

## BAB II KJIAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Pustaka

#### 1. Pesan Dakwah

##### a. Dakwah

Dakwah adalah mengajak, menyeru, dan membimbing manusia pada kebaikan dengan penuh kebijaksanaan kepada jalan yang benar dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.<sup>1</sup> Kegiatan tersebut pada hakikatnya mengajak manusia dalam kebajikan dan mencegah umat manusia dalam kegiatan yang sia-sia dalam islam disebut *amar ma'ruf nahi munkar*. Allah SWT juga menerangkan perintah berdakwah dalam Q.S Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ  
عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung.”<sup>2</sup>

Pengertian dakwah secara istilah, dapat dikemukakan pendapat para ahli, antara lain:

Dakwah sebagai penyeru *amar ma'ruf nahi munkar*<sup>3</sup>, Syaikh Ali Mahfud menjelaskan Mendorong manusia atas kebaikan, petunjuk dan menyeru kepada

<sup>1</sup> Wahidin Saputra *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011),. 1.

<sup>2</sup>Al quran, Ali Imran ayat 104, Alquran dan Terjemahannya, (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran , 2001), 63.

<sup>3</sup>Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu Dan Perspektif Masa Depan*, (Bandung: CV Alfabeta 2016), 16

kebaikan dan mencegah dari kemungkarannya guna mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dakwah ialah panggilan ke jalan Allah, Abdul Karim Zaidan menerangkan yang dimaksudkan dengan ajakan ke jalan Allah ialah ke jalan agama Islam, agama yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S Yusuf ayat 108 yang berbunyi:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي  
 وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: "Katakanlah: "Inilah jalan (agama) ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha suci Allah, dan aku tiada Termasuk orang-orang yang musyrik".

Dakwah merupakan upaya terus-menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia. Abu Bakar zakaria<sup>4</sup> menjelaskan dakwah adalah Usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengertian tentang agama memberikan pelajaran kepada khalayak ramai berupa hal-hal yang menimbulkan pengertian berkenaan dengan unsur-unsur agama dan dunia mereka sesuai dengan daya mampu.

Beberapa pengertian di atas, dapat kita simpulkan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan menyeru dan mengajak umat manusia untuk berbuat kebaikan sesuai dengan syariat Islam yang telah ditentukan agar mendapat kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Dakwah mempunyai beberapa unsur yang melengkapinya. Menurut Wahidin Saputra<sup>5</sup> dakwah menjadikan perilaku mulia dalam menjalankan Islam sebagai agama rahmatan lil amin yang harus didakwahkan

<sup>4</sup>Ahmad Zuhdi, *Dakwah Sebagai Ilmu Dan Perspektif Masa Depan*, 17.

<sup>5</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 2

kepada seluruh manusia, yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'I* (subjek), *maddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Keterangan yang diberikan Wahidin Sputra diatas mempunyai pengertian bahwa dalam pelaksanaan dakwah Islam yang harus di penuhi. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i*, *mad'u*, materi, metode, media, dan tujuan dakwah yang dicapai. Berikut ini penjelasannya:

1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

*Da'I* adalah orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat.<sup>6</sup> Seorang dai mempunyai kewajiban untuk terus menerus melaksanakan dakwahnya secara diskusi, konseling

lisan, tulisan-tulisan yang ia posting di media sosial. *Da'I* tidak hanya peorangan saja, melainkan juga kelompok atau lembaga yang memiliki misi dakwah.

2) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

*Mad'u* adalah orang yang diberikan materi dakwah islam. Pihak yang didatangi pesan komunikasi atau pihak yang menerima pesan komunikasi sebagai sasaran komunikasi untuk tujuan tertentu.<sup>7</sup> *Mad'u* secara jumlahnya dapat dibedakan menjadi *mad'u* individu, kelompok, dan massa.

3) *Maddah* (materi dakwah)

Materi dakwah adalah ajaran-ajaran Islam sebagaimana termaktub dalam qur'an dan hadits, atau mencakup pendapat para ulama atau lebih luas dari itu.<sup>8</sup> Pesan-pesan dakwah merupakan ajaran-ajaran yang berlandaskan pada ajaran Islam saja, meskipun dalam praktiknya mencakup kehidupan

---

<sup>6</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 8.

<sup>7</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, PT Remaja Kosdakarya: 2013), hlm. 22.

