

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perencanaan dalam komunikasi Islam yaitu dalam berdakwah merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh para pendakwah. Pembuatan perencanaan dalam program dakwah adalah hal utama yang perlu diperhatikan dalam berdakwah baik dalam perencanaan strategi penyampaian isipesannya ataupun strategi pengemasan dan teknik atau metode penyampaian bentuk pesannya. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak terjadinya sebuah bias dalam proses dakwah yaitu dalam proses penyampaian pesannya dan pemaknaan pesan yang sampai kepada para objek dakwah.

Dalam berdakwah, sebagai subjek dakwah atau *da'i* perlu mengatur strategi dalam berdakwah yaitu bagaimana objek dakwahnya atau *mad'u* memiliki minat terhadap pesan yang disampaikan sehingga pesan dakwah yang disampaikan tersebut sampai kepada objek dakwah secara efektif dan tersampaikan dengan baik. *Da'i* perlu mengemas dan menyesuaikan pesan dakwah yang akan disampaikan sesuai dengan objek yang ditujunya yaitu sesuai dengan usia dan keadaan lingkungan sosial para objek dakwah.

Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, masyarakat saat ini banyak yang beralih menggunakan dan lebih memilih media sosial dalam melakukan kegiatan berkomunikasi. Pada era sekarang ini para remaja sangat senang menggunakan media sosial terlebih dengan akun media sosial Instagram yang dapat mengunggah sebuah gambar atau video pendek dengan dituliskan judul atau tulisan-tulisan yang berhubungan dengan gambar yang diunggah atau diposting.

Instagram dinilai sebagai media sosial yang sangat menarik dan bagus karena sangat mudah mendapatkan informasi dari lintas Negara dan banyak berbagai akun yang menarik, inspiratif, menambah banyak pengetahuan, serta dapat memenuhi kebutuhan manusia. Instagram ini sangat indetik dengan anak muda atau remaja, karena memiliki akun Instagram merupakan salah satu trendi di zaman sekarang. Dengan seiringnya waktu, Instagram sendiri telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia baik dalam berkomunikasi ataupun sebagai media hiburan sehingga segala hal yang berhubungan dengan kegiatan sehari-hari selalu ditayangkan dan dibagikan dalam Instagram.

Akun Instagram saat ini menjadi salah satu ladang dakwah bagi para da'i untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat atau khalayak umum. Tujuan khusus penyampaian pesan agama pada akun-akun dakwah Islami ini sebagian besar adalah para remaja dan anak-anak muda. Hal ini disebabkan karena banyaknya para remaja yang menggunakan akun Instagram dan banyak terdapat akun bersifat negatif dan kurang mendidik yang mereka ikuti.

Pesan-pesan yang paling banyak atau dominan dalam akun Instagram dakwah Islami adalah pesan yang berisi motivasi untuk menjalankan ibadah sunnah maupun wajib dan tentang hijrah (memperbaiki diri menjadi lebih baik dan taat kepada perintah Allah). Selain itu juga isi materi tentang kajian hadits, tafsir, fiqh, tentang kehidupan sehari-hari dan yang lainnya pun juga tidak sedikit. Inovasi dari pesan yang disampaikan berupa teks diikuti dengan gambar, kata-kata bijak yang dimuat dalam gambar, video kajian ustadz, komik pendek, video animasi dan dakwah komedi, dan sejenisnya sangat disukai dan diminati para netizen terutama para remaja dan anak-anak muda karena sangat menarik dan

tidak membosankan. Adapun akun-akun media sosial dakwah Islami diantaranya seperti duniajilbab, beraniberhijrah, haditsku, kartun.muslimah, celoteh muslim, fiqihwanita, dan lainnya. Akun-akun dakwah tersebut menyebarkan pesan agama Islam kepada khalayak umum termasuk juga kepada para remaja.

Instagram kebanyakan dari mereka lebih menyukai mengikuti akun-akun yang memposting konten-konten lucu atau guyonan dan banyak yang mengandung unsur negatif, serta akun-akun *quotes* tentang percintaan dan sebagainya, dibandingkan dengan akun-akun yang berkonten agama atau akun-akun dakwah. Fenomena tersebut yang terjadi saat ini dan hal itu sangat mengkhawatirkan.

Belakangan ini kata-kata berhijrah menjadi salah satu hal yang sangat viral dikalangan masyarakat terutama dikalangan para remaja. Adanya gerakan-gerakan dari kata hijrah ini memunculkan adanya akun-akun Instagram yang berhubungan dengan hijrah yaitu akun dakwah Islam yang mengajak untuk menuju kebaikan dan ketaatan terhadap agama. Salah satu akun dakwah di Instagram, yaitu akun berani berhijrah yang merupakan salah satu akun dakwah yang menyajikan berbagai jenis pesan dakwah dengan mengemasnya secara menarik.

