

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah produk teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini perkembangannya cukup pesat bahkan sudah menjadi bagian hidup masyarakat Indonesia. Sebagai wadah berbasis internet, media sosial menyediakan ruang interaksi tanpa batas yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Dalam perjalanan media sosial yang sering disebut medsos, banyak sekali aplikasi yang datang dan pergi. Ada yang baru datang atau rilis sebagai media sosial terbaru, ada juga yang hilang dari dunia internet, bahkan ada pula yang masih tetap bertahan karena sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari. Akibatnya, pengguna dari media sosial pun semakin hari semakin bertambah. Seperti media sosial yang masih bisa bertahan dan tetap populer dengan pengguna yang terus bertambah karena dalam penggunaannya cenderung mudah diakses seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*.

Kehadiran media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*. Seperti fitur yang ada di *facebook* yakni “*wall*” (dinding) pengguna bisa mengutarakan apa yang sedang disaksikan atau dialami, keadaan sekitarnya, hingga bagaimana tanggapan terhadap situasi. (Nasrullah, 2014:36-37).

Instagram adalah salah satu media atau alat perantara yang bisa digunakan untuk media dakwah. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagai foto yang dimana penggunanya bisa memungkinkan mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikan foto ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk *instagram* sendiri. Salah satu fitur *instagram* ialah mampu memotong foto menjadi persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh TNS (Taylor Nelson Sofres) Indonesia, pengguna *instagram* di Indonesia 59% ialah anak muda usia 18-24

tahun yang terdidik dan mapan. Selain itu juga pengguna *instagram* di Indonesia, yaitu 88% menggunakan filter dan 97% menggunakan fitur *search* untuk mencari informasi yang lebih spesifik, 97% menuliskan komentar pada postingan dan mendandi (*mention*) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di *instagram*, 85% pengguna *instagram* di Indonesia juga memposting di media sosial lainnya langsung dari *instagram* (cross posting).

Dengan munculnya berbagai macam media sosial populer seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* juga media sosial lainnya yang diakses dengan rutin oleh jutaan penduduk dunia. Berbagai data menunjukkan angka pengguna media sosial semakin meningkat. Tetapi, dari sekian jutaan pengguna media sosial yang menggunakan media sosial sebagai hiburan, sarana komunikasi atau bahkan interaksi dengan orang lain di dunia maya. Ada juga pengguna media sosial yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah atau media dakwah.

Dakwah Islam adalah proses mengajak manusia kepada al islam yang dilakukan dengan lisan (*da'wah bi al-lisan*) ataupun tulisan (*da'wah bi al-qalam*), juga dapat dilakukan dengan perbuatan (*da'wah bi al-hal*) atau aksi sosial islam (*da'wah bi ahsan al-amal*) (Enjang dan Aliyudin 2009:12). Dari penjelasan dakwah tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah bisa dilakukan dengan media apapun seperti halnya memosting foto beserta tulisan yang mempunyai maksud untuk mengajak manusia ke jalan yang benar di *Instagram*.

Instagram merupakan media sosial terbaru yang hadir pada tahun 2010 dan cukup populer setelah *facebook* dan *twitter* pada masa kini. Bahkan pada akhir tahun 2013, setelah *instagram* diakuisisi oleh *facebook* penggunaannya mencapai 150 juta pengguna bulanan. Selain pengguna yang sangat banyak, *instagram* sendiri penggunaannya juga berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya yang hanya mengunggah foto dan menulis *caption* atau keterangan foto tersebut. Dengan itu aktivis-aktivis dakwah mampu berpikir kreatif dan memanfaatkan *instagram* sebagai media dakwah. Dengan cara mengedit

sebuah foto dengan disertai pesan-pesan yang berada di bagian gambar tersebut agar bisa diunggah ke dalam media sosial *instagram*.