<sup>8</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, 21.

sosial. Secara umum pesan dakwah dapat dikelompokkan menjadi: pesan akidah, pesan syariat, dan pesan akhlak.

a) Akidah (Keimanan)

Secara harafiah akidah yaitu sesuatu yang terbentuk secara kuat dan erat. Yang mengandung arti pemahaman, pandangan, atau ide yang sangat menyatu dengan hati seseorang. Dengan itu aspek dakwah ini akan membuat akidah atau keimanan seseorang. Oleh karena itu, yang sangat pertama yang dijadikan materi dalam berdakwah sangat baiknya diawali dengan materi atau pesan akidah atau keimanan.<sup>9</sup> Seseorang yang mempunyai keimanan yang benar maka seseorang tersebut akan melakukan perbuatan yang baik, dan tidak akan melakukan perbuatan yang jahat.

b) Syariah

Materi Syariah merupakan pesan dakwah yang bersifat syariah dan mengikat seluruh umat islam. Dikarenakan, materi ini sebagai jantung oleh umat islam dan hal yang patut di banggakan. Kelebihan materi syariah ini yaitu tidak dimiliki oleh umat-umat selain agama islam.<sup>10</sup> Materi atau pesan dakwah ini bersifat universal, karena menjelaskan tentang hak-hak umat muslim maupun nonmuslim. Materi ini menyajikan unsur syariat yang mudah dipahami dibidang hukum yang bersifat wajib, Mubah (diperbolehkan), dianjurkan (mandub), makruh (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan haram (dilarang).

c) Akhlak

Secara etimologis Akhlaq berasal bahasa arab, Jamak dari “Khuluqun” yang berarti budi pekerti ataupun tingkah laku. Sedangkan menurut terminologi yaitu suatu reflek batin yang menggerakkan sesuatu perilaku manusia itu

---

<sup>9</sup> M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 24-26.

<sup>10</sup> M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, 26-27.

sendiri. Ajaran akhlak dalam islam pada dasarnya mempengaruhi kualitas perilaku manusia yang merupakan refleksi dari sebuah kondisi kejiwaannya. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam islam yaitu mencakup sifat dan ciri khusus perilaku manusia dengan bagaimana memenuhi apa yang menjadi kewajibannya.<sup>11</sup> Materi akhlak ini diprioritaskan untuk bisa membedakan antara yang baik dan buruk, akal, dan kalbu bertujuan untuk menemukan standar umumnya dengan melalui kebiasaan masyarakat sekitar. Karena ibadah di agama islam sendiri memadukan dengan kebiasaan masyarakatnya.

4) *Thariqah* (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah islam.<sup>12</sup> Dalam menyampaikan pesan dakwah, metode sangat penting perannya. Karena suatu pesan dakwah disampaikan dengan cara yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.

5) *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.<sup>13</sup> Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indera-indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif metode yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

6) Tujuan Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan

---

<sup>11</sup> M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, 27-28.

<sup>12</sup> M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, ( Jakarta, Prenadamedia Group, 2006), 33.

<sup>13</sup> M. Muir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, 32.

akhirat yang diridhai oleh Allah SWT. Yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai Allah SWT sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing.

Dakwah islam mempunyai beberapa tujuan yang harus terpenuhi. Tujuan ini sebagaimana yang disebutkan Abdul Basit<sup>14</sup> adalah untuk: 1) mengesakan tuhan pencipta alam semesta. 2) mengubah perilaku manusia. 3) membangun peradaban manusia yang sesuai dengan ajaran islam. 4) menegakan kebaikan dan mencegah kemungkaran.

#### b. Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan, cara). Dengan demikian dapat diartikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui. Untuk mencapai suatu tujuan. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*.

Metode dakwah adalah cara yang digunakan *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah islam.<sup>15</sup> Dalam menyiarkan dakwah, seorang *da'i* dituntut untuk menyampaikan dakwahnya dengan menggunakan metode atau cara dan perilaku yang baik.

Definisi diatas dapat dipahami bahwa metode dakwah itu sebagai cara untuk menunjang keberhasilan dakwah demi tercapainya kemaslahatan hidup di dunia dan akhirat. Metode dakwah tentunya didasari asas-asas Islam sesuai apa yang diperintah oleh Allah SWT dan apa yang dicontohkan pribadi Rasulullah SAW. Adapun mengenai sumber-sumber metode dakwah sebagai berikut:

Al Qur'an, di dalam Al-Qur'an banyak sekali ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di

<sup>14</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*,(Jakarta: PT RajaGrafindo, 2013),55-58.

