

PESAN DAKWAH DALAM KOMIK AKUN INSTAGRAM

@Rezaquran

(Analisis Isi Model Philipp Mayring)



SKIRPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

**KHASAN MUFTI
NIM. 1617102067**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIRAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khasan Mufti

NIM : 1617102067

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pesan Dakwah dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)**” ini sepenuhnya asli hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada kutipan yang dibubuhkan tanda citasi serta dituliskan pada daftar pustaka.

Purwokerto, 9 Mei 2023

Yang menyatakan,



KHASAN MUFTI
NIM. 1617102067



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PESAN DAKWAH DALAM KOMIK AKUN INSTAGRAM @Rezaquran

(Analisis Isi Model Philipp Mayring)

Yang disusun oleh Khasan Mufti NIM. 1617102067 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, **Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 25 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dra. Amirotn Sholikhah, M.Si
NIP. 19651006 199303 2 002

Sekretaris Sidang/Penguji II

Ulul Aedi, S.Kom.I., M.Ag.
NIP. 19870507 202012 1 006.

Penguji Utama

Alief Budiyo, S.Psi, M.Pd.
NIP. 19790217 200912 1 003

Mengesahkan,

Purwokerto, 15-6-2023

Dekan,

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah memperoleh arahan, meneliti, dan mengkaji ulang naskah skripsi

dari :

Nama : Khasan Mufti
NIM : 16717102067
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Pesan Dakwah dalam Komik Akun Instagram @rezaquran (Analisis Isi Model Philip Mayring)**

Sudah bisa diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 25 Mei 2023

Pembimbing,



Dra. Amirotnun Sholikhah, M.Si
NIP. 196510061993032002

PESAN DAKWAH DALAM KOMIK AKUN INSTAGRAM

@Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)

Khasan Mufti
1617102067

ABSTRAK

Kehadiran media-media baru khususnya media sosial, memberikan pengaruh pada banyak sektor, termasuk dalam praktik dakwah. Penggunaan media sosial kini menjadi populer di kalangan da'i karena memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kreativitas dan mengomunikasikan nilai-nilai dakwah melalui berbagai fitur yang tersedia. Akun *Instagram* @rezaquran, misalnya, aktif dalam berdakwah melalui komik Islami yang dikemas secara kreatif dan penuh dengan pesan-pesan dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna pesan dakwah yang disampaikan melalui komik di akun @rezaquran di platform media sosial *Instagram*, analisis difokuskan pada konten komik yang diposting di akun *Instagram* @rezaquran selama tiga bulan, yaitu Februari, Maret, dan April.. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelusuran dokumen dan wawancara untuk melengkapi data. Sedangkan pada metode analisis data memakai analisis isi model Philip Mayring

Berdasarkan hasil dari penelitian menemukan adanya materi pesan dakwah dalam komik yang diunggah oleh akun *Instagram* @rezaquran, yakni pesan dakwah akidah, akhlak, syari'ah, Selain itu terdapat karakteristik pesan dakwah yang tersirat dalam setiap komik yang diunggah, seperti orisinal, lengkap, universal, masuk akal, dan memberikan kebaikan.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, Komik, *Instagram*.

MOTTO

*“Jadikan akhirat di hatimu, dunia ditanganmu, dan kematian di pelupuk
matamu”*

-IMAM SYAFI'I-



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu saya yang telah mendukung keberhasilan baik melalui berbagai usaha, doa dan yang mereka lalui hingga skripsi ini selesai.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamiin, rasa syukur kepada Allah SWT atas seluruh limpahan nikmat dan ridha-Nya yang menjadikan penulisan skripsi dengan judul "*Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*" dapat diselesaikan dengan baik dan menjadi syarat wajib untuk meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos.). Selalu tercurah sholawat dan salam kepada baginda Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi wa sallam beserta keluarganya. Semoga kita termasuk dalam golongan yang mendapatkan syafa'atnya di hari kiamat nanti. Amin.

Pada proses penyelesaian skripsi, penulis menyadari bahwa ia tidak bisa menyelesaikan tugas tersebut sendirian dan mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Penulis bermaksud mengungkapkan rasa terima kasih dan syukur sepenuh hati atas berbagai dukungan tersebut sehingga penulisan naskah skripsi dapat terselesaikan kepada :

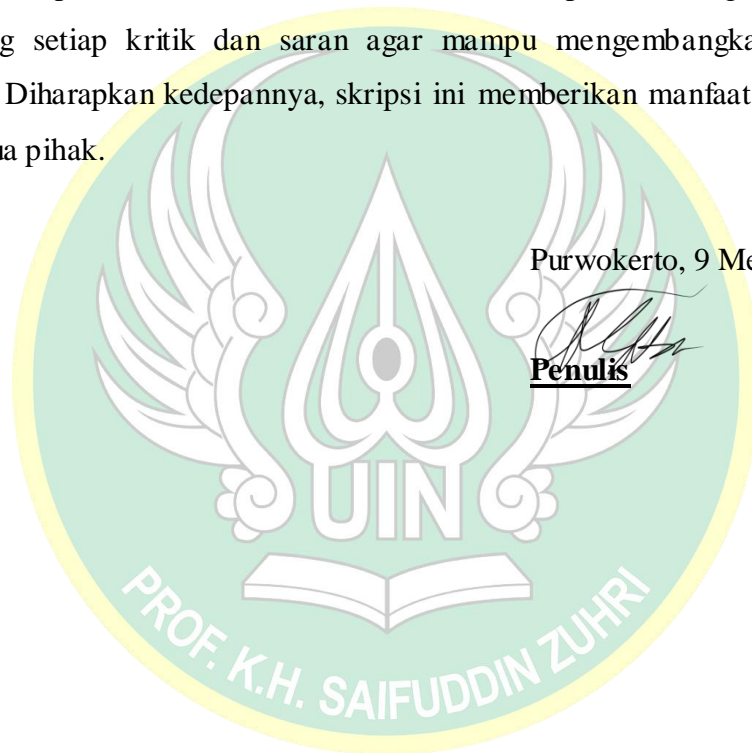
1. Prof. Dr. Moh. Roqib, M.Ag. Selaku Rektor UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Uus Uswatusolihah, M. A. dan Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom
4. Dosen Pembimbing skripsi yakni Dra. Amirotn Sholikhah, M.Si. yang telah memandu dan menyisihkan waktu luangnya dalam rangka mendukung proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dosen, karyawan, & staff Akademik Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terimakasih atas segala ilmu yang telah disampaikan kepada penulis.
6. Muhammad Reza Pahlevi, selaku pemilik akun *Instagram @rezaquran* yang telah bersedia sebagai narasumber untuk diwawancarai.

7. Keluarga tercinta, Bapak Syaefuddin dan Ibu Markhamah dan adik Syafiqurrahman yang terus mendukung dan menyemangati dalam penyelesaian pendidikan dan skripsi.
8. Rekan-Rekan KPI B angkatan 2016 yang menjadi saksi perjuangan dalam menapaki pendidikan di bangku perkuliahan.
9. Kawan-kawan yang terus memotivasi saya dan mendukung terselesaikannya penulisan skripsi ini, Rere, Bilal, dan Uus.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini masih perlu dikembangkan dan membutuhkan perbaikan. Berdasarkan hal tersebut, penulis dengan tulus siap menampung setiap kritik dan saran agar mampu mengembangkan penulisan skripsi ini. Diharapkan kedepannya, skripsi ini memberikan manfaat yang positif untuk semua pihak.

Purwokerto, 9 Mei 2023


Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kajian Pustaka	6
G. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Analisis Isi	10
B. Konsep Dakwah	12
C. Komik	25
D. <i>Instagram</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Jenis Penelitian	35
B. Subjek dan Objek Penelitian	36
C. Sumber Data	37
D. Metode Pengumpulan Data	38
E. Metode Analisis Data	39

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Tampilan Luar Akun <i>Instagram</i> @rezaquran	40
B.	Penyajian Data Penelitian	41
C.	Analisis Isi Pesan Dakwah dalam komik di akun <i>Instagram</i> @rezaquran	44
D.	Karakteristik Pesan Dakwah	61
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan.....	69
B.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Data Penelitian	42
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Profil Akun <i>Instagram</i> @rezaquran	40
Gambar 2 Pesan Dakwah Akidah.....	45
Gambar 3 Pesan Dakwah Akidah.....	46
Gambar 4 Pesan Dakwah Akidah.....	48
Gambar 5 Pesan Akhlak	53
Gambar 6 Pesan Akhlak	49
Gambar 7 Pesan Akhlak	51
Gambar 8 Pesan Syariah	55
Gambar 9 Pesan Syariah	57
Gambar 10 Pesan Syariah	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesan dakwah menjadi bagian yang selalu terikat didalam aktivitas dakwah. Pesan dakwah yang berisi risalah keagamaan telah disampaikan sejak zaman kenabian dan harus terus berlanjut pada masa kini dan masa yang mendatang. Melalui pesan dakwah, generasi manusia secara turun temurun dapat mengenal, memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam. Meski memiliki ketetapan sumber utama ajaran Islam yakni Al-Qur'an dan Hadits, namun dalam penyampaianya pesan dakwah dapat berlangsung secara dinamis melalui penerapan berbagai metode. Pesan dakwah yang sebelumnya disampaikan secara formal dan terbatas melalui tatap muka, kini banyak muncul penyampaian pesan dakwah secara non formal melalui berbagai media.

Salah satu media penyampaian pesan dakwah adalah melalui media Internet, Internet dikenal lebih efektif menjangkau lebih banyak sasaran dakwah. Refrensi berbagai sumber ajaran Islam dapat diakses oleh masyarakat secara luas, tanpa terbatas pada ruang dan waktu. Dalam hal ini, internet dapat berperan sebagai guru ilmu agama bagi masyarakat yang dapat dengan leluasa dipelajari melalui berbagai gadget seperti laptop, komputer, maupun handphone.¹ Penggunaan internet sebagai media alternatif penyampaian pesan dakwah dapat diamati melalui kehadiran berbagai situs website, blog, media sosial di Internet, yang digunakan pelaku dakwah masa kini dalam mencurahkan ide dan pemikirannya dalam mengemas pesan dakwah.

Didalam Internet, media sosial memiliki potensi tertinggi sebagai media untuk mengkomunikasikan pesan dakwah. Melihat data survey dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menyebutkan beberapa alasan masyarakat Indonesia menggunakan internet diantaranya untuk akses ke berbagai media sosial sebanyak 98,02%, mengakses layanan

¹ Abdul Ghofur: “*Dakwah Islam di Era Milenial*”, Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam,

publik sebanyak 84,90%, transaksi online sebanyak 79,00%, bekerja atau bersekolah secara daring sebanyak 90,21%, mengakses berita sebanyak 92,21, dan sebagainya.² Berdasarkan data tersebut, terdapat potensi pada jumlah pengguna media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai target sasaran dakwah, sehingga pesan dakwah memungkinkan penyebaran yang lebih luas. Dalam hal ini aktivis dakwah perlu memperhatikan pemilihan media sosial yang akan digunakan sebagai sarana dakwah, media sosial dengan dukungan fitur yang lengkap dan akrab di masyarakat menjadi prioritas sebagai sarana dakwah, salah satu media sosial tersebut adalah *Instagram*.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer digunakan para pengguna media sosial di Indonesia dalam kebutuhan berbagi content/*content sharing*. Berdasarkan data situs Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,17 juta hingga Desember 2022. Jumlah tersebut naik tipis 0,10% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 97,07 juta pengguna. Jika dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 5,01%. Pada Desember 2022, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 92,53 juta pengguna. Melihat trennya, jumlah pemilik akun di Indonesia terpantau mencapai puncaknya sebanyak 108,9 juta orang pada Mei 2022.³

Kepopuleran Instagram bukan tanpa alasan, didalamnya menawarkan antarmuka yang interaktif dan menarik, hal ini menjadikan penggunaannya betah berlama-lama menghabiskan waktu di dalam *Instagram*. Sehingga, tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti *Instagram*, saat ini menjadi trend dalam komunikasi dan interaksi masyarakat modern. Pengalaman media sosial yang menyenangkan ini dapat menciptakan lingkungan dakwah yang kondusif, sehingga dapat mendukung pelaku dakwah dalam rangka menyebarkan pesan-pesan dakwah dilingkup media sosial *Instagram*. Selain itu, *Instagram*

² Tim APJII, Laporan Survey Apjii (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) Survei Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia thn. 2022. (Jakarta 2022, Diakses lewat situs Apjii.or.id tanggal 23 Februari 2023 Pukul 17.00

³ dataindonesia.id diakses pada tanggal 13 April 2023 pada pukul 12.49.

memungkinkan pengguna untuk berbagi konten antara satu sama lain.⁴ Kemudahan berbagi konten inilah yang dapat diterapkan pada proses penyampaian pesan dakwah, pesan dakwah yang dikemas sedemikian rupa dalam konten sosial media menjadi inovasi baru terkait metode penyampaian pesan dakwah. Ketika penulis melakukan penelusuran lebih lanjut di *Instagram*, penulis ternyata menemukan banyak akun *Instagram* yang mengemas serta menyebarkan dakwah melalui berbagai jenis konten, salah satu jenis konten yang cukup menarik untuk dimanfaatkan sebagai sarana dakwah di *Instagram* adalah komik

Komik terdiri dari susunan gambar tertentu disertai dengan teks yang dibuat sesuai dengan gaya, kreatifitas dan tujuan pembuatnya. Komik sebagai bentuk sarana komunikasi mampu mengkomunikasikan dengan baik informasi yang ada didalamnya, hal ini karena adanya gabungan visual dan teks yang ada di dalam komik, sehingga memperkuat makna akan suatu informasi, baik itu sekedar sebagai hiburan, edukasi, hingga sebagai penyampai pesan-pesan dakwah. Kolaborasi antara komik dan Instagram sebagai penyampaian pesan dakwah, selain dapat memudahkan akses dan penyebarannya, juga dapat menjaga keutuhan suatu pesan dakwah yang ada didalam komik itu sendiri. Hal ini karena komik yang telah dipublikasikan secara digital akan terus ada, tak lekang usia dan waktu. Kasman menguraikan dakwah dalam proses penyebarannya menekankan pada pentingnya penggunaan berbagai teknologi, sains, dan informasi terkini agar dapat meraih hasil yang diinginkan yakni, meningkatkan dan menyebarluaskan efek dakwah.⁵ Meski begitu, dalam proses mengemas pesan dakwah melalui komik di *Instagram*, harus tetap menitikberatkan pada kesesuaian kaidah yang berlaku, dakwah sebagai wujud penyebaran dan nasihat kepada umat manusia sebaiknya melalui cara yang terpuji, sehingga menghasilkan tujuan terwujudnya insan yang berbudi luhur

⁴ Athik Hidayatul Ummah, “*Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah komunitas Arus Informasi Santri Nusantara*” TASAMUH, Vol. 18, no. 1 (2020): 45-78.

⁵ Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Qalam dalam Al Qur'an*, Teraju, 2004, hlm 127.

serta senantiasa berpedoman pada ajaran dan nilai keislaman.⁶ Melalui uraian diatas, dapat dipahami bahwa pemanfaatan penyampaian pesan dakwah melalui komik di *Instagram* memberikan implikasi positif pada aktivitas dakwah, jika dalam prosesnya dijalankan dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip keislaman.

