalam bentuk simbol dan teks. Kedudukan analisis isi dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan informasi yang mencakup bentuk-bentuk komunikasi seperti surat kabar, artikel, majalah, dan novel.<sup>11</sup>

Adapun tahapan dari analisis isi Philipp Mayring yaitu menyusun kriteria terkait pada pengertian yang diambil dari bahasan teoritis dan pertanyaan penelitian memilih unsur-unsur materi tekstual yang sebelumnya telah dikategorisasikan melalui tahapan berikut: (1) menyesuaikan materi. (2) aturan analisis, yaitu materi yang mengacu pada prosedur atau membagi materi kedalam satuan-satuan. (3) kategorisasi adalah inti dari analisis. Unsur dari penggambaran teks mengacu pada pertanyaan penelitian yang dimana ditambahkan pada kategorisasi. Hal ini akan dicari dan diperbaiki saat di tahap analisis. (4) menganalisis ulang. (5) keabsahan atau validasi,

#### 5. Definisi Konseptual dan Operasional

##### a. Komik

Secara etimologis, kata komik berasal dari kata Yunani *comikos* yang berarti menarik. Namun definisi komik dalam Bahasa Indonesia mengacu pada cerita yang diterbitkan di majalah, surat kabar, dan buku yang menyertakan ilustrasi grafis dengan ekspresi visual yang lucu. Komik

<sup>10</sup> Husein Sayuti, *Pengantar Metodologi Riset*, (Jakarta: Fajar Agung, 1989), hlm. 69.

<sup>11</sup> Fatur Rakhman, *Analisis Konten Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc., M.A dalam Youtube (Ceramah pada 3 April 2013)*, hlm. 48

adalah cerita atau peristiwa yang terdiri dari beberapa gambar seperti gambar, ilustrasi, dan dialog. Peran komik bukan hanya sekedar memberikan hiburan visual, tetapi juga menyampaikan kritik dan sindiran terhadap suatu hal dan situasi. Komik jenaka menjadi sarana terbaik dan banyak digunakan untuk mengkritik sosial baik dalam media cetak maupun digital. Dalam buku yang berjudul "*Understanding Comics*", Scott McCloud menyakatan komik adalah gambar dan simbol yang disusun secara khusus berurutan atau rangkaian tertentu yang memiliki makna.<sup>12</sup>

#### **b. Komik Digital**

Komik digital adalah gambar berurutan yang bersinggungan dengan cerita imajinasi yang dibuat secara digital. Komik ini ditampilkan melalui media visual elektronik dengan animasi visual yang menarik. Komik ini dapat disimpan secara digital sehingga dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama.<sup>13</sup>

#### **c. Media Dakwah**

Secara harfiah kata media berasal dari bahasa Latin yaitu perantara atau pengantar.<sup>14</sup> Media adalah sarana penyampaian informasi dan pesan dari komunikator ke komunikan. Media dakwah atau biasa disebut dengan wasilah dakwah adalah alat yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan atau alat yang membantu seorang dai dalam mengkomunikasikan dakwah secara tepat dan efisien. Dengan kata lain arti media adalah alat atau sarana yang digunakan pelaku dakwah untuk menyerukan dakwah kepada sasaran dakwah.<sup>15</sup>

Media dakwah dapat bekerja secara efektif jika dapat beradaptasi dengan pelaku dakwah, pesan dakwah, dan sasaran dakwah. Pemilihan media dakwah sangat erat kaitanya dengan keadaan unsur dakwah. Unsur dakwah yang paling besar pengaruhnya terhadap adanya media dakwah

<sup>12</sup> Scott McCloud, *Understanding Comics*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedi, 2000), hlm. 9

<sup>13</sup> Zenzen Zakiyah dkk, *Pengembangan Buku Teks Bahasa Indonesia Berbasis Media Komik Digital Bermuatan Keterampilan Berpikir Kritis*, Jurnal Basicedu tahun 2022.

<sup>14</sup> Muhammad Hasan dkk, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: CV Tahta Media Group, 2021), hlm. 27

<sup>15</sup> Ilyas Islamil A, *The True Da'wa Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial Edisi Pertama*

adalah pendakwah. Hampir seluruh media dakwah mengandalkan pada keterampilan pelaku dakwah, baik secara mandiri ataupun kelompok. Keahlian seorang pendakwah tidak hanya terbatas pada penggunaan media, tetapi juga mencakup pada ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media.

#### **d. Dakwah**

Secara etimologis yakni seruan, panggilan dan ajakan. Sedangkan menurut terminologi, arti dakwah memiliki dua arti yaitu terbatas dan luas. Dakwah dalam artian terbatas yaitu penyampaian ajaran agama Islam terhadap manusia baik lisan, tulisan, maupun lukisan yang dapat diartikan sebagai panggilan, seruan, dan ajakan untuk manusia kepada agama Islam. Sedangkan pengertian dakwah secara luas adalah penjabaran dan pelaksanaan penerapan agama Islam dalam bidang kesenian, termasuk dalam bidang politik, ekonomi, sosial, pendidikan, kebudayaan, kekeluargaan, dan sebagainya.<sup>16</sup>

