

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah menurut KBBI (2008) memiliki arti penyiaran agama dikalangan masyarakat dan pengembangannya. Menurut Faizah dan Effendi (2006) secara psikologis dakwah memiliki tujuan yaitu memberikan pandangan tentang mungkinya perubahan tingkah laku, sikap, mental, sesuai dengan pola agama yang dikehendaki. Kewajiban berdakwah dalam *al-Qur'an* terdapat pada QS. Ali- Imran: 104:

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

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang *makruf*, dan mencegah dari yang *munkar*. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting bagi umat Islam, sehingga Islam dapat diketahui, dipahami, diamalkan dari generasi ke generasi dapat diartikan dakwah merupakan bentuk interaksi sosial.

Menurut Magdalena (2009) sosial media merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Aplikasi media sosial yang semakin berkembang seperti facebook, twitter dan Instagram biasanya hanya dipandang sebagai sebuah aplikasi yang menyediakan informasi dan sebagai hiburan bagi penggunanya. Menurut Ma'arif (2010) Instagram bisa menjadi media alternatif dalam pengembangan menyebarkan agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dali-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah. Seiring dengan perkembangan peradaban dan kecanggihan teknologi, dakwah sebagai suatu komunikasi dituntut agar dapat lebih efektif dan efisien, sehingga dapat menjadikan dakwah lebih komunikatif.

Menurut Muhtar (2023) Instagram merupakan peringkat kedua setelah WhatsApp yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 86,5% warganet dengan rentang usia antara 16-64 tahun. Menurut Annur (2023) Indonesia menempati peringkat ke 4 di seluruh dunia yang menggunakan Instagram dengan pengguna sebanyak 89,15 juta pengguna. Menurut McCormick (2023) pengguna Instagram rata-rata generasi milenial 81% Instagram membantu pengguna untuk meneliti atau menemukan informasi baru. Menurut Iskiev (2022) Facebook dan Instagram merupakan media sosial efektif jika digunakan untuk membangun komunikasi secara keseluruhan, sementara TikTok akan menjadi terbaik jika sasarannya yaitu generasi Z. Maka dapat dikatakan metode berdakwah melalui Instagram memiliki peluang yang besar dalam membantu menyampaikan pesan dakwah untuk para generasi jika dilihat dari rentang usia di atas.

Generasi milenial Menurut Hamid (2021) merupakan salah satu target dakwah di Instagram karena generasi milenial merupakan pengguna Instagram yang cukup aktif. Generasi milenial sendiri memiliki ciri-ciri salah satunya ialah menyukai informasi cepat dan instant serta mudah diakses. Menurut Fajriani dan Sugandi (2017) mengemukakan beberapa pendapat diantaranya. Strauss dan Neil (2000), generasi ini tahun 1987-2000 dimana terhubung dengan generasi milenium. Kemudian terdapat pendapat lain Carlson (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983-2001. Pendapat lainnya Ali dan Purwandi (2017) dalam menyebutkan bahwa Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981-2000. Dapat dibilang menurut Istilah generasi Milenial sering juga disebut Generasi Y yang digolongkan pada tahun kelahiran tahun 1980-2000 dimana sudah disuguhkan dengan penggunaan komunikasi, media, dan teknologi digital semakin meningkat dan akrab, kualitas pendidikan yang lebih unggul, kelahiran akrab dengan media sosial. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan generasi ini merupakan salah satu yang paling banyak memanfaatkan media sosial Instagram dimana media tersebut digunakan sebagai media dakwah dan generasi milenial merupakan objek dakwahnya.

Menurut Hidayati (2020) pada penelitiannya mendapatkan hasil ada pengaruh yang sangat kuat antara konten dakwah akun @berkahijrah_ di Instagram terhadap pemahaman agama *followers*. Jika dilihat dari tahun penelitian ini maka bisa jadi *followers* yang dimaksud diantaranya merupakan generasi milenial yang saat itu usianya dapat dikatakan sudah beranjak dewasa sampai dewasa matang. Hasil penelitian Murti (2020) dalam bahwa dakwah menggunakan Instagram dapat mempengaruhi perubahan sikap beragama remaja. Berdasarkan penelitian di atas, dapat dipahami dakwah di Instagram memiliki pengaruh positif, akan tetapi tidak selamanya dakwah di Instagram tersebut positif terkadang terdapat juga efek negatif.