Salah satu akun yang memanfaatkan komik sebagai sarana dalam menyebarkan pesan dakwah di *Instagram* adalah akun *Instagram* @rezaquran karya Muhammad Reza Pahlevi dari Payakumbuh Padang, Sumatra Barat yang pertama kali muncul di media sosial *Instagram* pada April 2020. Akun *Instagram* @rezaquran menyebarkan pesan dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari seorang muslim yang dikemas dalam komik. Tidak hanya itu, pada setiap unggahan komiknya akun *Instagram* @rezaquran selalu menambahkan caption agar memperjelas makna komiknya, didalam caption juga terdapat dalil berupa ayat suci Al-Qur'an, hadist, yang relevan dengan bahasan yang ada, sehingga memiliki dasar hukum yang sesuai dengan ajaran Islam. Terhitung sejak tahun 2020 hingga pada penelitian ini dilakukan, akun *Instagram* @rezaquran memperoleh respon yang positif, yakni telah diikuti sebanyak 13,1 ribu pengguna *Instagram*.

Kajian penelitian terkait komik di *Instagram* menarik untuk diteliti khususnya pada akun @rezaquran. Penulis mengakui meski terdapat banyak penelitian mengenai kajian pesan dakwah sebelumnya, namun berdasarkan penelusuran penulis masih belum terdapat penelitian yang dilakukan pada akun *Instagram* @rezaquran. Disamping itu, komik yang diunggah oleh akun @rezaquran didalamnya memiliki bahasan yang lengkap, serta memiliki referensi dalil yang dapat ditelusuri keasliannya. Mengacu pada latar belakang tersebut, penulis tertarik menganalisis pesan dakwah dalam akun *Instagram* @rezaquran dengan menyusun skripsi berjudul **“Pesan Dakwah dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)”**

⁶ Syahida Yasya Moeniri, “*Like Islam Project, Strategi Dakwah Masa Kini* “, DIROSAT, Vol.02, No.01, 2017), Hlm. 66.

B. Penegasan Istilah

Sebagai antisipasi meminimalkan kesalahpahaman, maka ditulis uraian dan deskripsi yang terkait dengan judul yang ada. Berikut istilah-istilah tersebut :

1. Pesan Dakwah

Endang Saifuddin Anshari menjelaskan bahwa terdapat kesamaan antara pesan dakwah dengan intisari ajaran Islam jika mengacu pada tema yang dimuat didalamnya. Selain itu berdasarkan karya tulisnya dalam buku *Wawasan Islam*, terdapat kategorisasi inti ajaran Islam ke dalam tiga bagian yakni sebagai berikut : Akidah, Syariah, Akhlak.⁷

Berdasarkan uraian diatas, pesan dakwah yang dimaksud pada penulisan ini adalah pesan dakwah yang terkandung dalam postingan akun *Instagram @rezaquran*.

2. Analisis Isi Model Philipp Mayring

Analisis ini merupakan sebuah pendekatan untuk mengkaji sekaligus menganalisis suatu komunikasi dengan cara terstruktur, akurat dan realistis berdasarkan pesan yang muncul.⁸ Metode analisis kali ini menerapkan model analisis kualitatif. Pada lingkup penelitian kualitatif, analisis isi berhubungan dengan pendekatan kajian data serta penggambaran kandungan isi dari suatu teks.

3. *Instagram @rezaquran*

Nama *Instagram* berasal dari rangkaian total fitur yang ada didalam aplikasinya sendiri. Kata "*Insta*" diambil dari kata instan, layaknya kamera polaroid yang pada zamannya lazim disebut sebagai "foto langsung jadi" atau "*Instan*". *Instagram* juga mendukung foto instan. Lebih lanjut kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", yang mana proses pengiriman pesan dari telegram berlangsung singkat. Hal ini sejalan dengan layanan

⁷ Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press 2004), Cet. Ke-1. Hlm 44.

⁸ Babby Stephany Sugianto, *Persepsi Mahasiswa atas Pemilihan Barang Yang Ditampilkan Sandra Dewi : Analisis Isi Visual Melalui Media Instagram*. Jurnal Departement of Communication Studies. President University. Hlm 9.

Instagram yang menyediakan fitur berbasis *photo sharing*, atau berbagi foto melalui jaringan internet dengan proses yang singkat.

Bambang Dwi Atmoko meguraikan gambaran *Instagram* dalam karya tulisnya yang berjudul “*Handbook Instagram* “ berperan sebagai medium pendistribusian foto, mengedit filter yang unik/menarik, kemudian menyebarkannya melalui fitur sosial media meliputi milik *Instagram* sendiri. Media sosial kekinian ini menawarkan fasilitas yang menunjang pengalaman berkreasi dengan foto seperti filter untuk mempercantik foto atau menyisipkan berbagai stiker, teks dan lain-lain.⁹

Berdasarkan keterangan diatas, *Instagram* yang dimaksud penulis adalah ruang lingkup penyebaran komik pada akun @rezaquran di aplikasi media sosial. Dan mengungkap pesan dakwah pada akun tersebut menjadi fokus dalam penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan penelitian ini adalah “Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam komik di akun *Instagram* @rezaquran?”

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengungkap pesan dakwah yang termuat pada beberapa postingan komik di akun @rezaquran.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Ditinjau dari sisi teoritis, penelitian ini berfungsi untuk memperkaya khazanah keilmuan terkait makna dan karakteristik pesan-pesan dakwah.

2. Secara Praktis

Pemanfaatan penelitian dapat digunakan sumber refrensi yang relevan di masa yang akan datang.

F. Kajian Pustaka

Sebelum memulai penelitian penulis mempelajari kajian pustaka sebagai upaya dalam menentukan kemiripan. Selain itu sebagai sumber

⁹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram handbook*.(Jakarta: Media Kita, 2012). Hlm.10

rujukan sehingga penulis dapat terhindar dari plagiasi, serta memperkaya wawasan yang relevan dengan topik penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

Pertama, dalam penelitian skripsi karya Ferdiansyah Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Analisis Semiotik Pesan Dakwah Pada Teks Meme Film Dilan*” Penelitian tersebut meneliti meme dari sebuah film Dilan 1991, melalui rayuan gombalan hubungan pacaran kedua pasangan (Dilan & Milea) melalui percakapan yang viral dalam bentuk meme sebagai media penyebaran ajaran Islam kepada muda-mudi yang sedang dibuai asmara. Penelitian tersebut menggunakan kajian semiotik, konotasi, denotasi dan mitos untuk menyingkap arti disetiap tanda yang muncul, lalu disimpulkan pesan dakwah yang ada.¹⁰

Persamaan dengan penelitian tersebut yakni, sama-sama mengkaji terkait aktivitas dakwah dalam media sosial *Instagram* dengan metode pendekatan yang sama pula yakni pendekatan kualitatif. Perbedaan terletak pada objek yang dipilih yakni perbedaan pada unit analisis yang digunakan.

Kedua, dalam penelitian skripsi karya Puji Asmiati tahun 2019 Program Studi Aqidah Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “*Meme “Tuman” di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes*”. Penelitian ini membahas meme tuman sebagai suatu sindiran yang direpresentasikan oleh ilustrasi orang berkepala plontos yang menampar orang dengan wujud yang sama. Terdapat teks sindiran yang terkandung yang kemudian digambarkan melalui makna konotasi, makna denotasi, dan makna mitos.¹¹

Persamaan yang muncul berdasarkan penelitian tersebut sama sama membahas mengenai postingan media sosial *Instagram*. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis konten yang dibahas, pada penelitian tersebut

¹⁰ Ferdiansyah, “*Analisis Semiotik Pesan Dakwah Pada Teks Meme Film Dilan*”, Dimuat dalam Skripsi, (Jakarta: Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

¹¹ Muhammad Syaiful Munir, “*Nilai-Nilai Dakwah Dalam Meme Tuman di Akun Instagram Khofifah Indar Parawansa*”, (Semarang : UIN Walisongo Semarang 2019).

membahas pesan dakwah pada konten meme, sedangkan pada penulis pada konten komik. Serta terdapat perbedaan pada analisis yang digunakan penelitian tersebut menggunakan analisis semiotik Roland barthes.

Ketiga, dalam penelitian skripsi pada tahun 2021 karya Evi Nowidiyanti, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddi, Adab, dan Dakwah yang berjudul “*Pesan Dakwah melalui Konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Tiktok @Basyasman00)*”. Skripsi ini meneliti terkait pembahasan pesan dakwah yang disebarakan melalui unggahan konten video di akun *Tiktok @Basyasman00*, didalamnya terungkap pesan yang disebarakan berupa 3 pesan dakwah, 6 pesan akidah dan 6 pesan syari’ah.¹²

Persamaan dalam penelitian tersebut yakni sama-sama membahas mengenai pesan dakwah yang diunggah pada ruang lingkup media sosial serta penggunaan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaanya terletak pada objek yang diteliti dimana penelitian tersebut meneliti pesan dakwah yang terkandung dalam video akun *Tiktok*, sedangkan pada skripsi penulis meneliti pesan dakwah yang terkandung pada komik di *Instagram*

G. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah penjelasan dan mendapatkan penulisan laporan riset yang sistematis, maka penulis menyusun secara runtut penulisan yang terdiri dari lima bab, meliputi sub-bab yang berperan sebagai pendukung seperti uraian dibawah ini :

Bab pertama ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi uraian terkait inti kajian serta teori ataupun konsep yang relevan dengan komik dalam akun @rezaquran, seperti dakwah, pesan-pesan dakwah, karakteristik pesan dakwah dan *Instagram*.

¹² Evi Novidiyanti, “ *Pesan dakwah melalui konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Tiktok @Bayasman00)*” (Ponorogo : IAIN Ponorogo 2021)

Bab ketiga ini terkandung pembahasan mengenai jenis serta pendekatan penelitian, dan sumber data, dan metode pengumpulan data dan pendekatan analisis data.

Bab keempat berisi gambaran tampilan luar akun @rezaquran beserta pengungkapan analisis data.

Bab kelima ini adalah bab penutup yang tersusun atas jawaban atas rumusan masalah yang telah penulis susun sebelumnya. Terdapat kesimpulan serta saran yang mengacu pada hasil akhir penelitian yang didalamnya terkandung metode yang dibutuhkan oleh pihak bersangkutan.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Analisis Isi

1. Definisi Analisis Isi

Wazer dan Wiener menyebutkan bahwa analisis isi merupakan suatu prosedur terstruktur yang berperan dalam menguji kandungan materi isi suatu data atau informasi yang telah didokumentasikan. Sedangkan Budd menjelaskan analisis isi ialah pendekatan sistematis yang berfungsi untuk mengkaji kandungan isi pesan serta mengolah pesan atau suatu sarana yang berperan dalam proses mengamati dan mempelajari isi sifat komunikasi yang nampak berdasarkan pada komunikator yang telah ditentukan sebelumnya. Krippendorff berpendapat bahwa, analisis isi adalah suatu kajian untuk menciptakan sumber ataupun referensi yang absah serta bisa direplikasikan dari data pada konteks. Pendapat lain diutarakan Putranto, yang menyampaikan bahwa analisis isi (*content analysis*) memiliki ikatan dengan komunikasi, khususnya ikatan terhadap isi komunikasi.¹³ Metode analisis isi ini dapat digunakan sebagai pendekatan alternatif pada penelitian komunikasi yang berkaitan dengan kajian penyebaran asal informasi atau sumber (*source*) serta pada sasaran informasi itu ditujukan (*receiver*).

Dalam prosesnya, analisis isi memunculkan sederet permasalahan sekaligus tantangan saat penelitian dilakukan, yakni sebagai berikut:

- a. Adanya masalah terkait pada sample, yakni sulit menemukan sample representative
- b. Rasio tinggi terkait ungkapan kerja prosedural terkait bahasan yang sedang dikaji. Contohnya dapat berupa : Apa itu anarkisme?

¹³ Dodi M. Ghazali, *Communication Measurement: Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Publik Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekayasa Media, 2005), Hlm. 85.

- c. Kesulitan tinggi ada pada proses penemuan unit yang dapat diukur, berupa rangkaian sinopsis novel, atau bentuk visual dari komik, sifat dan perilaku individu terkait suatu penulisan atau film.
- d. Terdapat kesulitan saat melakukan penyusunan kesimpulan yang sesuai.

Layaknya kriteria pada sebagian besar kajian ilmiah, analisis isi juga memiliki kriteria yang sama dengan hal tersebut. Dalam hal ini kriteria dimulai dari penyusunan klasifikasi analisis yang diuraikan secara gamblang, serta operasional, hal ini berfungsi agar pada penelitian berikutnya dimana peneliti lain dapat menjadikannya sebagai referensi yang dapat diandalkan. Kemudian kriteria berikutnya terdapat pada penekanan sistematika yang berperan menghindarkan penelitian dari subyektifitas sudut pandang peneliti, atau dalam kata lain terdapat maksud lain selain mendukung kesimpulan sementara dari peneliti.¹⁴

Peran analisis isi dalam kajian komunikasi dalam hal ini untuk menguraikan maksud pesan berdasarkan pada isi komunikasi yang disebarkan. Penerapannya dapat dilakukan pada kajian mengenai wujud rupa dari komunikasi misalnya : novel, film, dokumen, koran, komik, lagu dan yang lainnya.

2. Analisis Isi Model Philipp Mayring

Model analisis isi dari Philipp Mayring yakni dengan menggunakan teknik pengembangan kategori induktif dan aplikasi kategori deduktif. Philipp Mayring mendefinikan konsep fundamental terkait analisis isi dalam makalahnya *Qualitative Content Analysis*, bahwa terdapat tiga hal penting khususnya dalam analisis isi pada bidang komunikasi yakni :

- a. Transformasi materi kedalam model komunikasi.
- b. Kaidah analisis, materi dikaji secara sistematis dengan membagi ke dalam satuan-satuan.
- c. Kategori adalah pusat dari analisis.

¹⁴ Ibid, Hlm. 86

Aspek-aspek teks mengikuti pertanyaan penelitian, dimasukkan ke dalam kategori. Kategori ini ditemukan dan direvisi dalam proses analisis.¹⁵

Dalam teknik menganalisis data penulis menggunakan prosedur model analisis Philipp Mayring, yakni definisi teoritis, rumusan teoritis definisi dan contoh-contoh, revisi kategori-kategori, pekerjaan final melalui teks, dan interpretasi hasil.¹⁶

B. Konsep Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan suatu aktivitas keagamaan yang memiliki tujuan mendasar, yaitu menciptakan rasa simpati terhadap ajaran agama Islam didalam hati orang-orang. Urgensi dakwah dijalankan tak hanya lewat kecakapan pelaku aktivitas dakwah dalam berceramah menyampaikan tuntunan agama, namun juga diimplementasikan lewat akhlak dan tingkah laku seorang muslim itu sendiri. Penyampaian pesan dakwah melalui lisan dan perbuatan ini diharapkan lebih mampu menggerakkan hati kepada ajaran Islam.¹⁷

Kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab *da'aw*, yang berarti panggilan, seruan maupun undangan.¹⁸ Toha Umar menyebut bahwa dakwah secara terminologis berarti menemukan kebahagiaan di akhirat melalui cara yang diridhoi Allah, yakni dengan hidup berpedoman pada perintah dan ajaran-Nya.¹⁹ Sedangkan Muhammad natsir menyebut bahwa hukum dakwah dalam rangka *amar ma'ruf nahi mungkar* bagi setiap umat islam adalah wajib.²⁰ Anjuran dakwah terdapat dalam kitab suci Al-Qur'an surat An-Nahl 104:

¹⁵ Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. Hlm 177.

¹⁶ Interferensi Bahasa Indonesia Dalam penggunaan Partikel bahasa Jepang pada Karangan Mahasiswa STBA JIA diakses tgl 13 Juli, pukul 12.00.

