

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam disebut dengan agama dakwah dikarenakan ajarannya yang selalu menyerukan dan mendorong pemeluknya untuk selalu aktif dalam kegiatan dakwah. Seruan dakwah ditujukan untuk seluruh umat manusia, tanpa membedakan agama, suku dan ras.¹ Dakwah di zaman sekarang ini tidak hanya dilakukan dengan penyebaran melalui masjid ke masjid atau dari majelis satu ke majelis lainnya, melainkan dakwah melalui media sosial. Media sosial merupakan media baru yang dapat dimanfaatkan untuk berdakwah.

Dakwah melalui media sosial adalah cara untuk mengajak dan mengingatkan kembali untuk taat pada perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Dakwah melalui ini dinilai efektif sebagai sarana berdakwah karena memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara luas, interaktif, dan dapat dengan mudah disebarkan kepada seluruh masyarakat didunia. Anthony Giddens menegaskan bahwa seiring kemajuan modernitas, ruang sosial semakin terpisah dari lingkungannya, karena pada era ini manusia disibukkan dengan ruang media sosial untuk berinteraksi. Seiring dengan semakin melekatnya teknologi dalam kehidupan dan meningkatnya ketergantungan

¹ Abroru Aslah, “Dakwah Dalam Masyarakat Plural Perspektif Alquran (Studi Tafsir Al Azhar Karya Buya Hamka)” 2, no. 2 (2015): 259–60.

masyarakat terhadapnya, akan sangat bermanfaat jika teknologi dimanfaatkan sebagai sarana dakwah. Mereka yang memiliki keyakinan agama yang kuat dapat menyebarkan ajaran agama melalui ceramah yang dipublikasikan di media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, dan platform lainnya.²

Dakwah melalui media sosial telah menjadi fenomena yang tidak terelakkan di era digital saat ini. Kedua tafsir terkemuka, Al-Azhar dan Al-Misbah, menawarkan perspektif yang kaya tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Tafsir Al-Azhar dan Tafsir Al-Misbah sama-sama menekankan pentingnya menyampaikan pesan islam kepada khalayak yang lebih luas. Keduanya melihat media sosial sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Penyeruan dakwah sudah diterapkan pada masa kenabian nabi Muhammad. Dakwahnya dengan cara bertahap, dari bersembunyi-sembunyi hingga terang-terangan. Dari pengikutnya diperintahkan pula untuk menyebarluaskan dakwah. Tidak hanya da'i profesional yang bisa menyebarkan dakwah, bahkan setiap orang islam memiliki tanggungjawab untuk melakukan kegiatan berdakwah atau menyerukan tentang agama.

Dakwah adalah salah satu aspek kehidupan umat manusia yang menjadi pembahasan di dalam Al-Qur'an. Dalam surah An-Nahl ayat 125 sampai 127 menyebutkan bahwa cara menyampaikan dakwah atau seruan terhadap manusia

² Rahmi Wahyuni and Rahma Harahap, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital : Study Literature Review," *An-Nadwah* 29, no. 2 (2023): 172.

supaya mereka tetap berada di jalan Allah Swt. Dalam menjalankan tugas dakwah, hendaknya seorang da'i menguasai tiga metode utama, yaitu *hikmah* (masalah), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang membangun), *mujadalah bi al ahsan* (serta dialog yang positif dan konstruktif), agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan secara efektif dan diterima dengan baik oleh pendengar.

Dakwah berada di posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama islam, tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kemunduran dikarenakan faktor pada era globalisasi, dari banyaknya informasi yang masuk dengan sangat cepat sehingga manusia harus dapat memilah dan menyaring informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam. Dakwah islam bertujuan menyebarkan ajaran islam. Namun, jika tidak dilakukan dengan bijak, bisa memicu profokasi. Seorang pendakwah harus memahami karakter pendengarnya agar tidak terjadi miskomunikasi yang bisa memicu konflik antar umat beragama. Dalam Masyarakat yang beragam, dakwah yang efektif adalah yang bisa diterima dan membangun kerukunan.

Pendakwah perlu fokus pada nilai-nilai positif yang bisa menyatukan, bukan malah memisahkan. Melainkan justru menyatukan dalam keberagaman. Proses berdakwah dihadapkan dengan berbagai problematika. Problematika ini muncul sebab situasi zaman berkembang ke seluruh dunia, bukan hanya di jazirah Arab, sehingga islam dihadapkan dengan struktur Masyarakat yang tersendiri dalam menghadapi perbedaan zaman ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perspektif Al-Qur'an, Surah An-Nahl ayat 125-127, mengenai konsep dakwah digital dan pemanfaatan konten positif di media sosial?
2. Apa saja persamaan dan perbedaan penafsiran Buya Hamka dalam Tafsir Al-Azhar dan M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah terhadap ayat-ayat dakwah (Surah An-Nahl: 125-127) dalam konteks pemanfaatan konten positif di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perspektif Al-Qur'an, khususnya Surah An-Nahl ayat 125-127, mengenai konsep dakwah digital dan pemanfaatan konten positif di media sosial
2. Untuk mengetahui apa saja persamaan dan perbedaan penafsiran Buya Hamka dalam Tafsir Al-Azhar dan M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah terhadap ayat-ayat dakwah (Surah An-Nahl: 125-127) dalam konteks pemanfaatan konten positif di media sosial?