<sup>15</sup>A cep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta, PT Rajagrafindo Persada: 2011), 8

antara ayat-ayat tersebut ada yang berhubungan dengan kisah para rasul dalam menghadapi umatnya.<sup>16</sup>Selain itu, ada ayat-ayat yang ditujukan kepada Nabi Muhammad ketika beliau melancarkan dakwahnya. Semua ayat-ayat tersebut menunjukkan metode yang harus dipahami dan dipelajari oleh umat muslim. Allah SWT. tidak akan menceritakan melainkan agar menjadi suri tauladan dan dapat membantu dalam rangka menjalankan dakwah berdasarkan metode-metode yang tersirat dalam Al-Qur'an, seperti firman Allah SWT, dalam surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ  
 وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ  
 عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”*<sup>17</sup>

Sunnah Rasul, didalam sunah Rasul banyak kita temui hadis-hadis yang berkaitan dengan dakwah.<sup>18</sup> Begitupun sejarah hidup, perjuangan, dan cara-cara yang beliau gunakan dalam menyampaikan dakwahnya baik ketika beliau di Madinah maupun Makkah.Semua itu menjadikan contoh dalam metode dakwah yang

<sup>16</sup>M.Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 19

<sup>17</sup> Al quran, An-Nahl ayat 125, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran , 2001), 281.

<sup>18</sup>M.Munir, *Metode Dakwah*,20.

digunakan Rasulullah. Setidaknya kondisi yang dihadapi Rasulullah ketika itu dialami juga oleh *da'i* sekarang ini.

Sejarah Hidup Para Sahabat dan *Fuqaha*, dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para *fuqaha* cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah.<sup>19</sup> Karena mereka adalah orang yang ahli dalam bidang agama. Muadz bin jabal dan para sahabat lainnya merupakan *figure* yang patut dicontoh sebagai kerangka acuan dalam mengembangkan misi dakwah.

Pengalaman, *experience is the best teacher* itu adalah motto yang mempunyai pengaruh besar bagi orang-orang yang suka bergaul dengan orang banyak.<sup>20</sup> Pengalaman da'I merupakan hasil pergaulannya dengan banyak orang yang kadangkala dijadikan *reference* ketika berdakwah.

Setelah kita mengetahui sumber-sumber metode dakwah sudah seharusnya kita menjadikan sebagai bpedoman dalam melaksanakan dakwah yang harus sesuai dengan kondisi dan situasi yang sedang terjadi.

Sering terjadi kesalahan dalam berdakwah yang disebabkan metode dakwah yang salah. Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Sesuatu yang biasa namun melalui sentuhan metode yang tepat menjadi sesuatu yang luar biasa. Dakwah memerlukan metode, agar mudah diterima oleh mitra dakwah. Metode yang dipilih harus benar, agar Islam dapat diterima dengan benar dan menghasilkan pencitraan yang benar pula.<sup>21</sup> Seperti beberapa dasar metode berdakwah yang sudah dijelaskan dalam Al Quran.

Dakwah mempunyai beberapa kategori. Menurut Samsul Munir<sup>22</sup>, secara umum dakwah islam dapat dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu: Pertama, Dakwah bi Al-Lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan

---

<sup>19</sup>M.Munir, *Metode Dakwah*,20.

<sup>20</sup>M.Munir, *Metode Dakwah*,20.

<sup>21</sup>Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004),358

<sup>22</sup>Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:AMZAH, 2009), 11.

lewat lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Metode dakwah ceramah ini sering dilakukan oleh para *da'I*, baik ceramah di majlis taklim, khutbah jum'at, dan ceramah-ceramah di pengajian-pengajian. Dari aspek jumlah dakwah melalui lisan ini sudah cukup banyak dilakukan oleh *da'I* dalam melaksanakan dakwah di tengah-tengah masyarakat.

Kedua, *Dakwah bi Al-Hal* adalah dakwah dengan perbuastan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya, dengan tindakan nyata amal dari amal tersebut hasilnya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat sebagai *mad'u* dakwah. *Dakwah bil al-hal* ini sudah dilakukan oleh Rasulullah, pertama kali tiba di Madinah dengan membangun masjid quba, untuk mempersatukan kaum Muhajirin dan Anshar.