¹⁷ Ahmad Mahmud, *Dakwah Islam*, (Bogor: Pustaka Thariqul Izzah, 2009), hlm. 13

¹⁸ Sayyi Muhammad Alwi al-Maliki, al Hasani : *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*" (Bandung: Cet I, 2009), hlm. 12.

¹⁹ Taha Umar, *Kiat Sukses Berdakwah dalam pengajaran*, (Bandung: Cet I, 2010), hlm. 12.

²⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, tt), hlm. 2.

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

Artinya: “Maka di antara kamu, hendaklah terdapat sekelompok orang yang mengajak pada perbuatan yang baik, mendorong untuk berbuat yang benar, dan menghindarkan dari yang jahat. Orang-orang inilah yang akan meraih keberuntungan”.

Lebih lanjut, makna kata dakwah memiliki beberapa pengertian menurut para ahli:

- a. Syekh Ali Mahfudz menyebut bahwa dakwah adalah menuntun umat di dunia sesuai ajaran agama, sehingga mereka dapat hidup di jalan yang benar, terhindar dari perbuatan tercela, dan kelak di akhirat memperoleh kebahagiaan sebagai ganjarannya.
- b. Muhammad Nasir mendeskripsikan dakwah sebagai usaha untuk mengajak dan menyebarkan gagasan Islam terkait persepsi dan tujuan hidup umat manusia di dunia. Hal ini termasuk pada amar ma'ruf nahi munkar, melalui berbagai macam media baik itu kepada individu maupun kepada masyarakat.²¹
- c. Bakhyal Khauli menyatakan bahwa dakwah memiliki arti suatu kegiatan yang bertujuan mengenalkan hukum-hukum islam yang darinya diharapkan terwujudnya hijrah kepada keadaan umat yang lebih baik.²²
- d. M. Arifin dakwah menguraikan bahwa dakwah merujuk pada suatu usaha untuk memberikan seruan yang mencakup berbagai hal seperti penggunaan bahasa lisan dan tulisan, sikap moral, serta perilaku yang sadar dan dipersiapkan dengan misi mempengaruhi seluruh umat manusia. Tujuan dari dakwah adalah untuk memicu lahirnya pemahaman, kesadaran, dan pengimplementasian kaidah agama, yang dengannya informasi yang disebarkan dapat diterima dengan mudah dan luas oleh masyarakat. Dalam melakukan dakwah, diperlukan

²¹ Abd. Rosyad Shaleh, Manajemen Dakwah Islam, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977) hlm. 8

²² Munzier Saputra dan Harjani Hefni, Metode Dakwah, Jakarta: (Cet, II, PT Prenada Media, 2003), hlm. 7.

kesadaran dan perencanaan yang baik agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.²³

Syukridi Sambas memiliki definisi yang berbeda terkait makna dakwah, demi terwujudnya suatu tujuan, dakwah memiliki tahapan kompleks, yang dimulai dengan transformasi, implementasi, dan juga penghayatan ajaran agama. Ia menambahkan, dakwah pada prakteknya agar memperhatikan penggunaan metode, media, dan ajaran yang disampaikan disesuaikan pada karakteristik mad'u (objek dakwah).²⁴

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada seluruh umat manusia, yang darinya diharapkan terciptanya perubahan ke arah yang lebih baik. Demi tercapainya tujuan dakwah tersebut, dakwah dalam tahapannya membutuhkan berbagai perencanaan dan penyesuaian agar dapat terus relevan dengan kehidupan manusia.

2. Dasar Hukum Dakwah

Dalam agama, dakwah merupakan salah satu penelitian yang begitu krusial dan dalam langkah-langkahnya terdapat hukum tertentu yang mengatur jalannya. Dasar hukum tersebut dapat ditemukan pada Al-Qur'an dan Hadits. Terdapat bermacam-macam pembahasan mengenai dalil yang digunakan dalam dakwah, yang mencakup beragam topik dan memiliki jumlah yang signifikan. Pembahasan mengenai dalil memiliki jumlah yang cukup banyak, sebagian dari dalil seperti yang tercantum di bawah ini :

a. Q.S. Ali Imran 3:104

هُم وَأُولَٰئِكَ ۖ الْمُنْكَرِ عَنِ وَيُنْهَوْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْحَيْرِ إِلَى يَدْعُونَ أُمَّةً مِّنْكُمْ وَلَتَكُنَّ
الْمُفْلِحُونَ

²³ Totok Jumentoro, Psikologi dakwah dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani, (Wonosobo: Amzah, 2001) hlm. 18.

²⁴ Moch. Fakhruroji, Dakwah di Era Media Baru, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2017, hlm. 2-3.

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh berbuat yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung”

b. H.R, Muslim dari Abi Sa’id Al-Khudry

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ
أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

“Dari Abu Sa’id Al Khudri radiallahu’anhu berkata : Saya mendengar Rasulullah shallallohu’alaihi wa sallam bersabda: Siapa yang melihat kemunkaran maka rubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman.”

3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur dakwah merupakan aspek-aspek dalam proses aktivitas dakwah. Terdapat lima unsur-unsur dakwah yakni seperti dibawa ini :

a. Da’i (Pelaku Dakwah)

Merupakan orang yang menyampaikan ajaran dakwah, yang secara lazim dipandang oleh masyarakat sebagai penceramah, khatib dan sebagainya. Meski demikian, da’i dalam proses dakwahnya tidak hanya menggunakan lisan, namun juga perbuatan dan tingkah laku yang sesuai dengan ajaran agama sebagai bagian dakwahnya. Beberapa ahli telah mendefinisikan da’i sebagai berikut:

- 1) Hasyimi, menyebutkan bahwa da’i adalah orang yang memberikan petunjuk-petunjuk kebaikan, serta mendedikasikan dirinya kepada *wa’ad* dan *wa’id* (kabar bahagia dan kabar derita) juga kepada pembahasan mengenai dunia setelah kematian demi pembebasan orang-orang dari arus kedunawian.²⁵

²⁵ A.Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur’an*, Jakarta : Bulan Bintang, 1974. hlm. 162.

2) Nasaraddin Lathief menguraikan dai'i adalah semua umat muslim yang menjalankan dakwah sebagai amaliah pokok. Mereka adalah mubaligh yang menuntun umat melalui pengajaran agama Islam.²⁶

Selain itu, Da'i juga berarti setiap umat islam yang mukallaf dan mengerti hukum dakwah sebagai kewajiban dalam agama Islam. Secara lebih spesifik termasuk golongan yang memiliki pemahaman lebih mendalam mengenai ilmu pengetahuan islam yang kita kenal dengan istilah ulama.²⁷

Seperti yang sudah diuraikan diatas, da'i adalah orang Islam yang mengerti, memahami, menghayati ajaran agama, serta menuntun umat manusia agar hidup berlandaskan ajaran-Nya. Pengetahuan agama yang memadai diharapkan da'i dapat mengurangi kebingungan terhadap ajaran agama yang mungkin muncul dalam proses dakwahnya, sehingga da'i juga berperan sebagai pemecah suatu permasalahan khususnya dalam hal ini terkait ajaran dan hukum keagamaan.

b. Mad'u (Obyek Dakwah)

Mad'u merupakan setiap orang yang menerima pesan dan ajaran dakwah. Dalam posisi sebagai mad'u, perbedaan agama setiap manusia tidak menjadi batasan. Jika seorang non-muslim menjadi mad'u maka diharapkan darinya menerima dengan sukarela ajaran agama Islam. Sedangkan pada umat muslim, diharapkan darinya senantiasa menghayati, mengingat serta memperkuat keyakinan dalam beragama islam. Tindakan penyampaian tuntunan agama (dakwah) seharusnya dilakukan secara terus-menerus dan tak terputus, dimulai ketika Nabi Muhammad SAW menerima wahyu dan mulai menyebarkan ajaran Islam kepada umat manusia. Para sahabat Nabi juga mengambil peran penting dalam melanjutkan misi dakwah ini setelah wafatnya Nabi Muhammad SAW. dan berlanjut hingga masa

²⁶ H.M.S. Nasaruddin Lathief, t. Th, *Teori dan Praktek Dakwah*, Jakarta: Firma Dara. Hlm. 202

²⁷ AlMunzir Vol. 9. No. 2 November 2016. Hlm.359

akhir zaman. Dengan kata lain, universalitas dakwah Islam ini mencakup rentang waktu yang melintasi berbagai era sejarah.²⁸

Pemahaman akan kondisi mad'u sebaiknya terkandung dalam proses perencanaan dakwah, dikarenakan menjadi acuan dalam transformasi materi, bahasa, serta jenis pendekatan dakwah agar selaras dengan kondisi mad'u, hingga pada akhirnya tujuan dari kegiatan dakwah tersebut dapat diraih.²⁹

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah kandungan ajaran dakwah. ajaran dakwah yang disebarkan melalui pelaku dakwah kepada sasaran dakwah atau penerima pesan dakwah.³⁰ Ajaran yang disebarkan meliputi dua unsur, yaitu unsur dari Al-Qur'an dan Al'Hadits atau sunnah, termasuk dalam hal ini lisan, tingkah laku dan sikap Rasulullah SAW. Hadist tersebut merupakan materi tambahan terhadap materi yang bersumber Al-Qur'an, hal ini disebabkan beberapa ajaran islam tidak terkandung dalam Al-Qur'an. Lebih lanjut terdapat unsur lainnya sebagai landasan adalah Ijma' dan Qiyas.

d. Media Dakwah

Asal-usul kata "media" dapat ditelusuri hingga bahasa Latin dengan kata dasar "*medius*". Kata "media" sendiri merupakan bentuk jamak dari kata "*median*" yang memiliki arti sebagai perantara atau pengantar (saluran).³¹ Dalam ruang lingkup komunikasi, kata "media" merujuk kepada suatu perantara, alat, atau sarana yang dimanfaatkan sebagai fasilitas pindahnya atau disalinnya suatu informasi baik dalam skala individu maupun secara massal.

²⁸ Abdullah, Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi,...Hlm 116.

²⁹ EBOOK LIBRARY. Eko Hari Tiarto. Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini. (Sukabumi: CV Jejak, 2019). Hlm 21.

³⁰ Ferdiansyah, *Analisis Semiotik Pesan Dakwah Pada Teks Meme Film Dilan*, Dimuat dalam Skripsi, (Jakarta: Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Hlm 31.

³¹ Muhammad Ramli. Media dan Teknologi Pembelajaran. (Banjarmasin: IAIN) Antasai Press, 2012). Hlm 1.

e. Efek dakwah

Efek, dampak, atau pengaruh adalah perbandingan terkait kondisi yang terjadi pada mad'u pada saat sebelum pesan dakwah disampaikan dengan kondisi setelah mad'u menerima pesan dakwah.

4. Tujuan Dakwah

Dakwah adalah upaya untuk mengatasi beragam permasalahan yang terkait dengan kehidupan. Oleh karena itu, dakwah seharusnya disusun dengan cara yang menarik tetapi tetap relevan, berdasarkan fakta dan sesuai dengan konteksnya. Menjadi "menarik" berarti mampu menyelesaikan masalah-masalah yang sedang terjadi saat ini. "Fakta" berarti bersifat konkret dan realistis. Sedangkan, "kontekstual" berarti terkait pada isu-isu terkini ditengah kehidupan masyarakat..³²

Terdapat beberapa hal yang sebaiknya ditekankan agar tujuan dakwah dapat diraih

- a. Dakwah memiliki kemampuan untuk meluluhkan kerasnya hati.
- b. Tuntunan masyarakat agar memperoleh rahmat, karunia, serta selamat dari adzab sang pencipta.
- c. Untuk menegakkan agama dan menyatukan ummat
- d. Menyeru dan mengarahkan kepada kebajikan.
- e. Dakwah sebagai sarana untuk membawa firman dan ayat Allah ke dalam lubuk hati manusia.³³

Fungsi dasar dari dakwah sebenarnya adalah membawa nilai-nilai mulia. Selain itu, dakwah juga memainkan peran penting dalam memberikan rasa aman dan perlindungan bagi seluruh umat. Konsep dakwah terdiri dari dua hal yang saling berkaitan, yaitu kandungan dan wujud, serta intisari dan norma, nasihat berikut metode penyebaran. Meskipun keduanya saling terkait, namun keduanya dapat dibedakan

³² Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, (Jakarta : UIN Jakarta Press, 2003) cet. 1, hlm. 33.

³³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Hlm. 60-63.

dalam konsep dakwah. Oleh karena itu, dakwah mencakup baik kandungan maupun wujudnya, dan keduanya tidak dapat dipisahkan.³⁴

5. Pesan Dakwah

a. Definsi Pesan Dakwah

Mengacu pada penjelasan dari Mustafa Bisri, pesan dakwah merujuk pada aspek uraian yang terdiri dari serangkaian lambang bermakna yang bertujuan agar mengarahkan umat manusia untuk menerima dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan melakukan hal tersebut, manusia akan dapat meraih kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, pesan dakwah dapat dianggap sebagai sebuah instrumen penting yang memainkan penyebaran ajaran Islam dan sebagai sarana untuk memperbaiki kehidupan manusia secara keseluruhan.³⁵

Dalam pendapat lain Wardi Bachtiar menguraikan bahwa pesan dakwah merupakan tuntunan Islami yang mengambil dari sumber hukum utama yakni Al-Qur'an serta hadits sebagai landasan yang dalam lingkup ini adalah aqidah, syariah, serta akhlak melalui berbagai refrensi pengetahuan yang ada padanya.³⁶

b. Jenis Pesan Dakwah

Dalam prakteknya informasi mengenai ilmu pengetahuan apapun bisa digunakan menjadi pesan dakwah asalkan sesuai dengan kaidah-kaidah dasarnya yakni Al-Qur'an dan Hadits. Pesan dakwah, secara umum dikategorikan menjadi dua yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadits) dan pesan penguat (selain Al-Qur'an dan Al Hadits).³⁷

c. Sumber pesan dakwah

Seluruh pesan yang disampaikan dapat digunakan sebagai pesan dakwah, asalkan tidak menyalahi kaidah pokoknya.

³⁴ Muhammad Arfian Mubarak, Skripsi “*Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam film “tak sekedar” Jalan*” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019. Hlm 18.

³⁵ Mustafa Bisri, *Saleh Ritual Saleh Sosial*, (Bandung: Mizan, 1995) hlm. 28.

³⁶ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 1997) cet. 1, hlm 33-34.

³⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 319.

Berikut sumber pesan tersebut :

1) Ayat-Ayat Al Qur'an

Kitab suci Al Qur'an merupakan keajaiban sekaligus tuntunan yang berlaku atas seluruh umat Rasulullah *Shallallahu 'alaihi Wasallam*.

2) Hadits Nabi SAW

Segala aspek yang hadir pada sosok diri seorang Rasulullah dimaknai sebagai hadis.

3) Pendapat Sahabat Nabi

Sebagai seorang yang pernah bertemu, dekat, dan hidup berdampingan pada zaman kerasulan memiliki nilai pendapat yang tinggi.³⁸

4) Pendapat Ulama

Pada konteks ini, adalah ulama yang memiliki kredibilitas dan sepenuhnya menghayati Al-Qur'an dan Hadits.

5) Hasil penelitian ilmiah

Penelitian ilmiah bisa meningkatkan rasa pemahaman terhadap ayat dan hadist yang ada.³⁹

6) Cerita Keteladanan

Penyebaran isi kandungan pesan dakwah dapat didukung dengan bukti otentik yang terdapat pada realitas kehidupan.

