BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Setiap individu dianjurkan untuk melaksanakan ajaran Islam secara menyeluruh dalam kehidupan agar mencapai kebahagiaan yang hakiki(Hakim, 2021), hal ini dapat ditempuh dengan cara yang beragam, baik itu melalui pembelajaran formal atau non formal di suatu lembaga pendidikan maupun melalui penyampaian ajaran Islam yang sudah dilakukan turun temurun sejak zaman Nabi Muhammad SAW dengan tujuan memberikan petunjuk jalan kebenaran kepada seluruh umat muslim atau yang biasa kita kenal dengan dakwah. Dakwah merupakan aktivitas mengajak dan menyerukan ajaran-ajaran Islam dengan menggunakan cara dan metode tertentu dalam menyampaikannya, hal ini sejalan dengan pendapat (Parhan et al., 2022) bahwa dakwah merupakan suatu upaya mengajak dan mengikuti ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan yang tentunya mengacu pada nilai-nilai Islam. Muhammad Abduh dalam (Ayyasi & Ariyadri, 2023) menjelaskan bahwasannya dalam Al-Qur'an diperintahkan untuk berpegang teguh kepada syariat Allah SWT dengan menegakkan dakwah, karena dakwah tidak hanya 'menyampaikan' melainkan perwujudan ajakan kepada hal baik dan mencegah hal yang buruk.

Aktivitas dakwah tersebar luas di berbagai wilayah dan negara, seperti pada penelitian oleh (Pratama, 2023) menjelaskan bagaimana kegiatan dakwah di Jepang terlaksana melalui pengadaan seminar, dialog, konferensi dan lain sebagainya, penelitian ini juga menjelaskan bagaimana dakwah yang terjadi di negara Korea Selatan, yaitu dengan penyebaran modul kajian Islam, penyebaran informasi keIslaman melalui media masssa hingga pembuatan website dalam rangka menyajikan ajaran-ajaran Islam yang berpedoman pada Al-Qur'an. Dalam (Mhdtiwi, 2019) menjabarkan bagaimana dakwah di Amerika tidak terlepas dari adanya pengaruh gelombang migrasi, jadi setiap kaum migrasi membawa ajaran Islam untuk disebarkan di negara tersebut dengan beberapa usaha seperti mendirikan organisasi dan mendidik kader-kader Islam serta mendirikan perpustakaan

yang membuat Islam di Amerika terus berkembang. Sedangkan dalam (Muktarruddin, 2017) memberikan informasi mengenai dakwah di Australia yang dimana negara memberikan kesempatan yang besar bagi kaum hawa dalam menyebarkan ajaran Islam dan juga melalui lembaga Islam*ic Society* dan Madrasah Raja Khalid sehingga Islam berkembang sangat dinamis disana.

Berbeda dengan kegiatan dakwah di negeri tetangga, dakwah di Indonesia mengalami banyak perubahan dan hal ini sejalan dengan pendapat (Pimay & Savitri, 2021) menyebutkan bahwa dakwah Islam di era modern dalam praktiknya banyak mengalami transformasi, hal ini dibuktikan melalui munculnya wajah baru dalam dakwah Islam seperti pada penelitian (Asmah, 2024) menjelaskan mengenai hadirnya dakwah kultural dalam penyebaran ajaran Islam yang dipadupadankan dengan budaya setempat, tak hanya itu penelitian (Rahmiati, 2021) membahas mengenai dakwah kontemporer yang juga menjadi suatu fenomena dalam merespon keadaan dan situasi kondisi kehidupan di era modern ini dalam sudut pandang Islam, serta munculnya dakwah digital seiring dengan perkembangan teknologi saat ini dengan menyebarkan ajaran Islam menggunakan media sosial (Purbajati, 2021). Hal ini menjelaskan bagaimana dakwah yang saat ini tidak lagi terbatas pada tempat seperti masjid, sekolah atau tempat formal lainnya, melainkan dakwah sudah terintegrasi dengan perkembangan dunia modern dengan memanfaatkan teknologi seperti internet, webiste dan juga media sosial.

