

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Analisa Wacana Kritis

##### 1. Pengertian analisa wacana kritis

Analisis Wacana(Discourse Analysis) merupakan analisis yang memusatkan perhatian pada tatabahasa, koherensi antar kalimat yang padu padan, sehingga membentuk suatu makna. Analisis wacana juga merupakan studi tentang struktur pesan dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, analisis wacana adalah telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Kita menggunakan bahasa dalam kesinambungan atau untaian wacana. Tanpa konteks, tanpa hubungan-hubungan wacana yang bersifat antar kalimat dan supra kalimat yang sukar kita komunikasikan dengan tepat satu sama lain.<sup>1</sup>

Analisis wacana sebagai disiplin ilmu dengan metodologi yang eksplisit yang berkembang pada awal tahun 1970-an.<sup>2</sup> Analisis wacana sebagai sebuah kajian dalam penggunaan bahasa yang secara nyata mempertimbangkan adanya konteks dan situasi yang melatar belakangi. Manfaat dari analisis wacana adalah untuk memahami hakikat bahasa serta perilaku kebahasaan. Selain itu juga berkaitan dalam ketreampilan bahasa yang produktif, yakni keterampilan menulis dan bertutur kata.<sup>3</sup> Analisis wacana kritis adalah suatu perspektif dalam pengambilan sikap dalam studi

---

<sup>1</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 48.

<sup>2</sup> Yoce Aliyah, *Analisa Wacana Kritis dalam Multiperspektif*, (Bandung: Refika Aditama,2014), h. 10.

<sup>3</sup> Nurlaksana Eko Rusminto, *Analisis Wacana Kajian Teoritis dan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2015), h. 6-7.

wacana yang melibatkan berbagai disiplin ilmu, mulai dari analisis wacana, psikologi, sejarah, ilmu sosial guna menganalisis. Analisis wacana kritis atau yang disingkat menjadi AWK adalah sebuah metode baru pada penelitian ilmu sosial dan budaya. Pada bulan Januari 1991, simposium yang diadakan selama dua hari di Amsterdam, telah dihadiri oleh beberapa tokoh diantaranya; T. Van Dijk, N. Fairclough, G. Kress, T. Van Leeuwen serta R. Wodak, dianggap meresmikan Analisis Wacana Kritis (AWK) sebagai metode penelitian dalam ilmu-ilmu sosial dan budaya.<sup>4</sup>

Setiap tokoh dalam analisis wacana kritis memiliki model konsep yang berbeda, ada yang terfokus pada sejarah, kekuasaan, namun tetap tertuju pada teks kebahasaan. Dari sekian banyak model analisis wacana kritis, namun model analisis wacana Van Dijk yang lebih sering digunakan. Oleh karena itu, disini penulis juga akan menggunakan analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Studi analisis wacana kritis Van Dijk, menekankan pada representasi mental dan proses yang terjadi pada pengguna bahasa saat mereka memproduksi, memahami wacana dan ikut serta dalam bagian interaksi verbal. Mengetahui sejauh mana mereka terlibat interaksi ideologi, pengetahuan dan kepercayaan oleh kelompok tertentu.<sup>5</sup> Bahasa digunakan sebagai ragam fungsi dan bahasa dan mempunyai konsekuensi merupakan asumsi dasar dari studi wacana kritis.

---

<sup>4</sup> Arsitta Aghniyah Mursalati, *Analisis Wacana Kritis Terhadap Pemberitaan Klarifikasi Kasus Tertangkapnya Ketua PWNU Banten dalam Razia Penyakit Masyarakat di Harian RadarBanten*, (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), h. 18.

<sup>5</sup> Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 79.

## 2. Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk

Menurut Van Dijk analisis wacana memiliki tujuan teoritis sistematis dan deskriptif yaitu struktur dan wacana lisan tertulis dilihat sebagai objek tekstual dan praktek sosial budaya antara tindakan dan hubungan.<sup>6</sup> Sehingga terbentuknya suatu teks dapat menjabarkan struktur dan proses.

Kognisi sosial merupakan menggabungkan tiga model analisis menjadi satu kesatuan. Model analisis teks dapat dilihat dalam tiga aspek yakni; struktur sosial (struktur makro) dengan struktur makro yakni elemen wacana berupa gaya bahasa, kalimat, dan lain sebagainya. Karena Van Dijk melihat bagian struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada pada masyarakat serta bagaimana kondisi kesadaran masyarakat serta berpengaruh terhadap suatu teks.<sup>7</sup> Teun A. Van Dijk mengategorikan wacana terpenuhi jika terdapat tiga dimensi diantaranya adalah:

### a. Teks

Menurut Teun A. Van Dijk, dalam dimensi teks yang diteliti adalah struktur teks dan strategi wacana yang digunakan untuk tema tertentu. Teks dapat diperoleh dari hasil menganalisis bagaimana proses wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Dengan melihat dan membaca sebuah teks, kita dapat

---

<sup>6</sup> Tia Agnes Astuti, *Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Berita "Sebuah Kegilaan di SimpangKraft di Majalah Pantau*, (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h. 23.