7) Peristiwa penting

Peristiwa yang memberikan dampak positif dapat dijadikan sebagai pesan dakwah, namun peristiwa tersebut harus teruji keabsahannya demi menghindari munculnya berita bohong atau hoax.

8) Karya sastra

Karya seni dapat memberikan sentuhan estetika pada proses penyampaian pesan dakwah. Melalui karya yang indah diharapkan

³⁸ *Ibid*, hlm. 323

³⁹ *Ibid*., Hlm 325.

dapat menyentuh hati manusia. Keindahan akan suatu karya sastra pada dasarnya harus tetap berlandaskan pada etika agama.⁴⁰

9) Karya Seni

Ajaran dan pesan yang disampaikan dengan rasa seni dan kreatifitas akan lebih mudah dihayati oleh hati.

6. Tema-Tema Pesan Dakwah

Endang Saifuddin Anshari menjelaskan bahwa terdapat kesamaan antara pesan dakwah dengan intisari ajaran Islam jika mengacu pada tema yang dimuat didalamnya. Selain itu berdasarkan karya tulisnya dalam buku Wawasan Islam, terdapat kategorisasi inti ajaran Islam ke dalam tiga kategori seperti dibawah ini:

a. Akidah

Pembahasan ini mencakup kajian aspek-aspek keimanan seseorang yang meliputi pengakuan atas sang khaliq, pengakuan atas malaikat-malaikat-Nya, pengakuan terhadap kitab-kitab-Nya, pengakuan atas rasul-rasul-Nya, pengakuan terhadap hari akhir, dan pengakuan atas takdir dan ketetapan-Nya.

b. Syariah

Meliputi pembahasan terkait aturan, kaidah yang berlaku terhadap hubungan seorang manusia dengan Allah, hubungan antar manusia serta hubungan antara manusia dengan alam sekitarnya. Pesan syariah dalam arti khusus berisi ajaran amalan ibadah serta muamalah dalam arti yang lebih umum.

c. Akhlak

Meliputi pembahasan terkait sikap dan perilaku manusia kepada Allah dan kepada makhluk ciptaan-Nya.⁴¹

7. Karakteristik Pesan Dakwah

Isi kandungan pesan dakwah tersusun atas seluruh keilmuan agama yang telah disabdakan oleh Nabi Muhammad SAW kepada kaum muslim

⁴⁰ Ibid., Hlm 330.

⁴¹ Endang Saifuddin Anshari, Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam, (Jakarta: Gema Insani Press 2004), Cet. Ke-1. Hlm 44.

yang berbentuk Al-Qur'an dan Hadis. Dalam buku Ilmu dakwah karya Moh. Ali Aziz, terdapat karakteristik yang terkandung dalam pesan dakwah, yakni sebagai berikut :

- a. Orisinil berarti pesan dakwah memiliki sanad yang jelas, keaslian pesan dinilai dari bukti historis yang dapat ditelusuri hingga ke Nabi Muhammad SAW.
- b. Mudah, Islam adalah agama yang memudahkan umatnya dalam kehidupan, namun bukan berarti kita dapat menganggap enteng perintah agama Islam. Beberapa perintah diringankan bobotnya agar dapat menyesuaikan dengan kondisi tertentu seorang muslim, misalnya pelaksanaan puasa ramadhan bagi seseorang pekerja berat dan orang sakit, diperbolehkan untuk tidak berpuasa jika membahayakan tubuh mereka, namun mereka wajib menggantinya pada lain kesempatan.
- c. Lengkap, lingkup hukum islam adalah seluruh aspek kehidupan manusia, tak terkecuali sesuatu yang dianggap kecil dan remeh.
- d. Universal, perintah Islam berisikan keadilan bagi seluruh umat manusia, tanpa memandang status sosial, budaya, ras, dari setiap manusia.
- e. Masuk akal, ajaran Islam dapat dipahami oleh umatnya
- f. Memberikan kebaikan, yakni setiap tuntunan agama Islam dapat dirasakan manfaatnya.⁴²

Penyebaran pesan-pesan dakwah, seharusnya dijalankan secara adil dan menyeluruh kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan, pesan dakwah tersebut akan senantiasa menghadapi keberagaman latar belakang geografis, sehingga menuntut agar da'i mengerti cara pemecahan masalah dari keberagaman tersebut. Beberapa hal yang dapat diterapkan adalah mengenai ta'aruf, mengenal, yang dalam tingkatan lebih lanjut adalah

⁴² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 335

saling memahami. Sehingga keberagaman tidak akan menjadi penghalang untuk bersikap asuh dan asih dalam kegiatan dakwah.⁴³

8. Dakwah Melalui Media Sosial

Dakwah adalah misi penyiaran islam sepanjang zaman, maka dari itu dasar dari permasalahan adalah bagaimana yang interaksi yang terjadi antara interaksi antara aktivitas dakwah dengan terget dakwah.⁴⁴

Pemanfaatan media sosial sebagai medium penyebaran pesan dakwah adalah suatu keniscayaan, terdapat beberapa alasan spesifik yang menguatkan urgensi dakwah melalui media sosial:

- a. Media sosial mengikat manusia dalam setiap aspek kehidupan manusia modern, hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan layanan media sosial yang dapat diakses secara global. Salah satu layanan yang diberikan adalah sebagai media komunikasi, hal ini memungkinkan umat muslim dari berbagai belahan penjuru dunia saling terhubung, bertukar informasi serta berbagi ilmu pengetahuan keagamaan.
- b. Media sosial adalah produk dari internet, dimana hasil pemikiran liar manusia dapat tercurahkan diberbagai tempat pada ruang virtual ini, dikarenakan eksistensi hukum dunia realitas dapat tidak berlaku, maka yang terjadi adalah penyalahgunaan penggunaan fitur media sosial itu sendiri. Sebagai contohnya adalah penyebaran berbagai ideologi sekuler, konten amoral, informasi hoax dan sebagainya. Layaknya pisau bermata dua, kehadiran umat muslim khususnya seorang pendakwah di media sosial menjadi aktor penting yang berperan sebagai penuntun umat agar senantiasa menapaki jalan yang lurus dalam bersosial media berdasarkan aturan agama. Melalui media sosial da'i dapat membuat suatu akun dakwah, forum diskusi, vlog, blog, dan dapat berbagi melalui aplikasi berbasis internet. Sehingga darinya, da'i

⁴³ Muhammad Arfian Mubarak, Skripsi “*Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam film “tak sekedar” Jalan*” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019. Hlm 20.

⁴⁴ Irzum Fariyah, *Pengembangan Karrier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Perpustakaan Libraria, Hlm. 120.

dapat mengespresikan kreatifitas dakwahnya juga sekaligus menekan sisi negatif dari penyalahgunaan internet khususnya pada media sosial.

- c. Media sosial mendukung komunikasi dua arah, berbeda dengan media maintream seperti tv dan radio yang hanya mendukung komunikasi searah. Pengguna media sosial dapat memberikan tanggapan secara langsung akan suatu informasi yang dibagikan pengguna lainnya. Hal ini juga memudahkan da'i dalam mengembangkan aktivitas dakwahnya, da'i dapat menyesuaikan materi dakwahnya berdasarkan karakteristik dan kebutuhan mad'unya. Selain itu sistem komunikasi dua arah juga berfungsi untuk mengurangi miskonsepsi pesan dakwah yang disampaikan, dimana mad'u dapat berkomentar dan berikirm pesan secara langsung ke da'i yang bersangkutan.

Uraian diatas sejalan dengan pernyataan Mulyani tentang pemanfaatan media

- a. Pemanfaatan media sosial dapat dilakukan secara masif
- b. Tingkat kesulitan penggunaan sistem antarmuka maupun perangkatnya cenderung rendah, hal ini memungkinkan akses dari semua kalangan.
- c. Stabil dan akurat, pengguna dapat menggunakan fitur *tracking* secara *realtime* terhadap konten yang ada, sehingga mereka dapat mengamati perkembangan umpan balik dari pengguna lain, dan menggunakannya sebagai acuan efektivitas suatu informasi⁴⁵.

Lebih lanjut, Lukas Ispandriarno menjelaskan bahwa kebebasan bermedia mendukung lebih banyak masyarakat menggunakan media ini, bahkan kini hanya tersisa sebagian kecil dari mereka yang masih awam dengan media ini. Sebagai ruang penyiaran informasi terbesar, ia membuka berbagai kalangan termasuk kelompok agama dalam membagikan hasil pemikiran, ideologi, dan gagasan mereka.⁴⁶

⁴⁵ Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta:Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014), hlm. 31-32.

⁴⁶ Lukas S Ispandriarno, "Agama dan Media : Pemaknaan Isu Agama di 'DETIKNEWS'", *millah* 12, no. 2.(2013)

C. Komik

1. Asal usul komik

Beberapa sumber sejarah, seperti cerita perwayangan dan peninggalan sejarah seperti candi, dapat digunakan untuk menelusuri sejarah awal munculnya komik di Indonesia. Salah satu representasi dari sumber tersebut adalah relief yang terdapat di Candi Borobudur. Relief tersebut berisi cerita-cerita yang mengilhami seniman dan pengarang komik di Indonesia. Candi Borobudur bukan hanya sebuah tempat ibadah, tetapi juga merupakan saksi dari kejayaan sastra dan seni rupa pada masa lampau di Indonesia. Oleh karena itu, Candi Borobudur dapat dianggap sebagai dokumentasi awal lahirnya komik di Indonesia.

Wujud rupa komik yang merintis perkembangan komik di Indonesia adalah komik strip, komik strip dipublikasikan secara berseri dalam harian Jakarta pada era 1930-an. Tahun 1931, Kho Wang Gie merilis karya komiknya melalui harian Keng-Po yang berjudul *Put On* dengan mengusung tema keseharian warga keturunan Tiong-Hoa yang tinggal di ibukota. Gaya atau *style* menggambar yang lugas serta unik dipadukan dengan bahasan topik yang relevan pada masa itu, menjadikan komik tersebut begitu diminati. Melalui komik tersebut terkandung didalamnya dokumentasi historis perkembangan politik hingga ekonomi pada era 1931, dimana pada tahun tersebut merupakan masa-masa era kolonial.⁴⁷

Pada masa kini penyebaran komik di Indonesia telah mencapai era digital. Karya komik semakin berwarna dan saling menunjukkan identitas dan ciri khasnya masing-masing. Seperti komik *si itek* dengan pembawaan jenaka, *kostum komik* yang mengangkat kritik sosial, serta kemunculan aplikasi khusus akses komik digital yakni *webtoon*.

Susunan setiap panel komik menjadi jantung komik, karena disetiap panel manusia mencurahkan ide dan kreatifitasnya disana. Panel-

⁴⁷ Wagiono Sunarto “ *Transformasi Visual Tokoh Mahabarata dalam Sejarah Komik Indonesia*”. Jurnal Seni & Budaya Pangung Vol. 23, No. 1, Institut Kesenian Jakarta, 2013: 1-18. Hlm. 4.

panel komik terpecah antara ruang dan waktu. Pemanfaatan penyebaran informasi dengan media sosial oleh seorang komikus tergambar di setiap panel.⁴⁸

Komik terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Produksi komik pada masa lampau menciptakan stigma ditengah masyarakat sebagai media yang tidak edukatif karena ditengarai menurunkan minat literasi anak-anak, karena mereka cenderung terfokus pada tampilan visual berbagai gambar yang ada. Lebih lanjut, kritik sesungguhnya yang terdapat pada visual komik adalah unsur teatrikal yang ada dalam adegan para karakter dalam kisahnya. Meski demikian kegiatan membaca dan menikmati komik memiliki sisi positif, yakni merangsang imajinasi anak melalui berbagai bentuk tampilan visual yang ada. Lebih lanjut cerita komik yang menarik dan mendidik juga dapat menuntun karakter anak kearah yang lebih baik.

2. Definisi Komik

Etimologi kata "komik" berasal dari bahasa Yunani "*Komikos*" yang berarti "sesuatu yang menghibur". Menurut definisi Kamus Besar Bahasa Indonesia, komik mengacu pada sebuah narasi yang disertai dengan ilustrasi gambar yang terdapat dalam publikasi seperti majalah, koran, atau buku. Salah satu fitur khas dari komik adalah tampilan visual yang sering kali lucu dan menggelitik.⁴⁹ Sedangkan komik strip adalah suatu kisah atau peristiwa yang terdiri dari beberapa gambar yang terdapat didalamnya suatu ilustrasi, gambar, dan juga dialog⁵⁰.

Komik tidak hanya berfungsi sebagai bentuk hiburan visual, dapat pula menjadi sarana untuk mengekspresikan kritik dan sindiran terhadap

⁴⁸ Siti Ulya Faza Adilah, Aang Ridwan, Dindin Solahudin "*Komik sebagai media dakwah*" Tabligh Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Volume 4, Nomor, 4, 2019, 363-381. P-ISSN : 2611-9781, E-ISSN: 2622-9773, DOI: 10. 15575/tabligh.v4i4. 1056

⁴⁹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, komik, (Jakarta BPPB Kemdikbu, 2016).<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komik>. Diakses pada 13 April 2023 pukul 05.05 WIB.

⁵⁰ Setiawan G. Sasongko, *Kartun Sebagai Media Dakwah* (Jakarta: Sisma Digi Media, 2005), hlm 53.

suatu hal atau keadaan.⁵¹ Komik menjadi wahana primadona kritik sosial berbagai di media baik itu cetak maupun digital, dengan cara cara khas komik yang jenaka.

Dalam bukunya "*Understanding Comics*", Scott McCloud mengungkapkan bahwa komik memiliki makna yang terkandung dalam gambar dan simbol-simbol yang diletakkan secara khusus dalam sebuah urutan atau rangkaian tertentu. Tujuan dari penyusunan gambar dan simbol-simbol ini adalah untuk menyampaikan pesan tertentu dan menghasilkan respon estetis atau keindahan pada pembacanya..⁵²

Dengan mengombinasikan elemen ilustrasi dan teks yang diposisikan dengan cerdas untuk membentuk sebuah narasi visual, informasi yang beragam dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca. Visual dalam bentuk komik dapat merangsang indra penglihatan manusia dengan efektif, sehingga dapat mempermudah pemahaman pembaca terhadap informasi yang diberikan.⁵³

Berdasarkan uraian diatas, gambar-gambar yang diberikan dalam komik dapat membantu membentuk gambaran yang jelas bagi pembaca tentang apa yang sedang dijelaskan dalam teks.

3. Digitalisasi Komik

Dalam pembahasan singkatnya, komik digital dapat digolongkan ke dalam empat kategori yang mengacu pada aplikasi digitalnya, antara lain: pertama, produksi digital, hal ini didasarkan pada tahapan pembuatan komik yang secara keseluruhan menggunakan teknologi komputer. Kedua, bentuk digital didasarkan pada bentuk komik digital dengan kemampuan borderless (seperti halnya media kertas yang memiliki batasan ukuran dan format). Batasan dihilangkan, ukuran komik menjadi fleksibel, seperti memanjang ke samping atau ke bawah, kedua, kemampuan bentuk komik

⁵¹ I Dewa Putu Wijaya *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa*. Ombak, Yogyakarta 2004. Hlm 189.

⁵² Scout McCloud, *Understanding Comics* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2000), hlm.9.