Ketiga, *Dakwah bi Al-Qalam*, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan dakwah *bil al-qalam* ini sangat luas.

Melalui media lisan membutuhkan waktu secara khusus untuk memulai kegiatannya, demikian metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya. Dimana dan kapan saja objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah *bi al-qalam* ini.

Perkembangan zaman, saat ini *Dakwah Bil Qolam* tidak lagi hanya melalui media cetak saja, tetapi juga dikemas lebih modern melalui gambar tulisan yang banyak beredar di internet dan media sosial.<sup>23</sup> *Dakwah* merupakan usaha seseorang untuk memengaruhi orang lain agar mampu melakukan perubahan, baik pikiran, perasaan, sikap, maupun perilakunya, apapun bentuk kegiatannya, termasuk menulis, seorang *kolumnis* pun bisa disebut *da'i*.

Melalui tulisan-tulisan di media massa, seorang *mubaligh*, ulama, kyai, atau umat islam pada umumnya (sesuai dengan bidang keahlian atau keilmuan yang di

---

<sup>23</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 93.

kuasai) dapat melaksanakan dakwah *bi al-qalam*. Dengan demikian mereka atau kita pun dapat melaksanakan sebagai jurnalis muslim.

Pesan dakwah *bil al-qalam* dapat di terima banyak pembaca dalam waktu yang hampir bersamaan. Media merupakan alat yang efektif untuk mempengaruhi objek dakwah secara kuat dan membentuk opini *public*.

c. Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.<sup>24</sup> Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.

Komunikasi mempunyai beberapa proses untuk menyampaikan pikiran. Menurut Onong Uchjana Effendy<sup>25</sup>, proses komunikasi menjadi dua tahap yaitu: komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media adalah bahasa, isyarat, gambar, warna yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi sekunder adalah penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Sarana tersebut adalah telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan didalam proses kegiatan dakwah.<sup>26</sup> Pesan merupakan salah satu unsur utama dalam dakwah, tanpa ada pesan kegiatan dakwah tidak memiliki arti apa-apa. Ada tiga dimensi

---

<sup>24</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), 23.

<sup>25</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 11.

<sup>26</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* 140-141

yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah. Pertama, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Kedua, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. Ketiga, penerima pesan dakwah yang dilakukan oleh *mad'u* atau objek dakwah.

Pesan dakwah merupakan suatu proses dalam kegiatan dakwah. Menurut Wahidin Saputra<sup>27</sup>, Pesan utama dakwah adalah risalah Allah yang mencakup: Menyempurnakan hubungan manusia dengan *Khaliq-nya*, *hablun min Allah*, atau *muamalah ma'a al-Khaliq*. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia, *hablun min al-nas*, atau *mu'amalah ma'a al-nas*. Mengadakan keseimbangan antara keduanya dan mengaktifkannya agar sejalan dan terjalin, untuk kepentingan semesta.

Rasulullah Muhammad SAW telah mencontohkan sebagai sosok yang mengintegrasikan berbagai nilai, sehingga beliau menjadi pribadi paripurna. Berbagai nilai dalam kepribadiannya, menyatu-padu saling memberikan makna dan memberikan kekokohan. Oleh karena itu, maka pesan dakwah dalam hal ini adalah berupa rincian kedalaman berbagai nilai, terbangunnya hubungan erat berbagai nilai, serta terintegrasikannya ke dalam kepribadian umat manusia secara pribadi, keluarga, sosial maupun bernegara dan antar bangsa. Dengan kata lain, hal ini merupakan pesan dakwah yang perlu digali, didalami, disikapi, dan diaplikasikan.

Pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap A-Qur'an dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi

---

<sup>27</sup>Wahidin Saputra, *Ilmu Dakwah* 232

kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah.

#### 1) Karakteristik pesan dakwah

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan lainnya, seperti pesan dalam komunikasi, maka peril dikensali karakteristik pesan dakwah.<sup>28</sup>Karakteristik pean dakwah yang dimaksud tidak dibedakan secara spesifik antara karakteristik dakwah yang bersifat verbal maupun non verbal. Karakteistik tersebut yaitu<sup>29</sup>:

Mengandung unsur kebenaran. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah yang bersumber dari Allah SWT dan berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an. Membawa pesan perdamaian sesuai dengan namanya Islam yang berkata dasar *salam* artinya damai. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus di kembangkan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal. Dalam perspektif sumber pesaan dakwah maka islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari Tuhan dan diyakini sebagai ajaran universal. Memberikan kemudahan bagi penerima pesan. Al-Qur'an sebagai wahyu yang diterima oleh Rasulullah SAW merupakan sumber ajaran universal, maka pesan dakwah berlaku secara universal untuk semua manusia di dunia. Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan suatu yang diajurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat islam.