<sup>7</sup> Yoce Aliah Darma, *Analisis Wacana Kritis*, (Bandung:Refika Aditama, 2014), h. 125-126.

menemukan makna secara umum. Pada analisis teks, Van Dijk membagi menjadi tiga tingkatan.<sup>8</sup>:

- 1) Struktur Makro, adalah pemaknaan secara global pada suatu teks yang hanya dapat dilihat melalui suatu tema.
- 2) Superstruktur, ialah struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka teori teks serta bagian yang tersusun dalam teks tersebut.
- 3) Struktur Mikro, yaitu makna wacana yang diamati melalui bagian terkecil dari suatu teks yakni berupa kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, serta gambar.

b. Kongnisi Sosial

Teun A. Van Dijk beranggapan bahwa analisis wacana tidak hanya dibatasi oleh struktur teks menandakan pemaknaan, pendapat dan ideologi yang diperoleh dari struktur wacana.<sup>9</sup> Bagi Van Dijk tahapan kognisi sosial inilah yang paling penting, dimana penulis memaparkan sebuah wacana melalui latar belakang kehidupannya. Lebih mudahnya kognisi sosial dikatakan sebagai alasan penulis membuat wacana teks tersebut. Tahapan inilah yang membedakan model analisis wacana kritis Teun A Van Dijk dengan tokoh analisis wacana yang lain.

---

<sup>8</sup> Fauziah, *Analisis Wacana Teun A Van Dijk dalam Pemberitaan Laporan Utama Majalah Gatra Tentang Seruan Boikot Israel dari New York*, (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013), h. 2.

<sup>9</sup> Fauziah, *Analisis Wacana*, h. 22-23.

c. Konteks

Dimensi yang terakhir adalah konteks sosial. Pada level ini kita dapat menganalisis bagaimana sebuah wacana yang sedang berkembang di masyarakat. Lebih mudahnya kita memahami konteks sosial berhubungan dengan bangunan wacana yang berkembang dimasyarakat terhadap wacana tersebut.<sup>10</sup>

Model analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk merupakan yang paling banyak digunakan sebagai analisis karena menggunakan pendekatan Sosio-kognitif. Model analisis wacana kritis ini mengkaji pendekatan sosial dan psikologis dari penulis ataupun masyarakat. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika inti dari analisis wacana kritis Van Dijk adalah melihat sebuah wacana tidak hanya melalui teks kebahasaan saja, namun juga melalui latar belakang tentang bagaimana teks tersebut diproduksi.

Analisis wacana kritis Van Dijk, tertitik fokuskan pada kognisi sosial. Secara singkat Van Dijk menjadikan teks sebagai bahasan secara umum. Kemudian mengidentifikasi atau mengetahui latar belakang penulis dalam menulis teks tersebut. Berakhir pada konteks sosial yakni bagaimana teks atau wacana tersebut berkembang pada masyarakat serta adanya respon atau umpan balik masyarakat kepada penulis teks.

---

<sup>10</sup> Umar Fauzan, *Analisis Wacana Kritis Model Fairclough Hingga Mills*, Jurnal Pendidikan, Vol. 6 No. 1 (Desember, 2014), h. 11.

Penulis akan merumuskan kerangka teori sebagai tolak ukur dalam penelitian ini. Dengan tujuan mempermudah melakukan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan model Van Dijk yang sering disebut sebagai kognisi sosial. Penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Van Dijk melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial. Istilah ini diadopsi dari pendekatan dari lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Berikut penjelasan masing-masing elemen wacana Van Dijk:

- 1) Indikator-indikator Elemen Wacana Van Dijk :
  - a) Tematik

Kata tema kerap disandingkan dengan apa yang disebut topik. Topik secara teoritis dapat digambarkan sebagai dalil (preposisi), sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana dan memainkan peranan penting sebagai pembentuk kesadaran sosial. Topik menunjukkan informasi paling penting atau inti pesan yang ingin disampaikan komunikator. Dalam suatu peristiwa tertentu, pembuat teks dapat memanipulasi penafsiran pembaca/khalayak tentang suatu peristiwa.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Eriyanto dalam buku Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2009), h. 75.

## b) Skematik

Struktur skematis atau super struktur menggambarkan bentuk umum dari suatu teks. Bentuk wacana umum itu, disusun dengan sejumlah kategori atau pembagian umum seperti pendahuluan, isi, kesimpulan, pemecahan masalah, penutup, dan sebagainya. Skematik mungkin merupakan strategi dari komunikator untuk mendukung makna umum dengan memberikan sejumlah alasan pendukung. Apakah informasi penting disampaikan di awal, atau pada kesimpulan bergantung kepada makna yang didistribusikan dalam wacana. Dengan kata lain struktur skematik memberikan tekanan; bagian mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa dikemudiankan sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan bagian penting di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.<sup>12</sup>

## c) Semantik

Sematik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Skematik dalam skema Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal, yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat, hubungan antar proposisi, yang membangun

---

<sup>12</sup> Eriyanto. h. 76.

makna tertentu dalam suatu bangunan teks seperti makna yang eksplisit dan implisit, makna yang sengaja disembunyikan dan bagaimana orang menulis atau berbicara mengenai hal itu.

Semua strategi semantik selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri atau kelompok sendiri secara positif; sebaliknya, menggambarkan kelompok orang lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Kebaikan atau hal-hal yang positif mengenai diri sendiri digambarkan dengan jelas. Sebaliknya, ketika menggambarkan kebaikan orang lain disajikan dengan dengan pendek, implisit, dan samar-samar.<sup>13</sup>

d) Sintaksis

Strategi untuk menampilkan diri sendiri secara positif dan lawan secara negatif, itu juga dilakukan dengan manipulasi politik menggunakan sintaksis (kalimat) seperti pada pemakaian kata ganti, aturan tata kata, pemakaian kategori sintaksis yang spesifik, pemakaian kalimat aktif atau pasif, peletakan anak kalimat, pemakaian kalimat yang kompleks dan sebagainya.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Eriyanto, h. 78.