⁵³ Heru Dwi Waluyanto, " *Komik Sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran* " *Jurnal Nirmana* Vol.7,No. 1 Januari 2005,hlm 51.

digital bersifat abadi atau abadi. Komik digital dalam bentuk elektronik dapat disimpan dalam bentuk digit atau *byte*, dan dapat ditransfer melalui berbagai jenis media penyimpanan. Keuntungan ketiga menggunakan komik bentuk digital adalah sifatnya yang dinamis dan fleksibel. Misalnya dapat dikolaborasikan dengan berbagai macam media seperti animasi, audio, interaksi dan sebagainya.⁵⁴ Ketiga, *digital delivery* mengacu pada metode distribusi komik kepada pembaca secara digital, baik online maupun offline, dan mobilitas tinggi. Format ini memanjakan penggunaannya karena dapat mengikuti perkembangan komik dari pembuatnya secara langsung menggunakan berbagai perangkat, seperti ponsel. Keempat, *covergence* digital yang dikenal dengan perkembangan lebih lanjut yang juga termasuk dalam ranah digital. Misalnya game, animasi, film, dan lain-lain⁵⁵.

4. Komik Sebagai Media Dakwah

Untuk mencapai tujuan dakwah yang melibatkan penyebaran informasi kepada khalayak luas, perlu dilakukan transformasi dalam aktivitas dakwah dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi modern. Hal ini diperlukan agar jangkauan pengaruh dakwah dapat ditingkatkan. Dalam era yang didominasi oleh kemajuan teknologi dan akses mudah terhadap informasi, penting bagi para penggiat dakwah untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Penerapan ilmu pengetahuan dalam dakwah jika ditelusuri bermula dari Perintah Allah yakni pada ayat-ayat *Iqra*, perintah tersebut berperan penting dalam kebangkitan ilmu pengetahuan Islam. Yang dalam hal ini

⁵⁴ Alexander Herdian Prasetya “ *Perancangan Komik digital sebagai media Informasi mengenai Teluk Benoa*” Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Desain Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga Desember 2020. Hlm 13.

⁵⁵ Hafiz Ahmad “ *Kenapa Komik Digital*”. Resume dari materi yang disampaikan pada workshop komik digital pada indonesia ICT Award 2009 (INAICTA 2009), 29 Juli 2009, di Jakarta Hilton Convention Center.

adalah perwujudan dari tahapan awal penemuan suatu ilmu pengetahuan baru yakni membaca.⁵⁶

Dakwah bi al-qalam memiliki keunggulan sebagai media cetak, antara lain sebagai berikut: *pertama*, dampaknya lebih terasa dari gelombang lisan para orator. *Kedua*, cukup tulisan atau literasi seorang penulis dan penulis berbicara sekali dan itu akan melekat permanen di hati dan dapat menjadi buah ucapan setiap hari. *Ketiga*, bahasa literasi media cetak lebih mudah dikontrol dan diatur, hal ini dikarenakan kegiatan menulis melibatkan cara berpikir yang lebih sistematis dan terstruktur, jika dibandingkan dengan bahasa lisan. *Keempat*, penggunaannya tidak terbatas sehingga dapat lebih mengapresiasi pesan termuat didalamnya. *Kelima*, lebih mengutamakan jalinan atau persaksian.⁵⁷

Ada dua kategori metode dakwah Islam melalui media komik atau kartun. Pertama, jelas menampilkan atribut keislaman. Kedua, menggemakan dakwah secara implisit, tanpa menampilkan simbol-simbol baku. Namun terlepas dari perbedaan tampilan kategori tersebut. Kegiatan dakwah melalui media komik hendaknya mengambil langkah-langkah yang santun, bertahap, kemudian perlahan tapi pasti melakukan pendekatan yang menyentuh hati.⁵⁸

D. Instagram

1. Definisi Instagram

Bambang Dwi Atmoko meguraikan gambaran *Instagram* dalam bukunya yang berjudul “*Handbook Instagram* “ berperan sebagai medium pendistribusian foto, mengedit filter yang unik/menarik, kemudian menyebarkannya melalui fitur sosial media meliputi milik *Instagram* sendiri. Media sosial kekinian ini menawarkan fasilitas yang menunjang pengalaman berkreasi dengan foto seperti filter untuk mempercantik foto

⁵⁶ Ruli Nasrullah & Novita Intan Sari, Ilmu *Dakwah: Academic Journal for Homelitic Studies* Vol. 6 No. 1 uni 2012 24-40 ISSN 1693-0843. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hlm. 26.

⁵⁷ Ibid, hlm 27

⁵⁸ Setiawan Sasongko G. *Kartun Sebagai Media Dakwah* (Jakarta, Sisma Digi Media, 2005).Hlm. 6.

atau menyisipkan berbagai stiker, teks dan lain-lain.⁵⁹ *Instagram* mampu meningkatkan interaksi penggunanya melalui ini layanan penemuan kawan melalui fitur kotak pencarian, dengan kriteria saling memiliki akun, para pengguna dapat saling *follow*/ mengikuti antar satu pengguna dengan pengguna lainnya.

Nama *Instgram* berasal dari rangkaian total fitur yang ada didalam aplikasinya sendiri. Kata "*Insta*" Berasal dari kata instan, layaknya kamera polaroid yang pada zamannya lazim disebut sebagai "foto langsung jadi" atau "Instan". *Instagram* juga mendukung foto instan. Lebih lanjut kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", yakni jangka waktu perpindahan pesan dalam telegram berlangsung secara efisien dan kilat. Hal ini sejalan dengan layanan *Instagram* yang menyediakan fitur berbasis photo sharing, atau berbagi foto melalui jaringan internet dengan proses yang singkat.

. Hal ini sejalan dengan layanan *Instagram* yang menyediakan fitur berbasis *photo sharing*, atau berbagi foto melalui jaringan internet dengan proses yang singkat.

2. Sejarah *Instagram*

Kevin Systrom bersama Mike Krieger pada tahun 2010 mendirikan perusahaan bernama *Bubrn. Inc* yang menjadi cikal bakal diciptakannya aplikasi foto canggih *Instagram*, mereka dengan gigih mencurahkan ide dan gagasannya demi mengembangkan media sosial yang mereka inginkan.

Instagram langsung mendulang sukses pada awal peluncurannya, hal ini disebabkan *Instagram* merupakan aplikasi yang bebas dari iklan, sekitar 25 ribu orang berpartisipasi sebagai pengguna pertama di hari peluncurannya. Jumlah tersebut terus meningkat secara drastis yang membuat Kevin dan Mike melakukan peningkatan pada aplikasi tersebut, dalam kurun waktu 2,5 bulan *Instagram* berhasil meraih 1 juta pengguna, meski pada saat itu penggunaanya terbatas pada platform ios.

⁵⁹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012). Hlm.10

3. Fitur *Instagram*

Instagram sebagai sosial media menawarkan layanan lebih dari sekedar berbagi foto, terdapat berbagai fitur yang terus dikembangkan demi kepuasan para penggunanya, berikut ini adalah beberapa fitur-fitur yang ada di *Instagram*:

- a. *Homepage*, dikenal sebagai beranda dalam kata lain adalah halaman utama tempat pengguna mengakses konten pengguna lain yang telah diikuti.
- b. *Explore*, dikenal sebagai layanan penjelajah dimana pengguna dapat menemukan dan mencari suatu konten, tagar, pengguna lain melalui kotak pencarian
- c. *Reels*, dikenal sebagai layanan video pendek yang sejenis dengan video tik tok
- d. *Shop*, dikenal sebagai layanan yang memudahkan aktivitas jual beli pengguna. Pengguna dapat mengakses berbagai barang yang dijual pengguna lain disini
- e. *Profil*, dikenal sebagai layanan yang menampilkan identitas pengguna, seperti jumlah pengikut, jumlah mengikuti serta konten yang diunggah oleh pemilik profil tersebut
- f. *Stories*, dikenal sebagai layanan berbagi konten foto dan video dengan durasi dan jangka waktu yang terbatas. Konten akan dihapus oleh sistem tepat 24 jam setelah dibagikan
- g. *Live*, dikenal sebagai layanan siaran langsung aktivitas terbaru pengguna secara langsung.
- h. Komentar, berfungsi sebagai media komunikasi pada suatu konten.
- i. *Direct Message*, dikenal sebagai layanan pengiriman pesan antar pengguna
- j. *Highlight*, layanan yang digunakan untuk menyimpan *Instagram stories*

- k. Tanda Pagar, dikenal sebagai layanan penampil tema terkait suatu konten yang relevan dengan syarat, konten tersebut memiliki hastag khusus.
- l. *Setting*, layanan yang memungkinkan pengguna mengontrol aplikasi, seperti pengaturan keamanan, pemberitahuan, dan informasi *login*.
- m. *Like*, dikenal sebagai layanan respon pengguna, pengguna dapat menekan tombol *like* sebagai respon suka atau setuju atas konten pengguna lain.

4. Pembuatan Akun *Instagram*

Pengguna *Instagram* harus melalui berapa tahapan untuk membuat akun *Instagram*:

a. Mengunduh & Memasang aplikasi

Aplikasi *Instagram* tersedia pada platform Android dan IOS, pengguna dapat menemukan aplikasi *Instagram* melalui fitur pencarian pada *Google Play Store*, pada ponsel Iphone maka masuk pada *App Store*. Kemudian tekan instal atau pasang atau download apabila pengguna menggunakan browser, dan proses download dapat dilakukan melalui situs tertentu.

b. Melakukan Pendaftaran akun

Pengguna *Instagram* akan memasukkan identitas sebagai syarat pembuatan akun, tahapannya adalah sebagai berikut :

1) Membuka Aplikasi *Instagram*

Mengetuk kotak “*sign up*” untuk proses registrasi. Pengguna kemudian mengisi data seperti, email, nama akun serta sandi keamanan.

2) Menambahkan foto pengguna

Pengguna bisa menentukan sendiri foto yang akan digunakan sebagai foto profil

3) Menekan tombol *Sign Up*

Untuk menyelesaikan proses pengisian data.

5. Pesan dakwah melalui *Instagram*

Dampak kecanggihan perangkat teknologi komunikasi telah kita rasakan melalui berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah perkembangan jaringan internet, didalamnya meliputi berbagai aplikasi dan situs media sosial misalnya, *reddit, discord, whatsapp, Instagram*, serta berbagai media sosial lainnya. Ragam media sosial menawarkan segudang layanan komunikasi, yang kemudian merubah pola komunikasi kita sehari-hari. Batas-batas geografis seakan luntur akibat kecanggihan media komunikasi, kini komunikasi dapat terjalin antar individu, kelompok, bahkan antar suku bangsa-bangsa di dunia.

Fenomena media sosial sebagai media komunikasi menjadi trend berbagai kalangan pada masa kini. Berbagai antarmuka ringkas dan interaktif dengan kemudahan akses yang ditawarkan membius para penggunanya untuk menghabiskan sebagian aktivitas sehari-harinya melalui sosial media, hal ini meliputi berbagai interaksi dan komunikasi yang ada diruang sosial media.

Instagram sebagai media sosial masa kini yang begitu populer hadir dengan berbagai fitur yang menunjang kenyamanan penggunanya dalam berbagi foto dan konten video. Tak hanya sebatas berbagi, *Instagram* memudahkan penggunanya mengirim dan bertukar informasi peristiwa terkini secara aktual, salah satu caranya adalah dengan meneruskan kepada suatu akun yang memiliki banyak pengikut.⁶⁰ Selain itu terdapat fitur like dan komentar untuk mengekspresikan diri dan memberi respon terhadap konten yang dibagikan.

Daya tarik visual menjadi keunggulan dari media sosial *Instagram*, jika dibandingkan dengan platform media sejenis⁶¹. Sehingga pemanfaatan *Instagram* sebagai media dakwah memiliki potensi tersendiri. Para

⁶⁰ Arya Nugeraha, Abdullah Karim, Nurliah "Analisis Fungsi *Instagram* Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di kota Samarinda" eJournal Ilmu Komunikasi, 2020, 1 (1): 1-15 ISSN 0000-0000, ejournal,ilko.m.fisipunmul.ac.id 2020, Hlm. 1.

⁶¹ Romario, Lisda Aisyah." *Komik Islam di Media Sosial Instagram*", Islamuna, Jurnal Studi Islam 2019, Vol. 6. No.2,98-119 <https://doi.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588>. Hlm. 106.

pendakwah dapat menjangkau mad'unya melalui unggahan berbagai jenis konten gambar dan video yang dikemas sekreatif mungkin agar dapat menarik mad'u. Salah satu gambar yang diminati mad'u adalah konten dakwah melalui komik. Komik dakwah pada *Instagram* biasanya terdapat kekhasan antara satu dengan yang lainnya sesuai dengan gaya ilustrasi dan penyampaian materi dakwah oleh kreatornya. Hal ini tentu memberikan angin segar bagi para mad'u yang cepat merasa jenuh dengan penyampaian dakwah tradisional yang terkesan lebih formal.

Pengguna *Instagram* sangat beragam, dan sebagian besar menggunakan passion yang mereka minati. Layaknya para da'i, mereka bisa memanfaatkan akun *Instagram* ini sebagai ruang untuk menyebarkan syi'ar Islam. Bagi para da'i selain bisa menyebarkan ajaran dakwah melalui *bil-kalam* atau *bil kitabah*, da'i bisa menyebarkan ajaran islam melalui gambar ataupun visual yang mereka pilih melalui akun mereka. Akun dengan visual menarik menjadi trend penyiaran dakwah pada masa kini di *Instagram*.⁶²

Perubahan adalah suatu keniscayaan yang tak dapat terhindarkan dalam setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kehidupan beragama. Dalam hal ini, dakwah sebagai salah satu bentuk aktivisme keagamaan sangat mendukung adanya perubahan, penyaluran kreatifitas aktivis dakwah melalui penggunaan media sosial *Instagram* diharapkan mampu menunjang kebutuhan spiritual umat di tengah kecanggihan zaman.

⁶² Zakiyah Romadlany, Farhan "Penggunaan *Instagram* Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini, Studi Akun *Instagram* Pondok Pesantren Nurul Jadid" *El-Furqania* Volume 05/No.01/Februari 2019 p-ISSN : 2460 -383 X, e _- ISSN :2477-8249 Universitas Nurul Jadid Probolinggo, hlm 107.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

1. Metode penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan metode penelitian kualitatif. Bodgan menggambarkan bahwa penelitian kualitatif seperti seorang petualang yang memiliki tujuan tertentu namun belum memiliki gambaran jelas akan apa yang selanjutnya ia temukan di lokasi tujuan. Menurut Meoleong, metode ini melibatkan analisis kata-kata, gambar, dan dokumen pribadi untuk mendukung data yang akan diteliti. Kriyanto menjelaskan bahwa deskriptif kualitatif adalah metode untuk menggambarkan dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan sehingga memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang objek yang diteliti.⁶³ Secara umum, penelitian kualitatif menekankan pada penggunaan unit analisis, menggunakan paradigma induktif, dan memberikan perhatian pada makna dalam data.⁶⁴ Sedangkan pada penelitian ini metode kualitatif berfungsi untuk memahami objek yang menjadi sasaran penelitian kemudian dilanjutkan dengan proses identifikasi arti atau makna sesungguhnya dari persoalan terkait data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya, data tersebut meliputi, teks, visual hingga suatu peristiwa dalam “*natural setting*”. Penelitian kualitatif juga berarti melakukan penghayatan terhadap suatu hal, lalu memberikan kesimpulan yang relevan sesuai dengan ruang lingkup konteks pembahasan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi kualitatif. Analisis isi merupakan pendekatan penelitian yang digunakan sebagai alat untuk mengungkap

⁶³ Khabib Alia Akhmad, *Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM*, dalam Jurnal Data.com ISSN: 2086-9436, Vol.9, No.2 (2008), Hlm. 137.