Perkembangan modern saat ini merupakan suatu potensi yang dapat digunakan untuk kepentingan dakwah Islam, hal ini dikarenakan kemudahan dalam menyampaikan pesan dan informasi (Halim et al., 2020). Maraknya penggunaan media sosial dalam penyebaran dakwah yang dilakukan oleh tokoh pendakwah masyhur di Indonesaia, diantaranya dalam penelitian (Yunus et al., 2024) menyatakan bahwa Ustadz Abdul Somad menjadikan media sosial sebagai platform utama dalam dakwah di era modern saat ini, beliau menggunakan *Youtube* dan *Facebook* dalam menyebarkan dakwah. Penelitian yang dilakukan oleh (Kholis, 2023)

menjelaskan bagaimana media sosial *Twitter* juga menjadi salah satu wadah berdakwah dalam mengkampanyekan moderasi beragama melalui akun @NUgarislucu. Hasil penelitian oleh (Nurmaya et al., 2024) juga menjelaskan bagaimana media sosial *Tiktok* digunakan dalam berdakwah seperti yang dilakukan oleh pendakwah muda yaitu Husain Basyaiban. Materi dakwah yang dibagikan juga beragam, mulai dari masalah akidah, ibadah bahkan menyeluruh ke segala aspek kehidupan, seperti pada Penelitian (Saipudin Ikhwan, 2023) menjelaskan bagaimana Ustadz Zaidul Akbar mengemas pesan dakwah yang di padupadankan dengan topik mengenai kesehatan untuk kemudian disebarkan melalui media sosial.

Wajah dakwah yang baru membawa pengaruh lebih luas terhadap perubahan yang terjadi dikalangan masyarakat, hal ini dikarenakan konten dan pesan dakwah dikemas dengan pendekatan yang lebih relevan dan modern namun tetap berlandaskan pada nilai-nilai agama sehingga dapat membuat perubahan sosial dikalangan masyarakat, hal ini dapat tercermin dari proses dalam bahasa komunikasi dakwah. Dakwah secara bahasa berarti sebuah proses untuk mempengaruhi pendapat atau tindakan seorang individu(Rohman, 2019). Menurut Bambang S. Ma'rif dalam(Rohman, 2019) sebuah dakwah dikatakan efektif apabila dapat mempengaruhi dengan cara meyakinkan audiens, sehingga mereka memiliki kepribadian yang berbeda dan tentunya menuju kearah yang lebih baik. Dampak dari adanya dakwah di media sosial dijelaskan dalam penelitian (Safitri et al., 2021) bahwa dakwah di media sosial dapat mempengaruhi perilaku keagamaan mahasiswa komunitas Al-Furqon, dakwah dijadikan sebagai bahasa bagi jiwa agar tetap semangat dan lebih giat dalam menjalankan ibadah seperti tidak menunda waktu salat maupun melaksanakan amalan-amalan sunnah. Penelitian (Zalfa, 2022) juga memperkuat bukti adanya dampak dakwah di media sosial bagi mahasiswa PAI UNJ yaitu dapat mempengaruhi pelaksaan ibadah kearah yang lebih baik dan juga memberikan banyak pandangan mengenai ajaran Islam, sehingga mahasiswa semakin terbiasa menghargai perbedaan di sekitar.

Dakwah melalui media sosial juga memberikan dampak pada etika komunikasi masyarakat, hal ini diperjelas dalam penelitian (Safira Rusyda, 2024) menjelaskan bagaimana konten dakwah di media sosial memberikan nilai tambah berupa pemahaman agama dan nilai moral sehingga mendorong audiens untuk memberikan respon yang positif dan membangun bahkan berpeluang untuk berdiskusi lebih dalam mengenai suatu konten di kolom komentar suatu media sosial, hal ini membuktikan adanya kesinambungan antara konten dakwah dengan etika komunikasi yang mengarah kepada perubahan positif dalam bermedia sosial. Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat membuktikan bahwa dakwah di media sosial memberikan dampak dan pengaruh merujuk kepada perubahan positif audiens, tak hanya itu dakwah di media sosial juga dapat meruntuhkan stigma atau pandangan negatif yang berkembang di tengah kehidupan sosial, seperti halnya dalam (Ummah, 2023) bahwa dakwah di media sosial sangat bermanfaat dalam menyebarkan pesan motivasi serta inspirasi dan dakwah juga dapat menarik perhatian khalayak luas sehingga mengubah persepsi negatif mengenai aplikasi tiktok yang dipandang sebelah mata namun dengan adanya dakwah di media sosial ini menjadikan aplikasi tersebut juga digunakan untuk hal-hal yang baik seperti contohnya konten dakwah mengenai aspek kehalalan dalam gaya hidup individu muslim sehingga mereka terdorong untuk mengonsumsi dan menggunakan serta menjalani kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dampak dakwah di media sosial yang mengarah kepada perubahan sosial masyarakat tentu saja tidak terlepas dari adanya sebuah wacana berupa teks atau pesan dakwah yang dikontruksi dan dikonsumsi oleh audiens. Menurut Panggabean dalam (Prihartono & Suharyo, 2022) wacana merupakan sebuah rangkaian kalimat yang disusun dari kata-kata lalu dituangkan baik dengan lisan maupun tulisan yang didalamnya memiliki makna dan arti, begitupun juga dengan pesan dakwah yang disampaikan di media sosial. Dalam teori analisis wacana kritis menyatakan bahwa setiap teks dibuat dengan maksud dan makna tertentu, hal ini sejalan dengan pendapat tokoh analisis wacana kritis yaitu Van Djik dalam (Purba et al., 2024) bahwa