<sup>14</sup> Eriyanto, h. 80.

## e) Stilistik

Pusat perhatian stilistika adalah Style, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan demikian, style dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa.

Gaya bahasa yang dimaksud mencakup diksi, atau pilihan leksikal, struktur kalimat, majas dan citraan, rima, matra yang digunakan seorang sastrawan yang terdapat dalam sebuah karya sastra. Menyinggung soal pilihan leksikal, banyak ahli bahasa yang memilih menggunakan istilah pilihan leksikal ini sebagai sinonim Diksi.<sup>15</sup>

## f) Retoris

Strategi dalam level retoris ini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan pemakaian kata yang berlebihan atau bertele-tele. Retoris mempunyai fungsi persuasif dengan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Pemakaiannya diantaranya, dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai suatu

---

<sup>15</sup> Eriyanto, h. 82-83.

strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak.<sup>16</sup>

## **B. Pesan Dakwah**

### **1. Pengertian pesan dakwah**

Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non verbal yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima.<sup>17</sup> Dalam sebuah komunikasi yang melibatkan aktivitas dakwah pesan sangat besar peranannya dalam meyakinkan penerima untuk dapat menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

Suatu pesan tidak hanya begitu saja disampaikan akan tetapi agar pesan itu dapat diterima oleh penerima dan adanya hubungan timbal balik, maka pesan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- 2) Pesan harus menggunakan simbol-simbol tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

---

<sup>16</sup> Eriyanto, h. 83-84.

<sup>17</sup> H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2000), cet. Ke-2, h. 32.

- 4) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.<sup>18</sup>

Pengertian Teori Dakwah Teori yaitu bagian, definisi, dalil yang saling berkaitan dengan menentukan hubungan antar variabel yang berkaitan. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

وَلِلَّهِ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۗ وَلَقَدْ وَصَّيْنَا الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَإِيَّاكُمْ أَنْ اتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَإِنْ تَكْفُرُوا فَإِنَّ لِلَّهِ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۚ وَكَانَ اللَّهُ غَنِيًّا حَمِيدًا [النساء: 131]

Terjemahnya: *dan kepunyaan Allah-lah apa yang di langit dan yang di bumi, dan sungguh Kami telah memerintahkan kepada orang-orang yang diberi Kitab sebelum kamu dan (juga) kepada kamu; bertaqwalah kepada Allah. tetapi jika kamu kafir Maka (ketahuilah), Sesungguhnya apa yang di langit dan apa yang di bumi hanyalah kepunyaan Allah dan Allah Maha Kaya dan Maha Terpuji (Q.S An-Nisa:131)*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah melalui para Nabi dan Kitab Suci yang telah diturunkan kepada mereka telah berpesan kepada

<sup>18</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h.41-42.

orang-orang yang telah diberi Kitab Suci sebelum umat Islam, yaitu para Nabi diantaranya; Nabi Ibrahim, Daud, Musa dan Isa. Begitu juga Allah mewasiatkan atau memberi pesan kepada umat Islam, agar bertaqwa kepada Allah dan dengan taqwa tersebut akan memperoleh sa'adah fidaraini.<sup>19</sup>

Berdasarkan beberapa definisi di atas, makna pesan disini jika dikaitkan dengan dakwah adalah ucapan seorang da'i kepada mad'u yang mengandung perintah tentang sesuatu yang bermanfaat dan mencakup kebaikan yang banyak di masa sekarang dan masa yang akan datang. Bisa juga makna pesan di sini adalah sekumpulan kata-kata yang berupa peringatan, support (dukungan) dan perbaikan. Pesan Dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti, "perintah, permintaan, amanah", yang harus dikerjakan atau disampaikan kepada orang lain yang berorientasi kepada pembentukan perilaku Islam.<sup>20</sup>

Sedangkan dalam buku Ilmu Dakwah karya Prof. Ali Aziz, pesan dakwah menjelaskan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2009), h. 276.

<sup>20</sup> New Life Options: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h. 761.

<sup>21</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 318.

Adapun pesan (materi dakwah) secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a) Aqidah (keimanan)

Secara etimologi aqidah berasal dari kata al-Aqdu yang berarti ikatan, kepastian, penetapan, pengukuhan, pengencangan dengan kuat dan juga berarti yakin. Sedangkan secara terminologi, terdapat dua pengertian aqidah baik secara umum maupun secara khusus. Secara umum yaitu aqidah berarti hukum yang benar seperti keimanan kepada Allah. Percaya kepada Malaikat, Rasul, Kitab, Qadha dan Qadhar serta hari akhir. Secara khusus aqidah bersifat keyakinan bathiniyah yang mencakup rukun iman, tapi pembahasannya tidak hanya tertuju pada masalah yang wajib diimani saja tetapi juga masalah yang dilarang oleh Islam.<sup>22</sup> Aqidah dalam Islam adalah bersifat i'tiqad bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan iman.<sup>23</sup>

Aqidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Aqidah inilah yang membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dakwah Rasulullah adalah aqidah atau keimanan. Dengan iman yang kukuh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang akan selalu menyertai setiap langkah dakwah.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Indriansyah Islamiyah, *Universitas Islam Jakarta, Akhlak Istimaiah*, (Jakarta: PT. Parameter, 1998), h. 5.

<sup>23</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), Cet-1, h. 60.

<sup>24</sup> Ali Yavie, *Dakwah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Makalah Seminar, 1992), h. 10.