⁶⁴ Amiroton Sholikah, *Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif*, dalam Jurnal Komunika, Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, Vol. 10, No. 2, (2016), Hlm. 249-250.

kecenderungan isi komunikasi.⁶⁵ Sedangkan teori yang digunakan adalah teori pesan-pesan dakwah menurut Endang Saifuddin Anshari serta teori karakteristik pesan dakwah menurut Moh. Ali Azis.

2. Jenis Penelitian

Pada kesempatan ini penulis memakai pendekatan penelitian berupa studi pustaka. Layaknya pendekatan penelitian lainnya, tahapan perencanaan dimulai dengan membaca data-data berupa dokumen, jurnal, surat kabar, buku, dan lainnya.

Pada masa kini, terjadi perkembangan pada berbagai jenis dokumen pustaka, selain dokumen dalam bentuk fisik, tersedia berbagai dokumen digital yang dapat ditemukan menggunakan jaringan internet. Lebih lanjut, jenis dokumen tersebut kemudian dikenal dengan dokumen online.

Penulis dalam penelitian ini mencoba mendeskripsikan komik yang terkandung pesan-pesan dakwah didalamnya. Metode penelitian dimulai saat mengumpulkan suatu data, menganalisis data, menginterpretasikan data. Selama penulisan, data yang dikumpulkan terdiri dari wawancara, skripsi, jurnal, artikel, buku yang masuk dalam lingkup pembahasan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ialah individu atau kelompok yang menjadi fokus penelitian ataupun mereka yang memiliki pemahaman tentang objek penelitian, baik sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek tersebut.⁶⁶ Subjek penelitian juga bisa dikatakan sebagai hal yang akan diteliti. Maka dari itu, subjek penelitian ini adalah Muhammad Reza Pahlevi selaku pemilik akun *Instagram* @rezaquran.

⁶⁵ Jurnal Ahmad, "Desain Penelitian Analisis Isi Content (Content Analysis)", dalam jurnal Method, 25 Juni 2018, hlm. 1.

⁶⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2007), Hlm.76.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yakni tujuan yang harus dicapai agar menemukan pemecahan masalah mengacu pada hal yang penulis analisa.⁶⁷ Dalam penelitian penulis objek berkaitan dengan beberapa postingan dalam akun *Instagram* @rezaquran yang kemudian dianalisis menggunakan analisis isi model Philipp Mayring.

C. Sumber Data

Terdapat dua jenis yang didapatkan, yakni sumber data primer dan data sekunder.

1. Sumber Primer

Menurut Sugiono, sumber primer merupakan sumber penghasil informasi atau data tanpa suatu perantara, yakni secara langsung melalui tangan pertama.⁶⁸

Pada kesempatan ini sumber data utama yaitu data dokumentasi pada postingan komik dalam akun @rezaquran selama bulan Februari-April 2023. Berdasarkan pada pemenuhan kebutuhan data, penelitian 3 bulan merupakan waktu yang cukup bagi penulis untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Pemilihan postingan berdasarkan jumlah like terbanyak dalam setiap minggunya.

2. Sumber Sekunder

Sugiono menjelaskan bahwa sumber sekunder ialah sumber merujuk pada sumber yang lainnya.⁶⁹ Dalam hal ini data diperoleh dari berbagai literasi, artikel jurnal, skripsi, ebook serta naskah hasil wawancara dengan admin @rezaquran di *Instagram* sebagai pelengkap data.

⁶⁷ Muhammad Ferdiansyah, *Asesmen Terhadap Ketrampilan Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dalam menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif*, Jurnal Fokus Konseling, Vol. 2, No. 2. (2016), Hlm. 128.

⁶⁸ Khosiah, Hajrah Syafri. "Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima" dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan 2017, JISIP Vol. 1 No. 2 ISSN 2598-9944. Hlm 143

⁶⁹ *Ibid.* Hlm. 143

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data memiliki pengaruh yang signifikan, dengan demikian peneliti menempuh berbagai cara agar menemukan informasi yang beragam, guna mencapai tujuan penelitian seperti dibawah ini:

1. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan foto, berupa laporan dan informasi yang mendukung penelitian.⁷⁰

Pada kesempatan ini, metode dokumentasi diiterapkan untuk menguraikan pesan berupa komik dakwah yang dibagikan akun *Instagram* @rezaquran menggunakan analisis isi Philipp Mayring.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data yang dikenal dengan wawancara adalah suatu teknik yang melibatkan interaksi antara pewawancara dan responden dengan cara bertanya dan menjawab secara lisan. Proses wawancara biasanya berlangsung dalam satu arah, yaitu pertanyaan diberikan oleh pewawancara dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai.⁷¹ Pewawancara bertanggung jawab untuk menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian, sedangkan responden diharapkan memberikan jawaban yang jujur dan terbuka untuk membantu pengumpulan data yang akurat dan representatif.

Sedangkan narasumber yang penulis akan wawancarai adalah Muhammad Reza Pahlevi selaku pemilik sekaligus penanggungjawab dalam akun *Instagram* @rezaqura melalui wawancara online, yakni lewat fitur pesan Instagram dan google form.

⁷⁰ Sugiyono, 2018.

⁷¹ Abdurrahman Fathoni, Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2006), Hlm. 104).

E. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah tahapan analisis terhadap suatu data yang didapatkan melalui dokumentasi, dan kemudian dilakukan penyederhanaan melalui teks narasi sehingga mudah dicerna dan dimengerti.⁷²

Berdasarkan pada rumusan masalah, penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kualitatif model Philipp Mayring. Tujuan dari penggunaan Analisis isi tersebut adalah untuk mengungkap keterangan berupa simbol maupun tulisan terkait kandungan isi komunikasi yang ada. Dalam kata lain, posisi analisis isi dalam penelitian ini berfungsi untuk menguraikan suatu informasi yang meliputi wujud-wujud komunikasi misalnya koran, artikel, jurnal, novel dan sebagainya.⁷³

Pada analisis Philip Mayring merancang suatu kriteria terkait pada definisi, mengambil dari bahasan teoritis serta pertanyaan penelitian memilih unsur-unsur materi tekstual yang sebelumnya telah dikategorisaskan melalui tahapan seperti berikut.⁷⁴

Pertama dengan menyesuaikan materi. Kedua aturan analisis, yakni secara sistematis materi mengacu pada prosedur, yakni memilah materi kedalam satuan-satuan. Ketiga, kategorisasi merupakan inti dari analisis. Unsur-unsur penggambaran teks mengacu pada pertanyaan penelitian, yang ditambahkan pada kategorisasi, dimana hal ini dicari dan diperbaiki pada saat tahapan analisis. Keempat, mengkaji ulang. Kelima, yakni keabsahan atau validisasi.

⁷² Husein Sayuti, *Pengantar Metodologi Riset* (Jakarta: Fajar Agung, 1989), Hlm 69.

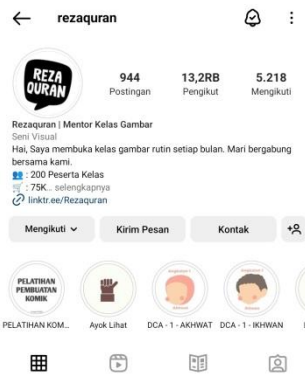
⁷³ Fatur Rakhman "Analisis Konten Dakwah Ustadz Abdul Somad, Lc. MA dalam Youtube (Ceramah pada 3 April Tahun 2013)". Hlm 48.

⁷⁴ Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitati Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012. Hlm 283-289.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tampilan Luar Akun *Instagram* @rezaquran



Gambar 1. Profil Akun *Instagram* @rezaquran

Akun *Instagram* @rezaquran dibentuk pada tahun April 2020 oleh Muhammad Reza Pahlevi asal Payakumbuh, Padang, Sumatra Barat. Akun *Instagram* rezaquran pada awalnya mengunggah konten melalui perpaduan tulisan dan diselingi beberapa ilustrasi, mulai bulan September 2022, akun @rezaquran sepenuhnya fokus di bidang ilustrasi, dan pada saat ini memiliki sekitar 13,1 ribu pengikut.⁷⁵ Nama @rezaquran sendiri berasal dari kecintaan pemilik akun *Instagram* @rezaquran terhadap lantunan bacaan ayat suci Al Qur'an. Sedangkan konten dakwah dalam @rezaquran membagikan komik yang menggunakan jenis konten gambar yang seluruh konten dibuat dan dipublikan oleh satu orang yakni Muhammad Reza Pahlevi selaku pemilik. Seseorang dakwah akun *Instagram* @rezaquran yakni semua orang, baik itu orang muslim atau non muslim.

Proses pembuatan konten komik di akun *Instagram* rezaquran diawali dengan menentukan ide dan gagasan, yang berasal dari bacaan, tontonan, ataupun hal-hal disekitar yang bisa menjadi referensi ilustrasi. Setelah konsep selesai dirancang, dilanjutkan pembuatan sketsa dan penggambaran. Proses penggambaran akun *Instagram* rezaquran memanfaatkan aplikasi media

⁷⁵ Data diambil dari <https://instagram.com/@rezaquran?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, pada hari kamis 13 April 2023, pukul 00.01.

gambar digital, dimana pada tahun 2019-2022 menggunakan *Paint Tool SAI*, pada tahun 2023 menggunakan aplikasi *Procreate*. Setelah tahap penggambaran selesai kemudian dilakukan sesi posting pada akun *Instagram*, konten yang diposting dalam hal ini komik, ditambahkan berbagai caption untuk memperkuat maksud dari ilustrasi komik yang telah dibuat, caption ditulis oleh pemilik akun secara langsung, selain itu juga diambil dari beberapa sumber yang relevan.⁷⁶





Selain itu, isi konten tidak hanya meliputi ilustrasi, komik, akun @rezaquran juga membagikan promosi jasa mentor kelas gambar, dengan biaya 75 ribu rupiah per-bulan, seseorang dapat mengikuti kelas gambar yang dipandu langsung oleh Muhammad Reza Pahlevi pemilik akun dari @rezaquran. Hal ini dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan baru bagi aktivis dakwah masa kini, untuk meningkatkan kemampuannya dalam berdakwah melalui ilustrasi maupun komik.


B. Penyajian Data Penelitian

Pada kesempatan penelitian ini, peneliti menganalisis postingan selama 3 pada bulan Februari-Mei 2023, penelusuran pada *feed* di akun *Instagram* @rezaquran pada periode tersebut, penulis ternyata menemukan sebanyak 48 postingan, yang terdiri dari 46 postingan berbentuk gambar, dan 2 berbentuk video, penulis mengambil sampel sebanyak satu hingga dua unggahan komik dengan jumlah *like* terbanyak dalam setiap minggunya. Penulis akan mengungkap isi materi pesan dakwah dalam komik di akun *Instagram* @rezaquran dengan melibatkan kategorisasi unsur materi pesan dakwah yang berupa akidah, akhlak, syariah yang mengacu pada tahapan analisis isi Philipp Mayring seperti di bawah ini :

⁷⁶ Wawancara online melalui fitur pesan di Instagram dan melalui link google form.

Tabel 1 Analisis Data Penelitian

No.	Tgl	Screenshot	Judul	Like
1.	13/3-23	 A meme with two panels. The left panel shows a student (MANASISWA) and a graduate (DIPLOMA). The right panel shows a student (MANASISWA) and a graduate (DIPLOMA). The text in the right panel says: 'Itan orang tua', 'Bekas dia', 'Rumah', 'belum punya'.	Anakmu Ingin Menikah	4.139
2.	9/4-23	 A cartoon showing a woman in a hijab looking at her phone. A speech bubble says: 'BAGUS..! KONTEN KALI INI TEMBUS 100RB TAYANGAN'. In the background, there is a trash bin with a sign that says 'ORA MELU' and 'TABANUN'.	Perempuan yang terjebak fitnah di media sosial	989
3.	21/3-23	 A comic strip with two panels. The first panel shows a man saying: 'Allah butuh dengan kita'. The second panel shows the same man saying: 'Kita yang butuh dengan Allah'.	Kita Butuh Allah	643
4.	8/4-23	 A cartoon showing a man sitting at a desk reading a book. A speech bubble says: 'IZINKAN PAPA SELESAKAN BERIBADAH AGAT LAGI YA NAK'. Another speech bubble says: 'PAPAAA... AYOK CEPATTTT'. A third speech bubble says: 'CEPATTT!! NANTI TOKO BAJU DI DEPAN SANA KEBURU RAMA!!!!'. A fourth speech bubble says: 'AYOKLAH AKU TIDAK MAU KEHABEGAN BAWA LEMBARAN'. A fifth speech bubble says: 'SAYANG AYOK CEPAT!!!'.	Lebih Giat di Akhir Ramadhan.	424

9.	2/2- 23	<p>SETIAP HARI ALLAH SELALU BERIKAN NIKMATNYA KEPADA MANUSIA. NAMUN SEDIKIT SEKALI YANG MENSYUKURINYA</p>  <p>KITA TAK BISA MEMBAYARKAN BAGAIMANA SABARNYA ALLAH ATAS DIRIKU.</p> <p>DAN KURANG AJARNYA AKU KEPADA ALLAH</p>	Mengapa tidak malu berbuat dosa	193
----	------------	---	---------------------------------	-----

C. Analisis Isi Pesan Dakwah dalam komik di akun *Instagram* @rezaquran

Untuk mengetahui isi kandungan materi dari pesan dakwah yang ada dalam akun *Instagram* @rezaquran, penulis menggunakan mengelaborasi teknik analisis isi model Philipp Mayring melalui teori pesan dakwah Endang Saifuddin Anshari. Ia menjelaskan bahwa terdapat kesamaan antara pesan dakwah dengan intisari ajaran Islam jika mengacu pada tema yang dimuat didalamnya. Selain itu berdasarkan karya tulisnya dalam buku Wawasan Islam, terdapat kategorisasi inti ajaran Islam ke dalam tiga bagian yakni Akidah, Akhlak, Syariah.⁷⁷

Sedangkan untuk mengetahui karakteristik dari isi pesan dakwah di akun *Instagram* @rezaquran penulis menggunakan teori karakteristik pesan dakwah menurut Moh. Ali Aziz, yang dipandu menggunakan teori analisis isi model Philipp Mayring.

1. Isi Pesan Akidah

Pesan akidah merupakan perasaan yakin dan percaya seorang muslim terhadap setiap dari rukun Iman, sehingga pesan akidah sangat penting bagi seorang muslim untuk meningkatkan keimanan kepada Allah SWT, isi pesan akidah dalam akun *Instagram* @rezaquran direpresentasikan melalui postingan dibawah ini :

⁷⁷ Endang Saifuddin Anshari, Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam, (Jakarta: Gema Insani Press 2004), Cet. Ke-1. Hlm 44.

a. Mengapa tidak malu berbuat dosa (2 Februari 2023)



Gambar 2 Pesan Dakwah Akidah

Pada postingan diatas terdapat unsur teks pada kata ” *Allah berikan nikmat-Nya kepada manusia, namun sedikit sekali yang mensyukurinya* ”, kata “*syukur*” tersebut dapat dikategorikan kedalam pembahasan pesan Akidah. Kata *syukur* merupakan serapan dari bahasan arab, yang asalnya dari kata *syukr* yang berbentuk masdar. Muhammad al-Razi mendefinisikan kata *syukur* sebagai ungkapan sanjungan yang disampaikan kepada pihak yang memberikan kebaikan. Sedangkan al-Fayyumi menjelaskan pendapatnya terkait kata *syukur* dengan cakupan yang lebih luas, yakni syukur kepada Allah merupakan bentuk keyakinan atas seluruh nikmat dan menjalankan seluruh kewajiban perintah-Nya, melalui wujud pengamalan kepatuhan serta meninggalkan segala bentuk kemunkaran yang meliputi kata-kata dan perbuatan.⁷⁸

Beralih ke unsur visual, terdapat gambar perempuan berkacamata yang memakai kerudung dan memakai masker. Penulis menafsirkan terdapat makna bahwa salah satu cara bersyukur adalah dengan menjalankan perintah dan aturannya-Nya, yang dalam hal ini adalah berpakaian menurut tuntunan agama, melalui penggunaan pakaian atau atribut yang dapat digunakan untuk menutup aurat.