Menurut Nurrochman (2020) meningkatnya jumlah ustadz media sosial yang rajin berdakwah di dunia digital juga diwarnai dengan banyaknya konten dakwah yang dianggap menyimpang. Menurut Safitri dan Ahmad (2021) masih ditemukan beberapa dampak negatif dari hasil penelitian menunjukkan dampak negatif dakwah di media sosial pada perilaku keagamaan mahasiswa komunitas Al-Furqon yaitu: a) perilaku terhadap tuhan. Media sosial tidak memiliki seleksi atau *filter* kepada informan. b) keterbatasan informasi atau ilmu. c) perilaku terhadap sesama berupa, bersifat *eksklusif* sehingga materi yang dipaparkan dalam dakwah mendapatkan respon yang berbeda. Menurut Latifah (2018) di mana konten dakwah mempengaruhi sikap keagamaan di SMA Negeri 17 Surabaya di mana didapatkan hasil mereka memiliki pemahaman yang berbeda-beda. Menurut Nashir (2021) Kadang-kadang baik dari kalangan *moderat* maupun *fundamentalis*, saling merujuk satu sama lain. dapat menimbulkan perselisihan di kalangan umat Islam sendiri . Menurut Chudzaifah, Muhzidin dan Nailil (2021) dampaknya tujuan dakwah yang semula mengajarkan kesantunan, kabaikan disalah gunakan menyebarkan fitnah dan mencaci maki. Jika dilihat beberapa tahun penelitian tersebut bisa saja ustadz-ustadzah adalah para generasi milenial.

Berdasarkan beberapa fakta di atas dapat dipahami bahwa dakwah melalui Instagram dapat berpengaruh, namun tidak hanya positif saja tetapi ada negatifnya. Seharusnya yang positif itu di tingkatkan yang negatif itu

dikurangi, ini tanggung jawab seluruh umat manusia, sebab manusia di ciptakan Allah tidak lain hanya untuk menghamba pada Allah. Seperti dalam QS. Az-Zariat: 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku.”

Maka dari permasalahan di atas peneliti ingin memastikan ada dan tidaknya pengaruh dakwah yang dilakukan melalui media sosial berupa Instagram pada generasi milenial yang mana generasi milenial ini nantinya bisa mempengaruhi generasi selanjutnya.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti membuat dua batasan masalah agar penelitian lebih terfokuskan lagi. Adapun batasan masalahnya yaitu:

1. Materi dakwah dalam Instagram yang digunakan dibatasi mengenai materi motivasi-motivasi hidup, karena materi tersebut banyak diangkat dalam beberapa konten dakwah.
2. Sampel yang digunakan adalah alumni SMK Negeri 2 Jombang tahun 2013-2014 yang tergolong generasi milenial yang memiliki kelahiran 1981-2000.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disampaikan rumusan masalah pada penelitian adalah: Bagaimana pengaruh dakwah di Instagram dalam membentuk pemahaman Islam pada generasi milenial?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui pengaruh dakwah di Instagram dalam pembentukan pemahaman Islam generasi milenial dan alasannya.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada proposal ini terdiri dari 2 bagian yaitu secara teoritis dan praktis. Adapun rinciannya secara singkat adalah:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai salah satu pengetahuan untuk lebih mengetahui teori dakwah Islam dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi diharapkan pengembangan ilmu agama dapat meningkatkan pemahaman mengenai Islam atau agama Allah secara efektif dan jelas sesuai dengan *al-Qur'an* dan *al-Hadits* yang menjadi sumber hukum agama Islam itu sendiri.

2. Secara praktis

- a. Bagi alumni, diharapkan para alumni dapat lebih tertarik dan aktif untuk meningkatkan pemahaman mereka mengenai agama Islam.
- b. Bagi lembaga pendidikan, dengan dilaksanakannya penelitian ini, tingkat pemahaman alumni sekolah tersebut mengenai pemahaman Islam sehingga diharapkan dapat meningkatkan mutu dan kualitas lembaga dengan pembinaan penggunaan sosial media.
- c. Bagi peneliti, dengan terlaksananya penelitian tersebut merupakan usaha peneliti untuk berkontribusi meningkatkan pemahaman Islam oleh generasi milenial dari dakwah yang dilakukan di Instagram