## b) Syariah

Secara etimologis (lughawi) syariah berarti jalan ke tempat pengairan atau jalan yang harus di ikuti atau tempat lalu air di sungai, artiterakhir ini digunakan orang arab sampai sekarang. Menurut paraahli, syariah ialah segala titah Allah SWT yang berhubungan dengan tingkah laku manusia diluar yang mengenai akhlak, dengan demikian, syariah adalah nama bagi hukum-hukum yang bersifat amaliah.<sup>25</sup>

Ada juga yang mengatakan syariah dari akar kata syara'a yakni memperkenalkan, mengedepankan dan menetapkan sistem hukum yang didasarkan wahyu atau juga disebut syara atau syir'ah hukum agama Islam yang terkandung di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist dan dikembangkan melalui prinsip-prinsip analisis empat mazhab fiqih Islam yang ortodoks, yakni mazhab Syafi'i, Hambali, Hanafi, dan Maliki bersama dengan sebuah mazhab ja'fari dari kalangan syi'ah.<sup>26</sup>

## c) Akhlak

Ibn Manzhur berkata, 'khulq dan khuluq' (dengan satu dhammah dan dengan dua dhammah) berarti budi pekerti, dan agama. Kata ini dipakai untuk menyatakan perangai seseorang yang tidak terdapat didalam fitrahnya (dibuat-buat). Menurut istilah, akhlak ialah

<sup>25</sup> Amir Syarifudin, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Logos wacana Ilmu, 1997), jilid 1, h. 1

<sup>26</sup> Cyril Glasse, *Ensiklopedia Islam, Kata Pengantar: Prof. Huston Smith*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 382.

satu sifat yang tertanam dalam jiwa yang memunculkan perbuatan-perbuatan dan perkataan-perkataan dengan mudah, tanpa memerlukan pertimbangan pikiran terlebih dahulu.<sup>27</sup>

Dalam akhlak tercakup pengertian terciptanya keterpaduan antara kehendak Khaliq dengan perilaku makhluk (manusia). Dengan kata lain, dalam pengertian ini, tata perilaku seseorang terhadap orang lain dan lingkungannya baru menggambarkan nilai yang hakiki, manakala suatu tindakan atau perilaku tersebut didasarkan kepada kehendak Khaliq (Tuhan).<sup>28</sup> Dari pengertian diatas, dapat diketahui bahwa akhlak ialah sifat-sifat yang dibawa manusia sejak lahir yang tertanam dalam jiwanya dan selalu ada padanya.

#### d) Mu'amalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan mu'amalah lebih besar porsinya daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi di masjid, tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah dalam mu'amalah di sini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.

---

<sup>27</sup> Asma Umar Hasan Fad'au, *Mengungkap Makna dan Hikmah Sabar*, (Jakarta: Lentera, 1999), h. 16-17.

<sup>28</sup> Dewan Redaksi Ensiklopedi, *Ensiklopedi Islam Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1992), h. 8-9.

## 2. Metode dakwah

Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud. Sedangkan metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan human oriented menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia<sup>29</sup>

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِبْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النهل:125]

Terjemahnya: *“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.”* (QS. An. Nahl:125)

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah meliputi 3 cakupan. yaitu :

<sup>29</sup> Munir M., *Metode Dakwah*, (Jakarta : Kencana. 2006), h. 6-7.

### 1) Al-Hikmah

Menurut pengertian Al-Hikmah dalam sehari-hari adalah bijaksana. Sedangkan secara khusus hikmah adalah ilmiah, dan falsafis. Hikmah adalah karunia Allah yang paling tinggi pada manusia. Ia dapat diusahakan dan dicari sebagaimana ilmu-ilmu lainnya.

Berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

### 2) Mau'idhotul Hasanah

Secara bahasa mau'idhoh hasanah terdiri dari dua kata, yaitu mau'idhoh dan hasanah. Kata mau'idhoh berasal dari kata wa'adha ya'idhu-wa'dhon-'idhotan yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara hasanah merupakan kebalikan dari sayyi'ah yang artinya kebaikan lawannya kejelekan.

Adapun pengertian secara istilah menurut Abd. Hamid al-Bilali al-mau'idhoh hasanah merupakan salah satu metode dalam dakwah untuk mengajak kejalan Allah dengan memberikan sutau nasihat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau menerima nasihat kita dan berbuat baik. Mau'idhoh hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiyat)

yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.<sup>30</sup>

Dari beberapa definisi mau'idhoh hasanah dapat diklasifikasikan dalam beberapa bentuk. diantaranya :

- a) Nasihat atau petuah<sup>31</sup>
  - b) Bimbingan.pengajaran (pendidikan)
  - c) Kisah-kisah
  - d) Kabar gembira dan peringatan
  - e) Wasiat.
- 3) Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Dari segi etimologi (Bahasa) lafadh mujadalah terampil dari kata "jadala" yang bermakna memintal, melilit, Kata "jadalah" dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu.

Orang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk menyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.<sup>32</sup>

Menurut Ali al-jarisyah, dalam kitabnya Adabal-Hiwar waalmunadzarah. mengertikan bahwa "al-jidal" secara bahasa dapat bermakna pula "Datang untuk memilih kebenaran" dan apabila

<sup>30</sup> Munir M., *Metode Dakwah*, h.15-16.

<sup>31</sup> Nasihat biasanya dilakukan oleh orang yang levelnya lebih tinggi kepada yang lebih rendah, baiktingkatan umur maupun pengaruh, seperti nasihat orangtua kepada anaknya, sebagaimana QS.Al-Luqman : 13, yang artinya, "dan (ingatlah) ketika Luqman berkata kepada anaknya, yaitu memberikan mau'izhah hasanah(nasihat) kepadanya; hai anakku, janganlah kamu mempersekutukan Allah,sesungguhnya mempersekutukan Allah adalah kedzaliman yang amat besar."