Akun dakwah berani berhijrah memiliki tujuan dan sasaran objek dakwahnya yaitu para remaja. Akun berani berhijrah ingin mencoba merubah stigma para remaja mengenai pembahasan agama, bahwa pembahasan agama, ceramah, maupun nasehat-nasehat yang berupa tentang agama bukanlah merupakan hal yang kuno dan bahasan bagi orang-orang tua atau berumur saja. Selain itu, akun tersebut juga bertujuan mengajak para remaja untuk berhijrah atau

berubah menjadi lebih baik dari segi agama dan kehidupan. Akun berani berhijrah menyajikan pesan dakwah yang kontennya disesuaikan dengan kehidupan dan keadaan yang terjadi pada fase-fase masa remaja, pun Bahasa yang digunakan juga sangat kekinian, ringan, singkat, dan jelas agar para remaja dan khalayak umum tertarik membacanya dan mudah memahaminya.

Munculnya akun dakwah yaitu akun berani berhijrah di Instagram dengan memiliki sasaran dakwah para remaja ditengah-tengah para remaja dan masyarakat yang menggunakan media sosial Instagram merupakan salah satu hal yang sangat baik. Karena dengan adanya akun dakwah berani berhijrah tersebut dapat menambah pengetahuan Islam para remaja dan masyarakat. Postingan pesan dakwah yang disajikan akun dakwah berani berhijrah juga berbeda dengan akun-akun dakwah lainnya, karena isi dan bentuk pesannya dikemas secara singkat dan sesuai dengan gaya bahasan remaja. Akun dakwah Instagram berani berhijrah memiliki strategi dalam pengklasifikasian sajian isi pesan dakwah atau materi dakwah dan sajian dalam teknik pengemasan dan sajian dakwahnya

Dari fenomena diatas, peneliti tertarik untuk meneliti strategi dalam penyampaian pesan dakwah oleh akun Instagram Berani berhijrah dan menganalisis bagaimana makna pesan yang terkandung dalam postingan pesan dakwah yang disampaikan. Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka judul yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah “**Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Akun Instagram Berani Berhijrah (Analisis Semiotika)**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari Latar belakang masalah yang disampaikan di atas, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kurangnya perencanaan bagi para *da'i* dalam mempersiapkan pesan dakwah dan teknik penyampaian pesannya yang lebih inovatif.
2. Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, banyak terdapat akun Instagram yang mengunggah konten atau postingan bersifat negatif.
3. Kekurang pahaman *da'i* dalam menyajikan pesan dakwah yang disukai dan menarik bagi para khalayak umum.
4. Banyaknya akun dakwah di media sosial yang menyajikan berbagai jenis pesan dan bentuknya.

C. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami penulisan proposal ini, dan untuk membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti maka perlu diberikan pembatasan masalah terlebih dahulu. Terkait judul yang dijadikan sebagai penelitian kali ini, yaitu tentang “Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Akun Instagram Berani Berhijrah” maka peneliti akan membatasi penelitian dengan analisis pesan yang menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan pada uraian identifikasi penelitian, maka masalah pokok yang diteliti dapat dirumuskan kedalam beberapa rumusan

masalah yaitu “Bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah akun Instagram berani berhijrah?” dari rumusan tersebut diperinci lagi kedalam beberapa rumusan pertanyaan, yaitu :

1. Bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan akun Instagram Berani Berhijrah?
2. Bagaimana metode atau teknik penyampaian pesan dakwah akun Instagram berani berhijrah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh yaitu mengetahui bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah akun Instagram berani berhijrah dengan mengetahui beberapa rincian yang terkait fokus penelitian, yaitu :

1. Mengetahui bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Instagram berani berhijrah.
2. Mengetahui bagaimana metode atau teknik penyajian pesan dakwah akun Instagram berani berhijrah.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis dan secara praktis adalah :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah bisa dijadikan sebagai rujukan atau pertimbangan para *da'i* masa kini dalam melakukan dakwah terhadap

masyarakat modern seperti sekarang ini. *Da'i* dapat mengetahui bagaimana seharusnya pesan yang dikemas dalam berdakwah dari segi penyampaian pesan.