Mengapresiasi adanya perbedaan, dalam realitas tidak bisa dipungkliri bahwa setiap individu atau muslim diciptakan oleh Allah berbeda-beda. Tidak ada didunia ini manusia yang memiliki kesamaan antara satu dengan lainnya.

#### 2) Macam-macam Pesan Dakwah

---

<sup>28</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 142

<sup>29</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 142-146.

Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadist) dan pesan tambahan atau penunjang. Berikut ini macam-macam pesan dakwah<sup>30</sup>:

Al-Qur'an, merupakan wahyu penyempurna seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT. kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-qur'an. Selain itu, Al-qur'an juga memuat keterangan di luar wahyu-wahyu yang terdahulu.<sup>31</sup>

Hadis Nabi SAW, segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW. yang meliputi ucapan perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadist. Untuk melihat kualitas kesahihan hadist, pendakwah tinggal mengutip hasil penelitian dan penilaian ulama hadist. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadist yang sah serta memahami kandungannya.<sup>32</sup>

Pendapat Para Sahabat Nabi SAW. orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW. pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW. memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW. Diantara para sahabat Nabi ada yang termasuk sahabat senior (*kibar al-shahabah*) dan sahabat junior (*shigar al-shahabah*). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan dan kedekatannya dengan Nabi SAW.

Pendapat Para Ulama, meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Dengan adanya ini, kita menghindari ulama yang buruk (*'ulama'al-su'*), yakni ulama yang tidak berpegang

---

<sup>30</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 319.

<sup>31</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 319

<sup>32</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 319

pada Al-Qur'an dan hadist sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara perbuatan dan ucapan.<sup>33</sup>

Hasil Penelitian Ilmiah, tidak sedikit ayat Al-Qur'an yang bias kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Masyarakat modern amat menghargai hasil penelitian .

Kisah dan Pengalaman Teladan, ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan, kita mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, kita mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan. Salah satu diantaranya adalah menceritakan pengalaman seseorang atau pribadi yang terkait dengan baik.<sup>34</sup>

Berita dan Peristiwa, pesan dakwah bias berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan daripada pelakunya seperti uraian diatas. Berita (*kalam khabar*) menurut istilah '*ilmu al-Balaghah* dapat benar atau dusta. Berita dikatakan benar jika sesuai fakta. Jikat tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakweah.

Karya Sastra, pesan dakwah kadang kala perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa: syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu, dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Tidak semua karya sastra bias menjadi pesan dakwah, sebab ada karya sastra yang digunakan untuk memuja berhala, mengungkapkan cinta

---

<sup>33</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 319

<sup>34</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 320.

asmara, menggambarkan keindahan dunia, dan sebagainya.<sup>35</sup>

Karya seni, juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mangacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun.

## 2. Media Sosial Instagram

### a. Pengertian sosial media

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*.<sup>36</sup> Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook, Myspace, Twitter*, dan masih banyak lagi.. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan mediasosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.<sup>37</sup> Dengan adanya internet memudahkan seorang *da'i* untuk melaksanakan dakwahnya.

Pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media

<sup>35</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2004) 320

<sup>36</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, Simbiosis Rekatama Utama, Bandung, 2017, 11.

<sup>37</sup> Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh media sosial terhadap perubahan masyarakat Indonesia*. (Jurnal Publiciana, Volume 9, Nomor 1, 2016): 142, diakses pada 15 oktober 2019, <http://jurnalunita.org/index.php/publiciana/article/view/79>.

sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan yang dimaksud dengan media sosial. Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian:

- 1) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
- 2) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.
- 3) Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkomunikasi atau bermain.
- 4) Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- 5) Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>38</sup>

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta

---

<sup>38</sup> Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh media sosial terhadap perubahan masyarakat Indonesia*. (Jurnal Publiciana, Volume 9, Nomor 1, 2016): 142, diakses pada 15 oktober 2019, <http://jurnalunita.org/index.php/publiciana/article/view/79>.

membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sempurna yang bisa dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapapun.