wacana merupakan bentuk tindakan yang berpotensi untuk mempengaruhi, mengkontruksi dan mengubah realitas sosial. Setiap konten dakwah berisi wacana berupa teks yang memiliki ideologi tertentu yang dapat mempengaruhi pola pikir audiens, hal ini terjadi karena sebuah teks tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh konteks atau penyebab seperti contohnya keadaan sosial, budaya bahkan politik yang terjadi di suatu masyarakat, jadi konten dakwah saat ini bukan hanya berperan untuk penyebaran nilai agama, melainkan sebagai alat untuk membuat perubahan sosial.

Analisis wacana kritis dimaksudkan sebagai bentuk analisis untuk membongkar maksud dan makna tertentu dari sebuah wacana(Prihartono & Suharyo, 2022). Sebuah konten dakwah yang diproduksi juga memiliki maksud dan makna tertentu, hal sejalan dengan dampak yang sudah diuraikan sebelumnya membuktikan bahwa sebuah dakwah yang beredar di sosial media memiliki tujuan dan sasaran tertentu, ada yang memang terkhususkan merubah intensitas beribadah audiens bahkan sampai pada ranah etika bermedia sosial. Analisis wacana kritis oleh Norman Fairclough identik dengan fenomena dakwah di media sosial saat ini, karena beliau menjelaskan bahwa sebuah wacana tidak hanya menggambarkan realitas sosial melainkan dapat membuat suatu perubahan sosial melalui praktik kekuasaan di dalamnya(Purba et al., 2024), hal ini sejalan dengan kekuasaan yang saat ini tidak hanya berfokus kepada lembaga keagamaan tertentu, melainkan konten-konten dakwah yang diproduksi juga memiliki kuasa atau peran dalam membentuk makna Islam di era modern ini. Fairclough membagi analisis wacana kritis ke dalam tiga dimensi yaitu teks dengan berfokus pada kebahasaan teks itu sendiri, praktik diskursif berkaitan dengan bagaimana sebuah teks di produksi sampai pada tahap pengkonsumsian oleh audiens dan praktik sosial yaitu bagaimana sebuah teks terpengaruh dengan keadaan sekitar, dari ketiga dimensi tersebut dapat terlihat jelas bagaimana konten dakwah dapat mengarahkan kepada perubahan sosial di masyarakat.

Dakwah di media sosial berkembang dengan pesat melalui akun-akun *Instagram* tertentu, salah satunya yaitu akun *Instagram* @benerbareng dengan konsistensinya dalam menyajikan konten keIslaman dan menghadirkan konten dakwah dengan pendekatan yang modern dan relevan dengan kehidupan saat ini. Akun *Instagram* @benerbareng menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga pesan dakwah di dalam sebuah konten dapat dengan mudah diterima oleh audiens, penyampaian pesan keIslaman dikemas secara aplikatif sehingga menyebabkan akun tersebut memiliki 374 Ribu followers hingga saat ini. Penyampaian pesan dakwah melalui konten di akun tersebut tidak hanya sekedar menyebarkan ajaran Islam, namun dapat membentuk pemahaman keIslaman dan juga berkontribusi dalam perubahan sosial khususnya kepada audiens akun tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, fenomena perkembangan dakwah saat ini yang berkontribusi dalam membentuk pemahaman keIslaman sampai pada mendorong perubahan sosial di kalangan audiens seperti akun *Instagram* @benerbareng membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Wacana Kritis Konten Dakwah Akun *Instagram* @benerbareng**"

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Adanya fenomena dakwah melalui media sosial yang dapat membentuk pemahaman, polapikir dan perilaku audiens.
2. Akun *Instagram* @benerbareng menyajikan konten dakwah dengan gaya modern, namun tetap ringan dan sederhana sehingga mudah diterima oleh audiens.
3. Analisis Wacana Kritis oleh Norman Fairclough yang perlu dilakukan dengan tujuan mengkaji konten dakwah pada akun *Instagram* @benerbareng.