2. Secara Praktis

Secara praktis manfaatnya adalah dengan adanya penelitian ini juga dapat memacu para *da'i* untuk lebih kreatif dalam menyajikan dan menyampaikan berbagai macam materi dakwah sesuai dengan keinginan para masyarakat di era teknologi seperti sekarang.

G. Kajian Pustaka

Pada penelitian mengenai dakwah di media sosial, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas dan berhubungan dengan dakwah di media sosial. Oleh sebab itu peneliti merujuk kepada beberapa penelitian yang mengkaji tentang dakwah di media sosial pada hasil penelitian sebelumnya. Dalam kajian pustaka ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan media sosial dan fokus penelitian berbeda yang telah peneliti temukan. Adapun beberapa hasil penelitian tersebut adalah :

Pertama, hasil penelitian skripsi milik Restu Basuki mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta pada tahun 2015 dengan judul "*Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Penggunaan Display Picture Blacberry Messenger Dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin Selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)*". Dalam penelitian ini dipaparkan beberapa sajian model-model jenis pesan dakwah yang disampaikan dalam display picture aplikasi Blackberry Messenger

yang kegiatan dakwah dimedia sosial tersebut sendiri dilakukan oleh para remaja Masjid Al-Muttaqin.¹

Adapun pesan dakwah yang disampaikan berupa ayat-ayat Al-Qur'an yang dikutip, hadits-hadits Nabi, kata-kata motivasi, karya sastra, kisah-kisah teladan, dan pendapat para Ulama yang dikemas melalui gambar tulisan yang menarik dan sesuai dengan minat para remaja sehingga dapat menarik para remaja Masjid tersebut. Selain itu, kegiatan dakwah para remaja Masjid ini juga dilakukan secara bergantian dan berkala selama bulan Ramadhan.

Kedua, hasil penelitian skripsi milik Fitriani Br Pane mahasiswa Program Studi: Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, dengan judul "*Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram*", pada tahun 2016. Dalam penelitian tersebut dipaparkan bahwa dari beberapa postingan dakwah yang dijadikan sample oleh peneliti yaitu 143 gambar postingan dengan diambil 3 jenis materi dakwah yaitu pesan akidah, pesan akhlak, dan pesan syari'ah.

Dari penelitiannya, pesan akhlak merupakan pesan dakwah yang paling sering dan banyak diposting, namun dari beberapa hasil wawancara yang dilakukan oleh Fitriani terhadap beberapa *followers* atau pengikut yang dipilih mengatakan bahwa mereka mengakui adanya perubahan positif setelah membaca postingan pesan dari akun Instagram Teladan Rasul. Selain itu juga menambah

¹ Restu Basuki, "*Pesan Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Penggunaan Display Picture Blacberry Messenger Dikalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin Selama Bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)*", skripsi (Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta , 2015).

pengetahuan mereka seputar agama Islam dan menambah hasrat mereka untuk memperbaiki diri setelah membaca pesan dakwah tersebut.²

Dari beberapa penelitian diatas, peneliti-peneliti sebelumnya membahas mengenai macam-macam jenis penyajian pesan dakwah yang telah digolongkan pada beberapa jenis pesan dan hanya terfokus pada model pesan dakwahnya saja dari aplikasi media sosial. Sedangkan judul penelitian yang penulis teliti ini membahas tentang bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah akun berani berhijrah baik dari isi dan teknik penyampaiannya yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis semiotika.

Maka jelas perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis, yaitu dengan lebih menspesifikasikan penelitian pada analisis isi dan bentuk penyajian pesan dakwah yang telah disajikan oleh akun Instagram berani berhijrah.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian dan penulisan skripsi diperlukan adanya format sistematika penulisan yang digolongkan menjadi beberapa sub-bab. Pada penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti membagi sub-bab penulisan menjadi kedalam 5 (lima) sub-bab pokok bahasan, yaitu :

² Fitriani Br Pane, "*Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram*", skripsi (Medan: Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2016).

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB ini menjelaskan dan menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada BAB ini akan membahas mengenai pesan dakwah, penyampaian pesan dakwah di Instagram dan analisis semiotika (teknik analisis semiotika Roland Barthes) secara teoritis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB ini membahas mengenai metodologi yang digunakan untuk menemukan dan mendapatkan data dalam penelitian, yaitu pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik penulisan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada BAB ini membahas mengenai analisis penelitian dan hasil penelitian, yaitu mengenai strategi penyampaian pesan dakwah akun Instagram berani berhijrah dari segi penyampaian isi dan teknik penyampaian pesannya yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis semiotika.

BAB V : PENUTUP

Dalam BAB ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran mengenai penelitian ini sebagai penutup.