Sebagian anggota masyarakat menggunakan media dilakukan dengan penuh kepasrahan mengikuti dan menerima apa saja yang disajikan media. Sebagian anggota masyarakat lainnya, menggunakan media dengan berpikir kritis, melihat fenomena isi media sebagai hasil dari proses produksi yang kompleks. Konten media baru khususnya media sosial membuat nilai privat dan publik tidak jelas batasnya.

b. Jenis-jenis media sosial

Teknologi media sosial sekarang ini memiliki berbagai bentuk. Menurut Nasullah setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial<sup>39</sup>, yakni:

Media Jejaring Sosial (*Social networking*), merupakan media yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *facebook* dan *LinkedIn*.

Jurnal *online (blog)*, Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari

---

<sup>39</sup> Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, (Cakrawala-Jurnal Humaniora Vol 16, No 2, 2016) diakses pada 15 oktober 2019, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>.

dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau.net dan yang kedua dengan menggunakan failitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.

Jurnal online sederhana atau microblog (*micro-blogging*), tidak berbeda dengan jurnal online (*blog*), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah *Twitter*.

Media berbagi (*media sharing*), Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: *Youtube*, *Flickr*, *Photo bucket*, atau *snafish*.

Penanda sosial (*social bookmarking*), Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer adalah *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

Media konten bersama atau wiki, Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya

ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.<sup>40</sup>

### c. Instagram

Instagram terdiri dari dua kata “*Insta*” dan “*Gram*”. Kata “*Insta*” berasal dari kata Instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya.<sup>41</sup> Sedangkan kata “*Gram*” berasal dari kata “*Telegram*” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah “*Instagram*” dapat mengacu ke kata “*Instan-Telegram*”.

Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

---

<sup>40</sup> Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, (Cakrawala-Jurnal Humaniora Vol 16, No 2, 2016) diakses pada 15 oktober 2019, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>

<sup>41</sup> Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah* (Study Akun @fuadbakh), 18 <http://repository.radenintan.ac.id/2201/>, diakses pada 31 oktober 2018, pukul 05.38 WIB.

Pada awalnya sebuah startup bernama Burbn yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram.<sup>42</sup> Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn inc tersebut Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya.<sup>43</sup>

*Instagram* membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “*right here right now*” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

Versi final Burbn yaitu aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam *Iphone*, dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Kevin Systrom dan Mike Krieger kesulitan dalam mengurangi fitur-fitur yang ada serta mengulang lagi dari awal. Mereka akhirnya memutuskan untuk fokus hanya pada bagian foto, komentar serta kemampuan untuk menyukai foto. Hal tersebut yang akhirnya menjadi *instagram* yang kita gunakan saat ini.

### 3. Bentuk-Bentuk Dakwah di Instagram

Zaman globalisasi saat ini, informasi menjadi suatu komoditi primer bahkan sumber kekuasaan karena informasi dapat dijadikan alat untuk membentuk opini public yang mempengaruhi dan mengendalikan pikiran, sikap, dan perilaku manusia.<sup>44</sup> Bahkan sumber baru untuk

---

<sup>42</sup> Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*, 18 <http://repository.radenintan.ac.id/2201/>, diakses pada 31 oktober 2018, pukul 05.38 WIB.

<sup>43</sup> Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*, 19 <http://repository.radenintan.ac.id/2201/>, diakses pada 31 oktober 2018, pukul 05.38 WIB

<sup>44</sup> Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Dakwah, Visi dan Misi Dakwah bil-Qalam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 13-14.

kekuasaan saat ini adalah informasi di tangan banyak orang.

Berdakwah dengan desain komunikasi visual, menggunakan desain komunikasi visual, dimana desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (*ilustrasi*), huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada sasaran target yang dituju.<sup>45</sup> Desain komunikasi visual akan berkesan apabila dalam penyajiannya tersebut terdapat suatu keunikan sehingga ia tampil secara istimewa, mudah dibedakan dengan lainnya.

Posting-an foto dan Video, Foto yang di posting berisikan pesan dakwah dan kata-kata motivasi. Sehingga memudahkan para *netizen* untuk memahami dan menerapkan dalam keseharian. Begitupun video yang di *share* dalam *instagram* berisikan ceramah dari beberapa *da'I* yang dikemas dengan *simple* dan mudah di pahami khalayak ramai.