D. Manfaat Penelitian

1. Dalam pengembangan ilmu tafsir penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu tafsir dengan memberikan analisis mendalam mengenai metode dakwah yang digunakan oleh para mufassir.
2. Melalui perbandingan antara tafsir Al-Azhar dan Al-Misbah, penelitian ini dapat mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam pendekatan

mereka terhadap dakwah, sehingga memperkaya pemahaman kita tentang metode tafsir.

3. Informasi dakwah dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui media sosial. Hal ini memudahkan orang-orang untuk belajar tentang islam dan mempraktikkan ajarannya dalam kehidupan sehari-hari
4. Media sosial memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang jauh lebih besar dan beragam dibandingkan dengan metode dakwah tradisional. Ini sejalan dengan semangat Al-Qur'an yang mengajak manusia untuk menyampaikan risalah kepada seluruh umat manusia.
5. Relevansi dengan konteks zaman dengan mengkaji metode dakwah dalam tafsir klasik seperti Al-Azhar dan Al-Misbah, kita dapat menemukan prinsip-prinsip dakwah yang universal dan dapat diterapkan dalam konteks zaman modern.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada analisis mendalam terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dengan jelas perbedaan penelitian dengan kajian-kajian yang sudah ada.³ Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa penelitian ini original dan tidak mengulang temuan-temuan yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun hasil penelitian yang pernah peneliti baca adalah :

³ Siroj Ahmad, "Meraup Rezeki Pada Media Sosial Tiktok Dalam Perspektif Al-Qur'an (Analisis Penafsiran Hamka Tentang Ayat-Ayat Rezeki)," 2024.

Pertama, penelitian oleh Anggita Falestyana Sari (2022) yang berjudul “Tiktok sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)”. Penelitiannya mengungkapkan fakta menarik bahwa Tiktok tidak hanya sekedar platform berbagi video, tetapi juga telah dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, terutama di kalangan generasi milenial. Studi kasus akun Tiktok @baysasman00 yang dilakukan dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten-konten yang diunggah, seperti yang membahas tentang *istidraj* dan larangan menyerupai lawan jenis, telah berhasil menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas.

Kedua, penelitian oleh Guesty Tania (2019) yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki melalui akun Instagramnya. Dengan menganalisis 17 video yang diunggah dalam periode tertentu, penelitian ini menemukan bahwa pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki secara umum mencakup tiga aspek utama yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Namun, yang paling menonjol adalah penekanan pada aspek akhlak, seperti kesabaran, keikhlasan, dan sikap baik terhadap sesama. Hal ini menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki lebih banyak menyampaikan pesan-pesan tentang bagaimana menjadi seorang muslim yang baik dalam kehidupan sehari-hari daripada hanya membahas teori agama secara mendalam.⁴

⁴ Tania Guesty, Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019,.

Ketiga, penelitian oleh Muhammad Habibi (2018) yang berjudul “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial”. Penelitian ini membahas bagaimana perkembangan teknologi, khususnya media sosial, telah mengubah cara kita berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Para pendakwah (*da'i*) perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman agar dakwah yang mereka sampaikan tetap relevan dan menarik bagi masyarakat. Salah satu cara untuk membuat dakwah lebih efektif melalui media sosial adalah dengan menggunakan Teknik-teknik yang membuat pesan dakwah mudah menyebar luas. Selain itu, konten dakwah juga harus dikemas dengan menarik agar menarik perhatian pengguna media sosial. Karena media sosial bersifat interaktif, para pendakwah juga bisa berinteraksi dengan pengikutnya.⁵

Keempat, penelitian oleh Iqrom Faldiansyah (2020) yang berjudul “Dakwah Media Sosial Alternatif Dakwah Kontemporer”. Penelitian ini membahas tentang dakwah di media sosial juga membicarakan kebebasan bagi masyarakat untuk memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan begitu, dakwah menjadi lebih terbuka dan tidak memaksa. Selain itu, dengan berbagai cara penyimpanan yang menarik, dakwah di media sosial bisa menjangkau lebih banyak orang.⁶

Kelima, penelitian oleh Muhammad Iqbal Al-Surur (2019) yang berjudul “Dakwah dalam Al-Quran (Kajian Komparatif antara Tafsir Khawathir

⁵ Muhammad Habibi, “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial,” 2018, hal. 101–16.

⁶ Iqrom Faldiansyah and Musa, “Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer,” *Tawshiyah* 15, no. 2 (2020): 2656–4688, <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Asy-Sya'rawi dan Tafsir Al-Azhar)". Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang konsep dakwah dalam islam dengan membandingkan tafsir Al-Quran karya dua ulama besar, yaitu Buya Hamka (Tafsir Al-Azhar) dan Syaikh Sya'rawi (Khawathir Asy-Sya'rawi). Kedua ulama ini memiliki pendekatan yang berbeda dalam menafsirkan Al-Quran, namun sama-sama menekankan pentingnya dakwah. Buya Hamka menggabungkan aspek tradisional dan modern dalam tafsirnya, sementara Syaikh Sya'rawi lebih fokus pada aspek Pendidikan dan perbaikan masyarakat.⁷

Tabel 1.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.