<sup>32</sup> Shihab Quraisy, *Tafsir al-Misbah*,(Lentera Hati, 2000.Ke-1), h.553.

berbentuk isim “al-jadlu” maka berarti “pertentangan atau persetujuan yang tajam.”<sup>33</sup>

Dari segi istilah (terminologi) terdapat beberapa pengertian Al-Mujadalah (Al-Hiwar). Al-Mujadalah (Al-Hiwar) berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan diantara keduanya.

Dari penegertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Al-Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi yang kuat.

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Beberapa bentuknya seperti berikut :

- 1) Ceramah
- 2) Tanya Jawab

### **3. Tujuan Dakwah**

Tujuan dakwah ialah untuk menyelamatkan umat dari kehancuran dan untuk mmewujudkan cita-cita ideal masyarakat utama menuju kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah swt. Hal ini senada dengan apa yang dikatakan M. Natsir bahwa tujuan dakwah adalah keridhaan Allah yang memungkinkan tercapainya

---

<sup>33</sup> M.Munir, Metode Dakwah, (Jakarta : Kencana. 2006), hal. 18.

hidup yang bahagia yang terletak pada pertemuan Allah swt. Hal ini sesuai dengan firman Allah:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ [الذاريات: 56]

Terjemahannya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah.” (QS. Ad-dzariat:56)

#### 4. Media Dakwah

Dakwah disampaikan tentunya membutuhkan sebuah media, menurut bentuk penyampaiannya, media dakwah dapat menjadi lima golongan besar. Yaitu:<sup>34</sup>

##### a) Lisan

Seperti pada umumnya, dakwah biasanya disampaikan dalam bentuk lisan. Dimana bisa melalui komunikasi satu arah atau komunikasi massa. Yang termasuk dalam bentuk ini adalah khotbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, pidato-pidato, radio dan sebagainya yang semuanya dilakukan dengan lidah atau bersuara.

##### b) Tulisan

Dakwah bisa juga disampaikan dalam bentuk tulisan, antara lain dapat berupa buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, dan sebagainya. Da'i yang spesial dibidang ini harus menguasai jurnalistik yakni ketrampilan mengarang dan menulis.

<sup>34</sup> Dwi Anip Saputro, “Novel Komik Sebagai Media Pembelajaran dan Dakwah Al-Islam Kemuhammadiyah”, *ISTAWA : Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1, No.2, (Januari-Juni 2016), hal.89.

c) Lukisan

Gambar-gambar hasil lukis. Foto, film, cerita dan lain sebagainya. Bentuk terlukis ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain. Termasuk umpamanya komik-komik bergambar yang dewasa ini banyak digemari anak-anak bahkan orang dewasa.

d) Audio visual

Suatu penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini dilakukan dalam televisi, sandiwara, wayang dan sebagainya.

e) Akhlak

Suatu cara penyampaian langsung ditunjukkan dalam perbuatan yang nyata seperti berziarah, pembangunan masjid, sekolah dan lain sebagainya. Lima golongan di atas merupakan media atau sarana dakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibanding dengan komponen yang lain, seperti halnya metode dakwah yang merupakan cara-cara berdakwah untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien.<sup>35</sup> Penggunaan media tersebut di atas dihubungkan dengan kondisi umat yang bersangkutan

---

<sup>35</sup> Syukir Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al-Ikhlash), h.164.

dan kondisi mubaligh itu sendiri. Memanfaatkan komik sebagai media dakwah termasuk dakwah melalui saluran tertulis.

## 5. Dampak Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia dan dapat menimbulkan perhatian untuk bisa menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, media dakwah diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nonmassa.<sup>36</sup>

Media massa digunakan pada komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.<sup>37</sup> Sedangkan Media Nonmassa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, faks, papan pengumuman, CD, dan lain-lain.<sup>38</sup> Semua Semua dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.

Disadari atau tidak, media dalam penggunaan komunikasi terutama media massa telah memberikan dampak positif yaitu meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Termasuk dalam hal ini tak ketinggalan adalah dalam komunikasi dakwah massa. Media yang terbaik untuk mempopulerkan,

---

<sup>36</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 105.

<sup>37</sup> Wahyu Ilaihi, h. 105.

<sup>38</sup> Wahyu Ilaihi, h. 107.

mengajarkan, memantapkan, atau mengingatkan sesuatu dalam dakwah. Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media masa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

Dampak negatif dari penggunaan media dakwah dapat timbul apabila menggunakan media tersebut untuk hal yang negatif pula. Tidak ada batasan untuk memanfaatkan media sosial, sehingga masyarakat yang menggunakannya kalau tidak hati-hati seperti kecerobohan bisa berakibat buruk. Dalam media sosial atau dunia internet masih banyak perubahan-perubahan, karena persaingan yang tinggi dan lebih lagi tidak adanya kontrol yang ketat terhadap penggunaan situs jejaring sosial. Oleh karena itu kita harus berhati-hati dan bijaksana dalam menggunakan media untuk proses berdakwah.