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan uraian penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan focus penelitian yang akan diteliti. Sebagai rujukan dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa penelitian terdahulu. Hal ini dimaksudkan supaya penelitian ini jelas arahnya. Penelitian terdahulu berkaitan dengan *instagram*, dan dakwah. Penelitian yang membahas tentang dakwah melalui media sosial *instagram* yang saat ini sedang berkembang. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan judul peneliti:

Dwi Nurul Ilmi (2018), dengan judul “ *Instagram Sebagai Media Dakwah Era Milenial ( Studi Deskriptif pesan dakwah dalam caption instagram Felix Siaw periode mei-juli 2017)*”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pada setiap

---

<sup>45</sup>Syahida Yasya Moeniri , *Like Islam Project Strategi Dakwah*, (volume 2, nomlor 1, Dirosat Jurnal of Islamic studies,2017), diakses pada 15 oktober 2019, <http://ejournal.idia.ac.id/index.php/dirosat/article/view>.

postingan akun Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017 mengandung konten dakwah seperti pesan aqidah, syariah dan akhlak. Secara keseluruhan penelitian ini menampilkan hasil analisis konten yang ada dalam akun Instagram @felixsiauw.<sup>46</sup> Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada lokus penelitiannya, jika penelitian sebelumnya lokusnya adalah akun @felixsiauw, pada penelitian saya lokusnya adalah akun @cinta.mulia.

Ikmalia Nur Aviatty, “*Dakwah melalui Instagram (Studi Deskriptif Pesan Dakwah Kitabah dalam Quote Instagram @tausiyahku\_ Periode Bulan Oktober 2017)*”. Secara umum penelitian ini menampilkan konstruksi pesan dakwah pada akun @tausiyahku. Dalam hasil penelitiannya, peneliti menemukan bahwa akun tersebut memiliki konten-konten dakwah seperti pesan dakwah aqidah, syariah dan akhlak. Setiap konten dakwah yang dibagikan ini, mad’u atau netizen juga dapat memberikan tanggapannya melalui like dan komen.<sup>47</sup> Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada penyajian model dakwah dan isi pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @cinta.mulia.

Nur Rizki Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @hadistku*. Hasil penelitian diketahui akun instagram @haditsku mem posting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Adapun interpretasi dakwahnya diketahui berdasar dengan objek dan teksnya dan adapula yang berdasar dari teksnya saja, diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi dilihat dengan dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan (*Balance*) dan kesatuan (*Unity*).<sup>48</sup> Meski sama-sama membahas dakwah melalui Instagram,

---

<sup>46</sup>Dwi Nurul Ilmi, Instagram sebagai media dakwah Era Milenial: *Studi deskriptif Ppesan dakwah dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017*, ( Jurnal UIN Sunan Gunung Djati ), <http://digilib.uinsgd.ac.id/9568/>, diakses pada 31 oktober 2018, pukul 5.07.

<sup>47</sup> Ikmalia Nur Aviatty ,*Dakwah Melalui Instagram: Studi Deskriptif Dakwah Kitabah Dalam Quote Instagram @tausiyahku\_ Periode Bulan Oktober 2017*, ( Jurnal UIN Sunan Gunung Djati ), <http://digilib.uinsgd.ac.id/12224/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2018, pukul 5.51 WIB.

<sup>48</sup> Nur Rizky Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @hadistku*, (Jurnal UIN Antasari Banjarmasin), <http://idr.uin-antasari.ac.id/6173/>, diakses pada tanggal 31 oktober 2018, puku 5.54 WIB.

penelitian saya di fokuskan bentuk-bentuk pesan dakwah dan metode. Sedangkan dalam penelitian diatas difokuskan pada materi yang terkandung dalam gambar yang dibagikan akun tersebut serta melihat interpretasi gambar yang dikaitkan dengan unsur-unsur komunikasi visual.

**C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>49</sup> Dalam hal ini peneliti, tertarik melakukan penelitian yang terkait dengan penyajian pesan dakwah melalui media sosial Instagram. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana metode dakwah dan bentuk-bentuk pesan dakwah yang digunakan akun @cinta.mulia untuk mendakwahkan agama islam. Maka gambaran teoritiknya adalah:

**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**



<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta, Cet-17, 2013, 5.