C. FOKUS PENELITIAN

Agar Penelitian ini memiliki pembahasan yang terarah maka diperlukan fokus atau pembatasan penelitian dalam mengkaji permasalahan, maka

peneliti terfokus untuk menganalisis konten dakwah dalam rentang waktu diunggah mulai dari Juli sampai dengan Desember 2024 di akun *Instagram* @benerbareng menggunakan teori analisis wacana kritis milik Norman Firclough.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Identifikasi masalah dan fokus penelitian sebelumnya, dapat dirumuskan menjadi beberapa rumusan masalah antara lain;

1. Bagaimana teks wacana konten dakwah pada akun *Instagram* @benerbareng?
2. Bagaimana praktik diskursif konten dakwah pada akun *Instagram* @benerbareng?
3. Bagaimana praktik sosialkultural konten dakwah pada akun *Instagram* @benerbareng?

E. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan Rumusan masalah sebelumnya, dapat diketahui beberapa tujuan penelitian antara lain;

1. Untuk mengetahui teks wacana pada konten dakwah di akun *Instagram* @benerbareng
2. Untuk mengetahui praktik diskursif pada konten dakwah di akun *Instagram* @benerbareng
3. Untuk mengetahui praktik sosialkultural pada konten dakwah di akun *Instagram* @benerbareng

F. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dengan fokus pada bagaimana suatu wacana di dalam sebuah konten dakwah dapat mempengaruhi keadaan sosial serta mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan dakwah di media sosial khususnya *Instagram* sebagai sarana penyebaran pesan dakwah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, dengan adanya penelitian ini pembaca dapat mengetahui bagaimana hasil analisis wacana kritis akun *Instagram* @benerbareng dalam menyebarkan pesan dakwah melalui media

sosial, serta memberikan masukan bagi para tokoh pendakwah dan para pengguna media sosial dalam memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana dalam berdakwah dan membuat perubahan sosial.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mendapatkan gambaran dan penjelasan yang runtut, maka skripsi ini terbagi ke dalam lima bab pembahasan, adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Penulis menjelaskan mengenai latar belakang penelitian yaitu fenomena dakwah di media sosial yang berdampak pada perubahan sosial audiens dengan membawa beberapa identifikasi dan pembatasan dalam latar belakang tersebut untuk kemudian diturunkan menjadi rumusan masalah besar yaitu bagaimana analisis wacana kritis pada akun *Instagram* benerbareng beserta tujuan dan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai teori analisis wacana kritis yang menjadi pisau analisis atas wacana pada postingan dakwah di akun *Instagram* benerbareng serta menyertakan teori pendukung lainnya yaitu teori dakwah untuk mengupas wacana yang dilakukan. Bab ini juga menampilkan beberapa penelitian terkait sebagai bukti bahwa penelitian penulis masih orisinil dan termasuk ke dalam ruang lingkup penelitian Pendidikan Agama Islam dan penulis juga melampirkan kerangka konseptual penelitian dengan tujuan memberikan alur yang jelas pada penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, sumber data dan analisis data dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang terdiri dari tiga level analisis yaitu teks, praktik diskursif dan praktik sosial kultural.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menyajikan hasil temuan data di lapangan mengenai analisis wacana kritis konten dakwah di akun *Instagram* @benerbareng melalui tahapan wawancara dan referensi dari data pendukung lainnya, untuk kemudian temuan data yang diperoleh oleh peneliti akan dianalisis dengan menggunakan sudut pandang analisis wacana kritis Norman Fairclough.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir penulis menarik poin-poin kesimpulan mengenai hasil dan pembahasan penelitian pada bab 4, lebih lanjut penulis juga memberikan saran terkait penelitian ini.