## **C. Tinjauan Tentang Komik**

### **1. Pengertian Komik**

Kata komik berasal dari bahasa Inggris “comic” yang berarti segala sesuatu yang lucu serta bersifat menghibur. Dalam Kamus Kata-Kata Serapan Asing Dalam Bahasa Indonesia, kata komik dijabarkan sebagai cerita yang dilukiskan dengan gambar-gambar dan dibawah gambar itu dituliskan ceritanya sesuai dengan yang tampak dalam gambar. Komik merupakan sebuah susunan gambar dan kata yang bertujuan untuk

memberikan informasi yang ingin disampaikan kepada pembaca. Sebuah komik selalu memanfaatkan ruang gambar dengan tata letak. Hal ini agar gambar membentuk cerita yang dituangkan dalam bentuk dan tanda. Komik juga termasuk dalam karya sastra yaitu sastra bergambar.<sup>39</sup>

Sedangkan didalam kamus umum berbahasa Indonesia dimana kata komik secara umum diartikan sebagai bacaan bergambar atau cerita bergambar (dalam majalah, surat kabar, atau berbentuk buku). Komik adalah suatu seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak dan diterbitkan diatas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam Koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk buku tersendiri.

## **2. Sejarah dan Perkembangan Komik**

Sejarah komik di Indonesia sangat panjang. Komik Indonesia tidak dapat terlepas dari peninggalan budaya seperti candi dan cerita wayang yang merupakan cikal bakal komik di Indonesia. Candi Borobudur yang memiliki sebelas seri bas relief dan mencakup sekitar 1460 adegan. Adegan demi adegan merupakan sebuah kronologi yang menggambarkan kisah pada masa lalu. Relief-relief yang tersusun secara berurutan dan membentuk cerita pada candi merupakan prinsip dasar yang digunakan komik pada umumnya

---

<sup>39</sup> Nick Soedarso, *Jurnal Komik: Karya Sastra Bergambar*, Humaniora Vol.6, No.4 Oktober 2015, h. 497.

masa sekarang, sehingga Borobudur dapat dikatakan sebagai cikal bakal komik di Indonesia.

Selain candi Borobudur, contoh lain yang dapat menguatkan fakta bahwa cikal bakal komik Indonesia adalah keberadaan wayang beber. Dalam sejarah pembuatan cerita wayang, wayang beber merupakan cerita wayang yang digambarkan di atas kertas atau kain. Dalam wayang beber, gambar-gambar (lukisan menggunakan cat) yang di panel dalam setiap adegan dan saling berurutan dan bertujuan untuk memberikan informasi.<sup>40</sup> Persamaan antara peninggalan candi dan lukisan wayang dengan komik adalah penggunaan media visual gambar sebagai sumber informasi walaupun tanpa menggunakan teks—candi dan wayang biasanya tertulis dalam bentuk kitab. Perbedaan komik saat ini dengan relief candi adalah pada media yang digunakan. Candi Borobudur atau candi lainnya menggunakan media batu yang dipahat, sedangkan wayang beber menggunakan kertas atau daun kering. Meskipun menggunakan media yang berbeda, tujuan dan fungsi mereka adalah sama, yaitu menceritakan sebuah informasi yang disunting adegan per adegan dengan gambar.

Komik di Indonesia mendapat pengaruh Barat dan Tiongkok pada 1931–1954 melalui surat kabar. Di Barat, seperti Amerika, komik dilahirkan dan dibesarkan oleh media massa. Pada saat itu harian berbahasa Belanda, *De Java Bode* (1938), memuat komik karya Clinge Doorebos yang berjudul *Flippie Flink* dalam rubrik anak-anak. Kemudian, *De Orient* merupakan

---

<sup>40</sup> Maharsi, I. Komik, *Dunia Kreatif Tanpa Batas*, (Yogyakarta : Kata Buku, 2011), h.39.

surat kabar mingguan yang pertama kali memuat komik Flash Gordon (Bonnet, 1998:19). Pengaruh Tiongkok juga masuk melalui surat kabar Sin Po yang merupakan media massa Tiongkok peranakan yang menggunakan bahasa melayu menampilkan komik strip humor karangan Kho Wang Gie.

Setelah Kemerdekaan Indonesia, masyarakat mulai banyak mengenal tokoh-tokoh komik strip populer dari Amerika seperti Rip Kirby (Alex Raymond), Phantom (Wilson Mc Coy), Jonny Hazard (Frank Robbins) dan lainnya. Komik strip mingguan tersebut kemudian diterbitkan dalam bentuk buku yang merupakan komik buku pertama di Indonesia yang diterbitkan oleh Gapura dan Keng Po di Jakarta serta Perfectas di Malang.<sup>41</sup>

### 3. Komik Berdasarkan Bentuk dan Jenis

Komik terdiridari 2 kategori, yaitu komik bersambung atau lebih dikenal dengan istilah komik strips dan buku komik dengan istilah komik books. Pada saat ini bentuk komik sudah sangat berkembang, selain dalam bentuk strips dan buku komik bisa ditemukan dalam bentuk novel, yaitu novel grafis dan novel kompilasi.<sup>42</sup>

#### a) Komik Strip

Komik strip bersambung merupakan salah satu jenis dari komik strip. Jenis komik ini banyak sekali dijumpai di harian surat kabar maupun di Internet. Komik strip bersambung disajikan dalam rangkaian

<sup>41</sup> Nick Soedarso, Jurnal Komik : Karya Sastra Bergambar, Humaniora Vol.6, No.4 Oktober 2015, h. 498-499.

<sup>42</sup> Maharsi, I, *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas*, (Yogyakarta : Kata Buku, 2011), h.18-19

gambar yang disajikan secara singkat dan berseri di setiap edisinya secara teratur.