No	Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Tiktok sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)	Anggita Falestyana Sari,2022	Meneliti tentang dakwah dan media (baik sosial atau tafsir), serta penggunaan media sebagai sarana penyebaran dakwah	Fokus pada TikTok, studi kasus akun tertentu, analisis pesan dakwah kontemporer
2	Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram	Guesty Tania,2019	Meneliti tentang dakwah dan media (baik sosial atau tafsir), serta penggunaan media	Fokus pada Instagram dan pendakwah personal, analisis aspek

⁷ Iqbal al-Surur, "Dakwah Dalam Al-Quran (Kajian Komparatif Antara Tafsir Khawathir Asy-Sya'rawi Dan Tafsir Al-Azhar)."

			sebagai sarana penyebaran dakwah	aqidah, syariah, akhlak, dengan penekanan pada akhlak
3	Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial	Muhammad Habibi, 2018	Meneliti tentang dakwah dan media (baik sosial atau tafsir), serta penggunaan media sebagai sarana penyebaran dakwah	Fokus pada strategi dakwah agar lebih efektif di media sosial, tanpa studi kasus akun tertentu
4	Dakwah Media Sosial Alternatif Dakwah Kontemporer	Iqrom Faldiansyah, 2020	Meneliti tentang dakwah dan media (baik sosial atau tafsir), serta penggunaan media sebagai sarana penyebaran dakwah	Menekankan pada kebebasan audiens dalam memilih dakwah di media sosial serta sifat keterbukaan dakwah
5	Dakwah dalam Al-Quran (Kajian Komparatif antara Tafsir Khawathir Asy-	Muhammad Iqbal Al-Surur, 2019	Meneliti tentang dakwah dan media (baik sosial atau tafsir), serta penggunaan media	Berbeda karena bukan media sosial, tetapi kajian tafsir dan konsep dakwah

	Sya'rawi dan Tafsir Al-Azhar)		sebagai sarana penyebaran dakwah	dalam Al- Qur'an
--	----------------------------------	--	-------------------------------------	---------------------

Penelitian-penelitian terdahulu memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian ini. Penelitian Anggita Falestyana Sari menitikberatkan pada dakwah di media sosial TikTok, khususnya menganalisis isi pesan dakwah dari akun @baysasman00, sehingga lebih terfokus pada satu akun tertentu dan bagaimana pesan dakwah disampaikan kepada generasi milenial. Penelitian Guesty Tania mengkaji isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram dengan menyoroti aspek akhlak seperti kesabaran, keikhlasan, dan sikap baik terhadap sesama, di mana kajiannya lebih berpusat pada tokoh pendakwah dan pesan moral yang disampaikannya. Penelitian Muhammad Habibi lebih menyoroti optimalisasi dakwah di media sosial dengan menekankan pentingnya penggunaan teknik-teknik penyampaian agar pesan dakwah lebih efektif dan mampu menjangkau masyarakat luas, sehingga lebih berorientasi pada strategi komunikasi dakwah. Penelitian Iqrom Faldiansyah memandang media sosial sebagai alternatif dakwah kontemporer yang memberi kebebasan kepada masyarakat dalam memilih materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan fokus pada terbukanya akses terhadap dakwah di media digital. Sementara itu, penelitian Muhammad Iqbal Al-Surur mengkaji konsep dakwah dalam Al-Qur'an dengan membandingkan tafsir Khawathir Asy-Sya'rawi dan Tafsir Al-Azhar, lebih menekankan pada pendekatan tafsir dan konsep dakwah secara umum tanpa mengaitkan dengan media sosial.

Berbeda dari kelima penelitian tersebut, penelitian ini tidak hanya membahas tentang media sosial sebagai sarana dakwah ataupun membandingkan konsep dakwah secara umum, melainkan lebih menekankan pada analisis ayat-ayat dakwah dalam Al-Qur'an, yakni Surah An-Nahl ayat 125-127, yang dikaji secara komparatif melalui dua tafsir besar, Tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka dan Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab. Penelitian ini juga berusaha mengaitkan hasil kajian tafsir tersebut dengan pemanfaatan konten positif di media sosial dalam konteks dakwah digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan penekanan pada analisis tafsir dan relevansinya terhadap perkembangan dakwah digital di era modern, bukan hanya sebatas pada isi pesan, strategi penyampaian, ataupun pemilihan media dakwah.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka membahas tentang berbagai teori dan konsep yang berkaitan dengan

Bab III Metode Penelitian berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, sumber penelitian dan analisis data.

Bab IV Analisis Komparatif Ayat-Ayat Dakwah dalam Tafsir Al-Azhar dan
Al-Misbah

Bab V Kesimpulan