⁷⁸ A. Malik Madany: Syukur dalam persepektif al-Qur'an, Az Arqa', Vol. 7, No. 1, Juni 2015

Berdasarkan kategori pesan akidah yang erat dengan rasa ketauhidan seseorang terhadap Allah SWT, yang dalam hal ini rasa syukur termasuk meyakini kekuasaan dan ke-esaan Allah SWT, bahwa setiap dari banyaknya nikmat yang diterima manusia datang dari Allah semata. Hal ini seseuai dengan firman Allah SWT dalam surat QS Al-Baqarah: 152 sebagai berikut :

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ

Artinya: “*Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku*” (QS Al-Baqarah: 152)

Berdasarkan ayat tersebut Dalam agama Islam menganjurkan kepada umatnya agar senantiasa mensyukuri nikmat Allah. Menurut Al Qurtubi, hikmah saat seseorang bersyukur berupa kesempurnaan, dijaga, dan ditingkatkan nikmat yang diberikan, termasuk diturunkannya nikmat yang sebelumnya telah tiada.⁷⁹

Sebaliknya, Islam juga melarang umatnya melupakan atau mengingkari nikmat pemberian Allah atau disebut dengan kufur nikmat. Lebih jauh kepercayaan pemberian nikmat dari makhluk lain selain Allah dengan meniadakan kuasa Allah sepenuhnya pada nikmat tersebut maka tergolong syirik, hal ini karena telah mengingkari kuasa Allah terhadap hambanya.

b. Kita butuh Allah (21 Maret 2023)



Gambar 3 Pesan Dakwah Akidah

⁷⁹ Abu' Abd Allah al-Qurtubi, *al-Jami'li Ahkam al-Qur'an*, (BeirutL:Dar al-Fikr, 1994), juz XII, hlm. 192.

Dalam postingan diatas terdapat unsur teks melalui kalimat “*kita yang butuh dengan Allah*” yang dapat dikategorikan sebagai bentuk dari pesan akidah.

Beralih ke unsur visual, pada komik diatas terdapat parodi dari meme drake “*Hotline Bling*”, yang sempat trending penggunaanya di internet, biasanya digunakan untuk mengungkapkan reaksi seseorang akan suatu hal. Dalam hal ini Panel pertama diartikan sebagai reaksi atas rasa tidak setuju akan kalimat “*Allah butuh kita*”, sedangkan panel kedua diartikan sebagai reaksi atas rasa setuju atas kalimat “*Kita butuh Allah*”.

Pernyataan diatas dapat menegaskan bahwa kita sebagai hamba-Nya yang sebenarnya senantiasa membutuhkan kuasa-Nya dalam menjalani setiap aspek di kehidupan tanpa sedikitpun keraguan. Hal ini karena, nikmat yang Allah berikan setiap harinya tak terhitung jumlahnya, salah satunya adalah nikmat sehat, selain itu melalui kuasa Allah pula kita dapat memperoleh hidayah, yang dalam hal ini adalah menjadi orang yang lebih beriman daripada sebelumnya atau orang lain.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al Qur’an :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ

“*Wahai manusia! Kamulah yang memerlukan Allah; dan Allah Dialah Yang Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu), Maha Terpuji.*” (QS. Fatir 35: Ayat 15)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah tidak membutuhkan sedikitpun bantuan dari hambanya. Keyakinan tersebut harus ditanamkan didalam hati setiap muslim sebagai bentuk ketauhidan, bahwa hanya kepada Allah semata kita berserah diri dan meminta. Namun demikian, hal tersebut tak sebatas meyakini dalam hati, perasaan yakin tersebut juga harus diwujudkan dalam perbuatan ibadah baik itu ibadah *hablumminallah*, maupun ibadah *hablumminannas*.

c. Gila Harta Hingga bertemu kematian



Gambar 4 Pesan Dakwah Akidah

Pada postingan diatas terdapat unsur teks melalui kalimat “*kalian adalah hartaku*” dan “*aku akan mati bersama kalian*”, kalimat tersebut dikategorisasikan sebagai pesan akidah, hal ini karena kematian merupakan suatu kepastian yang harus diyakni manusia yang hidup didunia. Dalam konteks diatas, korelasi antara kalimat “*kalian adalah hartaku*” dan “*aku akan mati bersama kalian*”, merupakan gambaran seseorang yang mencintai harta secara berlebihan hingga melupakan bahwa kepemilikan harta hanyalah sementara didunia.

Beralih ke unsur visual, terdapat dua orang manusia yang terombang-ambing di tengah laut bersama sebuah petiharta karun. Dibelakangnya, terdapat awan hitam yang mengeluarkan petir pertanda bahwa badai akan datang. Orang pertama memilih bertahan bersama peti harta karunnya. Orang kedua memilih berenang menjauhi badai demi keselamatan dirinya, dari ancaman badai. Berdasarkan gambaran visual tersebut, terdapat makna bahwa orang yang terkena tipu daya dunia cenderung mencintai harta, tanpa peduli akan keselamatannya baik itu saat didunia, maupun setelah ia mati dan berada di akhirat.

Islam melarang keras umatnya mencintai dunia secara berlebihan, hal tersebut sesuai dengan sabda nabi Muhammad SAW sebagai berikut :

اللَّهُ جَمَعَ ، نَيْتَهُ الْآخِرَةَ كَانَتْ وَمَنْ ، لَهُ كُنْتَبَ مَا إِلَّا الدُّنْيَا مِنْ يَأْتِيهِ وَلَمْ ، عَيْنِيهِ
رَاغِمَةً وَهِيَ الدُّنْيَا وَأَنْتَهُ ، قَلْبِهِ فِي غِنَاهُ وَجَعَلَ ، أَمْرَهُ لَهُ

Artinya : "*Barangsiapa yang tujuan hidupnya adalah dunia, maka Allah akan menceraikan-beraikan urusannya, menjadikan kefakiran di kedua pelupuk matanya, dan ia mendapat dunia menurut apa yang telah ditetapkan baginya. Dan barangsiapa yang niat (tujuan) hidupnya adalah negeri akhirat, Allah akan mengumpulkan urusannya, menjadikan kekayaan di hatinya, dan dunia akan mendatangnya dalam keadaan hina.*" (HR. Ahmad, 5/183, Ibnu Mâjah, 4105)

Berdasarkan Hadis diatas dapat dipahami bahwa Allah sangat membenci orang yang hidup demi rangka memenuhi kebutuhan duniawi semata misalnya seperti berlomba-lomba mengumpulkan harta dan tidak pernah memiliki rasa puas atau bersyukur sehingga dalam janji-Nya, Allah akan mempersulit urusannya yang dalam hal ini berarti urusan akhirat, dimana orang yang gila harta kerap meninggalkan tuntunan dan amalan ibadah-Nya.

Penulis menyimpulkan bahwa isi pesan dakwah dalam komik diatas berisi sindiran dan gambaran masyarakat pada masa kini yang terjebak didalam nafsu mengumpulkan harta. Hal tersebut berakibat pada lalainya perhatian seseorang terhadap hakikat manusia didunia yakni beribadah kepada-Nya yang menjadi bekal di akhirat kelak.

2. Isi Pesan Akhlak

- a. Mari bangun kedekatan dengan anak (13 April 2023)



Gambar 5 Pesan Akhlak

Dalam postingan diatas, terdapat unsur teks melalui kalimat "*aku senang bermain dengan ayah*" yang dapat dikategorikan sebagai

pesan dakwah Akhlak. Kata “ayah” dalam konteks diatas dapat diartikan sebagai pemimpin dalam keluarga.

Beralih ke unsur visual, panel pertama menggambarkan kondisi keluarga yang tidak bahagia. Ayahnya sibuk bekerja dan bersikap tak acuh kepada anaknya yang menginginkan perhatiannya. Sedangkan pada panel kedua memperlihatkan kondisi keluarga bahagia, setelah sang ayah mau menemani anaknya dengan cara bercanda dan bermain bersamanya.

Korelasi makna yang penulis dapat dari kedua unsur teks dan visual diatas adalah salah satu tugas Ayah sebagai pemimpin dalam keluarga yakni bertanggung jawab terhadap keluarganya termasuk dalam hal ini adalah anak-anaknya. Sesuai dengan hadis nabi yang berbunyi :

رَاعِ وَالرَّجُلُ عَنْهُمْ، مَسْئُولٌ وَهُوَ رَاعِ النَّاسِ عَلَى الَّذِي فَالْأَمِيرُ رَعِيَّتِهِ، عَنْ فَمَسْئُولٌ رَاعِ كُكُكُمْ
رَاعِ وَالْعَبْدُ عَنْهُمْ، مَسْئُولَةٌ وَهِيَ وَوَلَدِهِ بَعْلِهَا بَيْتِ عَلَى رَاعِيَّةٌ وَالْمَرْأَةُ عَنْهُمْ، مَسْئُولٌ وَهُوَ بَيْتِهِ أَهْلٍ عَلَى
رَعِيَّتِهِ عَنْ مَسْئُولٍ وَكُكُكُمْ رَاعِ فُكُكُمْ أَلَا عَنْهُ، مَسْئُولٌ وَهُوَ سَيِّدِهِ مَالٍ عَلَى

Artinya “Setiap kalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya. Amir (kepala Negara), dia adalah pemimpin manusia secara umum, dan dia akan diminta pertanggungjawaban atas mereka. Seorang suami dalam keluarga adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggungjawaban atas mereka. Seorang istri adalah pemimpin di dalam rumah tangga suaminya dan terhadap anak-anaknya, dan dia akan dimintai pertanggungjawaban atas mereka. Seorang hamba sahaya adalah pemimpin dalam urusan harta tuannya, dia akan dimintai pertanggungjawaban atasnya. Ketahuilah, bahwa setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas siapa yang dipimpinnya.” (HR. Bukhari no. 2554 dan Muslim no. 1829).

Berdasarkan hadis diatas dapat dipahami jika Islam menganjurkan agar setiap pemimpin bersungguh-sungguh

menjalankan tugas dan tanggung jawab kewajiban terhadap setiap apa yang dipimpinnya. Berkenaan dengan hal tersebut sosok ayah merupakan pemimpin yang harus bertanggung jawab terhadap anggota keluarganya. Selain memberi nafkah, seorang ayah juga dianjurkan menjalin hubungan dengan baik dengan anak-anaknya. Hal tersebut selain dalam rangka menciptakan keluarga yang sakinah, juga memberikan pengaruh baik pada anak-anak.

Berdasarkan uraian diatas, penulis simpulkan bahwa komik ini berisi nasihat tentang meningkatkan kualitas akhlak yang baik dalam menjalin hubungan dengan keluarga khususnya antara orang tua seperti ayah dengan anaknya, sebagai anggota keluarga terdekat. Hal ini karena sosok Ayah seringkali terlalu berfokus pada pekerjaannya, hingga membuatnya jauh dari jangkauan anak-anaknya, sehingga menciptakan hubungan yang kurang harmonis, kurang mengindahkan di dalam keluarga.

b. Kita butuh nasehat (6 Maret 2023)



Gambar 6 Pesan Akhlak

Pada postingan diatas terdapat unsur teks melalui kalimat “*Jangan sok suci ya*” dan “*sesama muslim harus saling ngingetin*” yang dapat dikategorisasikan sebagai pesan dakwah Akhlak. Kata “*ningetin*” dalam konteks diatas berarti saling mengingatkan dalam hal kebaikan, yang termasuk dalam aktivitas dakwah.

Sedangkan pada unsur visual, terdapat karakter berjenggot mengenakan peci, baju koko, dan sarung, yang dapat kita kenali bahwa ia adalah seorang muslim, yang memberikan gambaran reaksi berupa tetap duduk tenang saat saudara seagamanya memberikan respon yang kurang baik terhadap nasihat yang disampaikan.

Hubungan antara teks dan visual yang dapat penulis simpulkan adalah dakwah merupakan kewajiban bagi setiap umat muslim, dan merupakan akhlak yang terpuji karena menyeru kepada *amar ma'ruf nahi munkar*. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat QS. Adz-Dzariyaat yang berbunyi :

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya : ”Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman” (QS. Adz-Dzariyaat 51: 55).

Begitu pula sebaiknya, Islam mengajarkan umatnya agar senantiasa menerima nasihat yang terpuji secara lapang dada, ikhlas, serta menghindari rasa segan terhadap nasihat yang baik. Seperti yang telah dijelaskan dalam sebagai berikut:

إِنَّ مِنْ أَكْبَرِ الذَّنْبِ، أَنْ يَقُولَ الرَّجُلُ لِأَخِيهِ: اتَّقِ اللَّهَ فَيَقُولُ: عَلَيْكَ نَفْسِكَ أَنْتَ تَأْمُرُنِي

Artinya : “Sesungguhnya termasuk dosa yang paling besar adalah ketika seseorang berkata kepada saudaranya, “Takutlah kepada Allah,” lalu dia menjawab saudaranya itu: “Urus saja dirimu. Aku pula yang kamu suruh.” (HR Baihaqi).

Sudah menjadi kodrat manusia sebagai makhluk yang tak pernah lepas dari salah dan lupa. Menerima nasehat merupakan gambaran dari muhasabah atau introspeksi diri demi menjadi pribadi muslim yang lebih baik. Bagi orang yang beriman, nasihat dapat berperan sebagai kontrol diri agar selalu berada di jalan tuhan-Nya.

3. Isi Pesan Syari'ah

- a. Perempuan yang terjebak fitnah di media sosial (9 April 2023)



Gambar 7 Pesan Akhlak

Didalam postingan diatas terdapat unsur teks melalui kata “*tabarruj*”, kata tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk pesan syariah. Kata “*tabarruj*” menurut al-Qurthubi secara bahasa memiliki arti mengungkap serta memunculkan diri agar nampak melalui tatapan mata. Pendapat lain mengenai arti kata *tabarruj* diungkapkan oleh Fada Abdur Razak al-Qashir, menurutnya *tabarruj* bermakna memamerkan setiap keindahan, baik itu yang berasal dari perhiasan maupun dari anggota tubuh yang seharusnya dijaga agar terhindar dari nafsu lawan jenis yang dalam hal ini adalah laki-laki.⁸⁰ Berdasarkan uraian tersebut, kata *tabarruj* disimpulkan sebagai seorang wanita yang bersolek menampakkan kecantikannya saat berada diluar rumah, hingga memikat perhatian kaum lelaki. Sedangkan kata “*malu*” merupakan suatu penghalang dalam diri seseorang untuk bertindak diluar batas-batas kesopanan. Dalam konteks diatas korelasi kata “*tabarruj*” dan “*malu*” dapat dimaknai sebagai suatu hal yang sudah dibuang oleh wanita.