Komik strip lainnya adalah komik strip kartun. Biasanya komik strip jenis ini menceritakan sindiran terhadap isu-isu yang sedang terjadi di tengah masyarakat namun disajikan dengan pendekatan humor. Tokoh utama memiliki bentuk lucu atau ciri khas tertentu; lucu namun dekat dengan masyarakat yang mengundang tawa para pembacanya. Meskipun penyampaian komik strip kartun ini mengundang tawa, pesan yang disampaikan penuh makna dan serius. sehingga memerlukan sebuah kajian lebih dalam dari para penikmat kartun strip ini.

b) Buku Komik

Komik jenis ini adalah komik yang disajikan dalam sebuah buku tersendiri dan terlepas dari bagian media cetak lain seperti komik strip dan komik kartun. Buku komik termasuk dalam jenis buku fiksi. Isi buku ini merupakan cerita fiksi yang tidak berdasarkan dengan kehidupan nyata. Buku komik di Indonesia dekat dengan istilah cergam, sejenis komik atau gambar yang diberi teks. Teknik menggambar cergam dibuat berdasarkan cerita dengan berbagai sudut pandang penggambaran yang menarik.

Dalam penyampaian pesan dalam sebuah komik, gambar maupun ilustrasi merupakan elemen yang penting. Gambar dapat

menjadi pintu gerbang bagi pembaca untuk masuk ke cerita yang hendak disampaikan.

Oleh karena itu pertimbangan yang matang diperlukan baik dalam memilih gambar maupun cara menampilkannya. Gambar yang baik harus dapat mendeskripsikan artikel yang disampaikan secara cepat dan efektif, relevan dengan konteks yang disampaikan, memiliki makna yang terkandung di dalamnya yang dapat memengaruhi emosi pembaca. Seiring perkembangan dunia informatika, selain buku cetak, kini dikenal juga istilah e-book (buku elektronik), e-magazine (majalah elektronik) seperti website dan blog. Dewasa ini perkembangan buku komik dari luar negeri sangat berkembang pesat di Indonesia. Buku komik mudah untuk ditemukan di toko buku. Kemasan buku komik sangat beragam dan dikemas dalam bentuk yang menarik. Pada umumnya buku komik disajikan tidak terlalu tebal dan dengan ukuran yang tidak terlalu besar, sehingga mudah untuk dibawa.

c) Novel Garis

Komik jenis ini adalah komik yang menampilkan cerita yang memiliki tema yang serius. Bobot cerita novel grafis disajikan lebih kepada konsumen yang sudah dewasa. Cerita yang disajikan pun layaknya sebuah novel dan disajikan dengan gambar menyerupai buku komik. Perbedaan kemasan novel grafis dengan buku komik lainnya juga dibedakan; isi novel grafis biasanya disajikan lebih dari seratus halaman dan biasanya dikemas dengan hard cover. Istilah novel grafis

pertama kali dipopulerkan oleh Wil Eisner, seorang kartunis veteran saat ia membujuk sebuah percetakan untuk menerbitkan sebuah komik setebal buku pada umumnya berjudul “A Contract With God”. Pada awal pemakaian, istilah novel grafis menjadi sebuah perdebatan dalam dunia komik. Penyajian buku komik yang lebih tebal dari kebanyakan buku komik yang ada menimbulkan pertanyaan, apakah komik bukan sebuah buku.

Seiring dengan waktu, masyarakat menerima bahwa buku komik adalah buku yang disajikan dengan sederhana dan memiliki ketebalan 32 halaman (standar komik amerika pada 1970–sekarang). Jenis ilustrasi yang digunakan pada novel grafis pun tidak jauh berbeda dengan komik pada umumnya yaitu menggunakan ilustrasi khayalan, yang gambar hasil pengolahan daya cipta secara imajinatif (khayal).

### 3. Komik Kange

Komik Kange adalah komik yang digunakan untuk santri putra dan putri sebagai wadah kreasi untuk menyampaikan pesan dakwah, dan menggambarkan kehidupan pesantren. Istilah kange sendiri adalah khas dari sebuah pesantren, maksudnya komik ini menggambarkan kehidupan pesantren khususnya di Pondok Pesantren Lirboyo HM. Al-mahrusiyah.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> G, Line, *Wawancara*, Kantor Redaksi Pers Mahrusy Kota Kediri, 11 Februari 2021.

## D. Tinjauan Tentang Media Sosial

### 1. Pengertian Media Soisal

Situs-situs media sosial kini terus bermunculan, secara garis besar media sosial dapat dikatakan sebagai media online, dimana para penggunaanya (user) melalui aplikasi berbasis internet. Melalui media sosial para pengguna dapat berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih.<sup>44</sup>

Media sosial sebagai salah satu jenis dari media cyber yang bisa digunakan untuk mempublikasikan konten berupa profil, aktivitas, ataupun pendapat pribadi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*.<sup>45</sup> Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio dan media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak. modal yang besar dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang masif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain.

Berikut beberapa definisi mengenai media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian :<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), h.25.

<sup>45</sup> Rizki Hakiki, *Dakwah di Media Sosial* (Etnografi Virtual pada Fanspage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar), (Jakarta : 2016), h. 51.

<sup>46</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositologi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), h.11.

- a) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang memfasilitasi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).
- b) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan untuk berbagi (to share), bekerjasama (to cooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- c) Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul. Berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- d) Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Dari berbagai definisi maupun pernyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah jejaring sosial yang dapat menghasilkan sebuah konten untuk saling berbagi.

berkomunikasi bahkan berkolaborasi yang dapat menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus dalam sebuah ikatan sosial.