Fenomena seperti ini sering di jumpai di media sosial Instagram, karena dakwah dan teknologi merupakan dua komponen yang tak dapat dipisahkan pada zaman ini. Hal seperti ini merupakan konsep dari dakwah kontemporer, yang sudah diterima oleh kalangan masa kini. Perkembangan dakwah juga bergantung dengan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang di hadirkan atau disajikan dapat diterima dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berada pada masa kini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya, dengan adanya teknologi informasi bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Kemajuan teknologi juga tergantung pada dan tangan siapa, karena jika teknologi informasi berada di tangan orang yang baik maka baik juga manfaatnya. Sebaliknya apabila berada di tangan orang buruk maka buruk juga manfaatnya buruk pula.

Fenomena teknologi dan dakwah bisa disebut juga dengan *cyber-religion*. Menurut Brenda Brasher, *Cyber-Religion* adalah seluruh fenomena keagamaan yang muncul di cyberspace, baik organisasi keagamaan maupun aktivisme keagamaan (Fakhrurroji 2017:121). *Cyber-Religion* dapat dibedakan menjadi dua yakni *religion online* dan *online religion*. *Religion online* adalah ketentuan informasi atau layanan mengenai kelompok-kelompok dan tradisi-tradisi agama seperti situs yang didirikan oleh jemaat gereja, masjid, kuil dan lain sebagainya. Sedangkan *online religion* ialah kegiatan mengajak para pengguna internet untuk berpartisipasi dalam praktik-praktik keagamaan secara *online*.

Fenomena seperti ini sering terjadi media sosial seperti halnya di *instagram*.

Seperti yang dilakukan oleh komunitas hijrah Surabaya, yakni *Al-Kahf* yang memanfaatkan *instagram* sebagai media dakwah. Dengan akun yang bernama @surabayahijrah komunitas hijrah tersebut memuat foto yang mengandung pesan pesan keagamaan yang terkandung dalam ajaran islam seperti penyampaian pesan akidah, syariat maupun akhlak yang bersumber dari al-qur'an dan hadist. Berbeda dengan akun dakwah lain, surabaya hijrah tidak hanya menggunakan foto yang didalamnya ada pesan-pesan ajaran

islam, akun ini juga mengunggah beberapa video, foto dengan pesan bahasa jawa suroboyoan hingga mengajak followersnya mengikuti kajian yang diadakan komunitas hijrah tersebut. Saat ini akun *instagram* Surabaya Hijrah sudah memiliki *followers* atau pengikut sekitar 10.000 pengikut dan 154 kiriman atau postingan foto serta video.

Berdasarkan fenomena serta uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam bagaimanakah pesan dakwah yang terdapat dalam akun surabaya hijrah. Sehingga penelitian ini di kemas dengan judul: Pesan Dakwah pada Akun Surabaya Hijrah melalui Media Sosial Intstagram dalam Perspektif konsep *Cyber-Religion*.

1.2 Rumusan Masalah

Memahami fenoemena dakwah yang berada di atas, untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang akan diteliti , peneliti memfokuskan pemasalahannya dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan dakwah pada akun Surabaya Hijrah melalui media sosial *Instagram* tentang agama Islam dalam perspektif konsep *cyber-religion*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk memahami pesan dakwah yang di sampaikan akun Surabaya Hijrah melalui media sosial *Instagram* tentang agama Islam.dalam perspektif konsep *cyber-religion*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan peran akun *instagram* Surabaya Hijrah sebagai media dakwah dan juga menambah khazanah keilmuan dalam penelitian media dakwah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberi gambaran kepada masyarakat bahwa akun *instagram* Surabaya Hijrah merupakan media dakwah yang menyebarkan ilmu Islam bagi masyarakat Surabaya.
2. Memberi gambaran kepada pihak akun *instagram* Surabaya Hijrah bahwa perkembangan sebagai media dakwah akan saling bersaing dengan akun *instagram* dakwah yang berada di kota Surabaya dan juga menempatkan akun *instagram* Surabaya Hijrah sebagai media dakwah yang inspiratif di mata masyarakat kota Surabaya.