#### **e. Dakwah Modern**

Modernisasi adalah proses kegiatan yang membawa perubahan dan perbaikan dalam masyarakat dengan ciri-ciri dari statis ke dinamis, dari tradisional ke rasional, dan dari feodal ke kerakyatan.<sup>17</sup> Modernisme adalah proses yang terjadi dari waktu ke waktu dan menghasilkan berbagai produk yang berbeda yaitu gaya hidup, budaya dengan berbagai aspek lainnya. Meski fenomena merupakan langkah maju yang sangat besar dalam arti terbatas, namun diyakini merupakan pilihan tepat untuk membebaskan masyarakat dari kondisi keterbelakangan, kemiskinan, dan kebodohan. Namun hal ini juga menyisakan permasalahan yang sangat rumit. Manusia modern lebih berkembang dibandingkan masyarakat tradisional, idealnya

---

<sup>16</sup> Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Pokok-Pokok Pikiran tentang Paradigma & Sistem Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 152

<sup>17</sup>Ibid, hlm. 179-180.

mampu berpikir logis dan menggunakan berbagai teknologi berdasarkan kecerdasannya untuk meningkatkan kualitas hidup.<sup>18</sup>

Dakwah modern merupakan kegiatan menyebarkan pesan ajaran Islam yang dilakukan dengan memperhatikan unsur penting dakwah. Subjek dakwah atau dai kemudian akan menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan konteks sosial masa kini (sebagai mad'u atau objek dakwah) sesuai dengan kondisi di zaman modern terutama dalam bidang keagamaan.<sup>19</sup>

#### **f. Pesan Dakwah**

Dakwah berasal dari kata bahasa Arab “*da'wah*”. Kata *Da'wah* memiliki makna menyeru, memohon, mengajak, meminta pertolongan, mendoakan, dll. Al-Qur'an memperluas arti kata *da'wah* untuk digunakan untuk berbagai kegiatan seperti menasihati manusia agar selalu menaati perintah Allah SWT.

Pesan berarti petunjuk, nasehat, permintaan, amanat yang disampaikan oleh orang lain. Pesan atau *message* adalah simbol verbal atau nonverbal yang mewakili nilai, perasaan, ide, atau maksud dari suatu sumber.<sup>20</sup> Wardi Bachtiar memaparkan pesan dakwah adalah tuntunan Islami yang diambil dari Al-Qur'an dan Hadis yang digunakan sebagai landasan dalam lingkup Akidah, Syariah, dan Akhlak melalui berbagai referensi pengetahuan yang ada.<sup>21</sup>

#### **g. Instagram**

Kata Instagram berasal dari kata instan dan kata *gram* dari kata telegram. Jadi Instagram adalah gabungan dari kata Instan-Telegram. Hal

---

<sup>18</sup> Awaludin Pimay & Fania Mutiara Savitri, *Dinamika Dakwah Islam di Era Modern*, Jurnal Ilmu Dakwah, 2021, hlm. 49

<sup>19</sup> Hafidz Idri Purbajati, *Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam di Era Modern*, Jurnal Modeling, Vol. 8 No. 2, 2021, hlm 210

<sup>20</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Rosdakarya, 2005), hlm. 70.

<sup>21</sup> Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997) Cet. 1, hlm. 33-34.

ini searah dengan Instagram yang menyajikan fitur berbagi foto di internet dalam proses cepat dan singkat.<sup>22</sup>

Menurut Kjell H. Landsverk, Instagram adalah *platform* media sosial yang banyak yang terkenal dan berfungsi untuk membagikan foto. Di dalam Instagram juga terdapat filter yang kemudian dapat dibagikan dan hasil gambar tersebut dapat dilihat oleh pengguna lainnya.<sup>23</sup> Dengan adanya penjabaran tersebut, didapatkan definisi Instagram secara garis besar dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah aplikasi media sosial yang digemari oleh berbagai kalangan yang memiliki tujuan utama yaitu membagikan foto dan video dan juga dilengkapi dengan filter digital yang dapat diakses tanpa batas waktu.

## F. Sistematika Pembahasan

Penulis menyusun penulisan secara sistematis terdiri dari lima bab yang memiliki peran saling berkaitan sebagai pendukung, yaitu:

**Pada Bab I** (Pendahuluan), penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Pada Bab II** (Kerangka Teoretik), penulis memaparkan bab ini mengenai konsep media dakwah, konten analisis studi pemikiran Philipp Mayring, dan Instagram sebagai media dakwah.

**Pada Bab III** (Paparan Data) ini, penulis memaparkan tentang gambaran umum objek riset, dan paparan data di lapangan/konten. Pada bab ini menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah ditentukan.

**Pada Bab IV** (Hasil dan Pembahasan), berisi penjabaran hasil dan pembahasan berupa analisis isi pesan dakwah pada konten komik @Akhlaqpedia dan peran komik digital sebagai media dakwah modern.

---

<sup>22</sup> Khasan Mufti, *Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*, Skripsi, hlm. 30.

<sup>23</sup> Amarilia Shinta & K. Y. S. Putri, *Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram*, Jurnal Communicology vol. 9 (No. 1), hlm 100

**Pada Bab V** (Simpulan dan Saran) berisi kesimpulan penulis dari hasil penelitian, dan saran serta rekomendasi terkait penelitian yang telah dilakukan.