## 2. Jenis-Jenis Media Sosial

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu<sup>47</sup>

- a) Proyek Kolaborasi *Website*, dimana *user*-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti *Wikipedia*.
- b) Blog dan *Microblog*, dimana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *Twitter*.
- c) Konten atau isi, dimana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar dan lain-lain seperti *Youtube*.
- d) Situs jejaring sosial, dimana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *facebook*.

---

<sup>47</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta :Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), h. 26.

- e) *Virtual game world*, dimana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti game online.
- f) *Virtual Social World*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang member kesempatan pada penggunaanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *second life*.

### 3. Ciri-Ciri Media Sosial

Media sosial tentunya memiliki sebuah karakter atau ciri-ciri sebagai berikut ini:<sup>48</sup>

- a) Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gate keeper dan tidak ada gerbang penghambat.
- c) Isi disampaikan secara online dan langsung.
- d) Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimanya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- e) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.

---

<sup>48</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. h. 26.

- f) Dalam konten medsos terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

## E. Tinjauan Tentang *Instagram*

### 1. Pengertian *Instagram*

*Instagram* berasal dari kata “insta” atau “instan”, seperti pada kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, jika dilihat tampilan tersebut hampir mirip dengan tampilan hasil foto dari kamera *polaroid*. 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 kepada kata “instan-telegram”.<sup>49</sup>

*Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang merupakan salah satu media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter* atau jenis yang lain, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>50</sup> *Instagram* merupakan media sosial yang memiliki kekuatan visual. Dengan kekuatannya ini, banyak pihak baik individu maupun organisasi menggunakannya untuk menarik perhatian masyarakat dari informasi yang disampaikan.

<sup>49</sup> “*Instagram*” (Online), tersedia di <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 29 Maret 2021, pukul 10.52.

<sup>50</sup> Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*, (Jakarta : Media Kita, 2012) h.10.

## 2. Sejarah Perkembangan *Instagram*

Pada awalnya sebuah startup bernama Burbn yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya Aplikasi photo *sharing revolutioner Instagram*. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn inc tersebut Kevin Systrom dan Mike Kriger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya.<sup>51</sup>

Kevin adalah sarjana lulusan *Stanford University* pada tahun 2006 dengan jurusan *Managemen Science & Engineering*.<sup>52</sup> Kevin mengenal startup sejak magang di Odeo yang kemudian bernama twitter. Dua tahun setelah itu, Kevin bekerja di Google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk *timcorporate development*. Setelah keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop. di perusahaan ini Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat progam yang kemudian lahirlah nama Burbn. Kevin membangun sebuah *prototype* dari ide HTML (*Hiper text markup language*) dan menyerahkannya kepada beberapa teman, Lalu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burbn. Mike merupakan alumni dari *Stanford University* dengan jurusan *Symbolic Systems* dengan fokus pada *Human Computer Interaction*.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> “Instagram” (Online), tersedia di<http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 11.24.

<sup>52</sup> “Kevin Systrom” (Online), tersedia di[http://id.wikipedia.org/wiki/Kevin\\_Systrom](http://id.wikipedia.org/wiki/Kevin_Systrom), diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 11.55.

<sup>53</sup> “What is the genesis of Instagram” (Online), tersedia di<http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada tanggal 30 Maret 2021, pukul 13.52.

*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*.

Peluncuran *Instagram* pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjangkit 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data center untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan upgrade. Seluruh situs *Instagram* dipindah ke layanan berbasis Cloud Amazon yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama *twitter* membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2.5 bulan pengguna *Instagram* dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun. *Instagram* hadir secara eksklusif di platform IOS. Kini *Instagram* mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple. App Store telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada *Instagram*. seperti masuk dalam featured app, top free app untuk kategori fotografi. Dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai App Of The Year 2011. App store

adalah layanan catalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch dan ipad.

Pada 3 April 2012. *Instagram* resmi rilis untuk sistem operasi Android. Aplikasi media sosial *Instagram* berhasil diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, pada minggu yang sama *Instagram* berhasil mengumpulkan US \$ 50 juta dari *Venture Capitalist* untuk berbagi share perusahaannya, proses tersebut membuat *Instagram* bernilai hingga US \$ 50 juta.

Pertumbuhan pesat *Instagram* juga terlihat pada saat tiga bulan selanjutnya dimana *Instagram* mendapatkan lebih dari 1 juta rating di Google Play. *Instagram* saat itu menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai satu juta peringkat di google play store. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa *Instagram* diambil alih oleh *facebook* senilai hampir 1 Miliar Dollar dalam bentuk tunai dan saham.<sup>54</sup> Tawaran ini datang bersama dengan kebijakan untuk tetap membiarkan *Instagram* dikelola secara mandiri. Pada 11 Mei 2016 *Instagram* memperkenalkan versi 10.10.0 dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> "Facebook To Acquire Instagram" (Online), tersedia di <http://newsroom.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-Instagram>. Diakses pada 30 Maret 2021 pada pukul 13.48.

<sup>55</sup> "Sejarah Instagram" (Online), tersedia di: <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada 30 Maret 2021, pukul 14.00.

### 3. Fitur-Fitur *Instagram*

#### a) Kamera

*Instagram* mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Yang pertama adalah fitur kamera, dimana lewat *Instagram* pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

#### b) Editor

Kedua, *Instagram* punya *tool editor* yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tool editor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

Di *update* erbaru *Instagram* tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga landscape. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

#### c) Tag dan Hastag

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya. *Instagram* juga punya fitur *tag* dan *hashtag* yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

d) Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi. di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

e) Integrasi ke Jejaring Sosial

Seperti yang sudah disinggung, *Instagram* juga memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* dan *Flickr*. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan secara otomatis *Instagram* juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