Beralih pada unsur visual, dapat diamati terdapat karakter wanita muslimah yang memegang gadget, dengan banyak ikon *like* khas aplikasi Instagram yang berjatuhan, sehingga dapat disimpulkan

⁸⁰ Achyar Zein, Ardiansyah, Firmansyah “*Konsep Tabarruj dalam Hadis : Studi tentang kualitas dan pemahaman hadis mengenai adab berpakaian bagi wanita*” At—Tahdis: Journal of Hadith Studies, Vol. No. 2 Juli Desember 2017. Hlm 64

bahwa ia seorang selebgram terkenal. Disampingnya ada sebuah tempat sampah berisikan kardus bertuliskan “*tabarruj*” dan “*malu*”.

Makna yang dapat penulis ambil dari kedua korelasi unsur teks dan visual diatas adalah pada zaman sekarang meskipun sudah berjilbab, tetap terdapat adanya celah seorang wanita berlaku *tabarruj*. Hal tersebut sudah diperingatkan dalam Islam sesuai dengan firman Allah dalam Alquran pada surat Al Ahzab ayat 33.

وَأَتَيْنَ الصَّلَاةَ وَأَقَمْنَ الْأُولَى الْجَاهِلِيَّةِ تَبَرُّجًا تَبَرَّجْنَ وَلَا بُيُوتُكُمْ فِي وَفَرْنَ
تَطَهَّرْنَ وَيُطَهَّرْنَ أَهْلَ الْبَيْتِ أَهْلَ الرَّجْسِ عَنْكُمْ لِيُذْهِبَ اللَّهُ يَرِيدُ إِنَّمَا وَرَسُولَهُ اللَّهُ وَأَطَعْنَ الزَّكَاةَ

Artinya: “*Dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan (bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu, dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat dan taatilah Allah dan Rasul-Nya. Sesungguhnya Allah bermaksud hendak menghilangkan dosa dari kamu, wahai ahlulbait dan membersihkan kamu sebersih-bersihnya.*”

Berdasarkan hadis diatas dapat dipahami bahwa tidak cukup bagi seorang wanita mengenakan hijab bila beranjak keluar rumah, sebaiknya juga bersikap dan bertingkah laku yang sesuai dengan ketentuan dan syari’at Islam, yang diwujudkan dengan menghindari sifat *tabarruj*. Islam merupakan agama yang sangat menghargai kehormatan perempuan, kaidah atau aturan Islam yang dibebankan kepada perempuan semata-mata demi menjaga kehormatan dan menjauhkannya dari bahaya.

Penulis menyimpulkan bahwa postingan diatas berisi sindiran terhadap perempuan yang berhias diri dan memperlihatkan kecantikan (*tabarruj*) di depan orang yang bukan mahramnya melalui media sosial. Hal tersebut telah menjadi fenomena di kalangan pengguna media sosial, dimana perempuan mengingkari tuntunan Islam terkait *tabarruj* demi meraih ketenaran dan popularitas.

b. Anakmu Ingin menikah (13 Maret 2023)



Gambar 8 Pesan Syariah

Pada postingan diatas terdapat unsur teks melalui kata “*nikah*” yang dapat dikategorikan sebagai materi pesan syariah. Kata “*nikah*” sendiri memiliki pengertian menurut bahasa yakni *al-dhammu* atau *al-tadakhul* yang maknanya adalah berkumpul. Sedangkan menurut Abu al’Ainain Badran, *nikah* merupakan suatu akad yang disyari’atkan berdasarkan aturan Islam agar seorang pria yang cukup umurnya mempunyai hak serta merasakan *faraj* serta setiap bagian dari badan seorang wanita serta mewujudkan hubungan rumah tangga.⁸¹

Sementara pada unsur visual terdapat karakter orang yang dimaknai dalam konteks diatas sebagai seorang mahasiswa, yang ingin meraih bola berwarna kuning yang dimaknai sebagai pernikahan. Namun dibelakangnya terdapat karakter lain yang menahan mahasiswa tersebut yang dimaknai sebagai beban-beban/hal yang memberatkan pelaksanaan pernikahan.

Hubungan antara unsur teks dan visual diatas dapat diartikan bahwa adanya hal-hal yang perlu dipertimbangkan ketika akan menikah khususnya bagi seorang mahasiswa yang terdapat dalam kata-kata “*Izin orang tua, belum punya rumah, belum punya calon, belum kerja*”, kata-kata tersebut merupakan permasalahan yang sering dijumpai dan dapat menjadi beban pemikiran saat seseorang akan mencoba melangsungkan pernikahan.

⁸¹ Ahmad Atabik dan Khoridatul Mudhiihah “*Junral Pemikiran dan Hukum Islam*”, Yudisia, Vol. 5, No. 2 Desember 2014

Islam sangat menghargai dan menganjurkan pernikahan hingga Allah menjanjikan kemudahan dan meringankan beban bagi orang yang melangsungkan pernikahan, tentunya bagi hambanya yang mau berusaha. Hal tersebut sesuai dengan janji Allah dalam firmanNya :

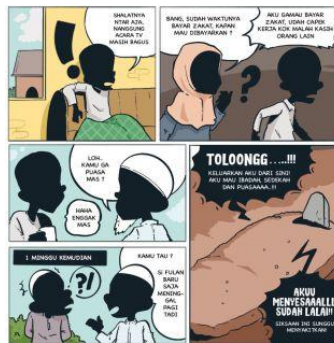
وَأَنْكِحُوا الْأَيَامَىٰ مِنْكُمْ وَالصَّالِحِينَ مِنْ عِبَادِكُمْ وَإِمَائِكُمْ إِنْ يَكُونُوا فُقَرَاءَ يُغْنِهِمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Dan nikahkanlah orang-orang yang masih membujang di antara kamu, dan juga orang-orang yang layak (menikah) dari hamba-hamba sahayamu yang laki-laki dan perempuan. Jika mereka miskin, Allah akan memberikan kemampuan kepada mereka dengan karunia-Nya. Dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui”. (Qs. an-Nur [24]: 32).

Berdasarkan hadits tersebut dapat kita pahami bahwa Allah menganjurkan pernikahan, dan menjanjikan kemudahan bagi orang dengan keterbatasan tertentu yang ingin menjalankannya. Allah akan memberikan nikmat berupa rezeki bagi orang yang memiliki keterbatasan di sisi ekonomi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis simpulkan bahwa Posisi nikah dalam agama Islam, merupakan suatu kegiatan yang sangat disarankan oleh agama, hingg bagi orang yang memiliki keterbatasan, Allah berjanji akan memudahkan langkahnya. Hal ini karena banyak hikmah yang dapat kita ambil dari pernikahan dalam Islam. Nikah telah diatur bukan hanya sebagai sarana melampiaskan hawa nafsu secara sah semata, namun pernikahan juga memberikan berbagai kebahagiaan, misalnya perdamaian hidup, rasa tenang dalam hati serta meneruskan keturunan.

c. Sesal itu di akhir (11 Maret 2023)



Gambar 9 Pesan Syariah

Pada postingan diatas terdapat unsur teks melalui kata “*Shalat, Zakat, Puasa*”, dimana kata tersebut termasuk dalam kategori pesan syariah, yang mengatur bagaimana kewajiban ibadah tersebut berlaku kepada seluruh umat Islam yang sudah memenuhi seluruh persyaratannya. Kewajiban tersebut dapat gugur, namun keringanan tersebut hanya berlaku dalam kondisi tertentu yang sangat mendesak.

Beralih pada unsur visual, pada panel pertama yang menggambarkan orang yang segan menjalankan sholat, dengan memilih bersantai menonton tv yang dipertegas dengan unsur teks “*shalatnya ntar aja, acara tv lagi bagus*”. Sedangkan pada panel kedua menggambarkan orang yang enggan berzakat, yang dipertegas dengan unsur teks “*aku gamau bayar zakat, udah kerja kok dikasih orang lain*”. Sementara pada panel ketiga menggambarkan orang yang enggan berpuasa, yang dipertegas dengan unsur teks “*lho, kamu nggak puasa mas?*” dan “*enggak mas*”. Kemudian pada panel ke empat, menggambarkan bahwa orang tersebut telah meninggal dunia, yang dipertegas melalui kalimat “*si Fulan baru saja meninggal tadi pagi*”. Lalu pada panel keenam, menggambarkan kondisi orang yang lalai beribadah tersebut dialam kubur, dimana ia mengalami siksaan yang pedih dan merasa begitu menyesal atas lalainya dirinya dalam beribadah. Hal tersebut dipertegas melalui unsur teks pada kalimat

“Tolong, keluarkan aku dari sini”, aku mau beribadah” dan kalimat “aku menyesal sudah lalai”.

Korelasi makna antara kedua unsur tersebut yang dapat penulis ambil yakni, menggambarkan kehidupan seseorang yang lalai dalam berbagai kewajiban Ibadah, hingga pada waktu kematiannya, ia menyesal didalam kubur karena mendapat siksa yang pedih, dan ia tidak mungkin bisa kembali kedunia untuk memperbaiki Ibadahnya. Dalam hal ini, Allah telah memperingatkan manusia yang lalai dalam beribadah di dunia dengan siksan yang pedih sesuai dalam firman Allah dalam Al Qur’an:

يَصْطَرِخُونَ فِيهَا رَبَّنَا أَخْرِجْنَا نَعْمَلْ صَالِحًا غَيْرَ الَّذِي كُنَّا نَعْمَلُ
أَوَلَمْ نُعَمِّرْكُم مَّا يَتَذَكَّرُ فِيهِ مَنْ تَذَكَّرَ وَجَاءَكُمُ النَّذِيرُ فَذُوقُوا فَمَا لِلظَّالِمِينَ مِنْ نَصِيرٍ

Artinya :“ Dan mereka berteriak di dalam neraka itu: Ya Tuhan kami, keluarkanlah kami niscaya kami akan mengerjakan amal yang saleh berlainan dengan yang telah kami kerjakan”. Dan apakah Kami tidak memanjangkan umurmu dalam masa yang cukup untuk berpikir bagi orang yang mau berpikir, dan (apakah tidak) datang kepada kamu pemberi peringatan? maka rasakanlah (azab Kami) dan tidak ada bagi orang-orang yang lalim seorang penolongpun.” (Al Qur’an Fathir ayat 37)

Dalam postingan diatas terkandung nasihat agar umat Islam memiliki kesadaran dalam menjalankan Ibadah khususnya yang hukumnya wajib seperti shalat, zakat puasa dengan ikhlas dan bersungguh sungguh sebelum kematian agar tak menyesal nantinya.

d. Lebih giat di akhir Ramadhan (8 April 2023)



Gambar 10 Pesan Syariah

Dalam postingan diatas terdapat unsur teks melalui kalimat “*selesaikan beberapa ayat*”. Kalimat tersebut dapat dikategorikan kedalam pesan syari’ah. Pada konteks diatas, kalimat “*selesaikan beberapa ayat*” berarti membaca ayat-ayat suci Al Qur’an. Selain itu terdapat kalimat lain yakni “*baju lebaran*” yang berarti menggambarkan suasana akhir Ramadhan, dimana umat muslim memanfaatkan waktu tersebut untuk berbelanja untuk kebutuhan lebaran atau Idul Fitri.

Beralih ke unsur visual terdapat karakter pria yang duduk bersila sembari membaca Al Qur’an, dimana karakter tersebut dalam kondisi kurang tenang, atau kurang khusyu’ dalam membaca Al Qur’an, yang dapat diamati melalui garis-garis bergelombang yang muncul disekitar badan-nya. Hal ini dipertegas dengan unsur teks “*Cepat, nanti toko baju disana keburu ramai*” yang menyebabkan pria tersebut menjadi kurang khusyu’ dalam membaca Al Qur’an.

Gambaran yang dapat penulis ambil dari unsur teks dan unsur visual diatas adalah seorang ayah yang berusaha beribadah dalam konteks diatas adalah membaca Al Qur’an disaat anggota keluarga lainnya mengajaknya membeli baju lebaran. Dapat diamati bahwa hal tersebut terjadi pada waktu akhir bulan Ramadhan, ketika waktu Idul Fitri akan tiba beberapa hari kemudian.

Mengenai hal tersebut, sebenarnya terdapat pesan syari'ah terkait pemanfaatan minggu-minggu terakhir diwaktu bulan Ramadhan sesuai dengan hadis berikut:

كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا كَانَ رَمَضَانَ قَامَ وَنَامَ فَإِذَا دَخَلَ الْعَشْرُ شَدَّ الْمِزْرَ
وَاجْتَنَّبَ النِّسَاءَ وَاغْتَسَلَ بَيْنَ الْأَذَانَيْنِ وَجَعَلَ الْعِشَاءَ سَحُورًا

Artinya, "*Ketika memasuki bulan Ramadhan, Rasulullah bangun malam (untuk beribadah) dan juga menggunakannya untuk tidur. Begitu masuk sepuluh hari terakhir, beliau kencangkan sarung, menjauhi istri-istrinya (untuk beribadah), mandi antara dua adzan (dua waktu shalat magrib dan isya).*" (HR Ibnu Abi 'Ashim).

Hadis diatas menjelaskan bahwa agar menggiatkan ibadah pada akhir Ramadhan, dengan mengesampingkan hal-hal yang dapat mengganggu amalan ibadah. Hal tersebut telah dicontohkan sesuai dengan kebiasaan nabi Muhammad SAW saat akhir bulan ramadhan, dimana beliau menjadi lebih rajin dan bersungguh-sungguh dalam beribadah pada akhir bulan dibandingkan hari lainnya. Demi meningkatkan ibadah beliau rela menjauhkan istri-istri beliau untuk sementara waktu demi beribadah. Beliau juga senantiasa membangunkan mereka untuk melakukan ketaatan pada malam sepuluh terakhir di bulan Ramadhan. Selain telah dicontohkan oleh Rasullullah, akhir bulan ramadhan juga bertepatan dengan adanya malam-malam *lailatul qadar* yang muncul diantara 10 hari terkakhir bulan ramadhan, dimana pada malam itu dikenali sebagai malam yang lebih baik dari seribu bulan

Initsari yang penulis dapatkan dari postingan diatas yakni pesan agar umat muslim khususnya pada saat akhir bulan ramadhan memanfaatkan sebaik-baiknya salah satu waktu terbaik untuk beribadah, dengan cara menjalankan berbagai amalan ibadah diatas kegiatan pemenuhan kebutuhan dunia wi.

D. Karakteristik Pesan Dakwah

Setelah menganalisis kandungan isi Pesan dakwah, selanjutnya penulis menganalisis karakteristik pesan dakwah yang dianalisis dengan teori karakteristik pesan dakwah Ilmu Dakwah Moh Ali Aziz. Teori karakteristik pesan dakwah dapat membuka wawasan kita terkait sifat yang tersirat dalam pesan yang terkandung di komik. Hal ini karena tidak semua orang secara langsung dapat mengetahui karakteristik dari tema pesan dakwah dakwah dari suatu komik yang diunggah. Karakteristik yang ada dalam pesan dakwah, yakni karakteristik : orisinil, mudah, lengkap, universal, masuk akal, dan memberikan kebaikan.⁸²

Penulis menganalisis kecenderungan karakteristik pesan dengan dipandu analisis isi model Philip Mayring dengan melakukan kategorisasi karakteristik yang termuat melalui kata-kata/kalimat di dalam postingan komik sebagai berikut :

1. Orisinil

Pesan dakwah jika ditelusuri memiliki sanad yang jelas, yang dapat diamati melalui ada tidaknya ayat atau hadis relevan yang digunakan sebagai acuan sumber pesan dakwah

a. Anakmu ingin menikah (13 Maret 2023)



Gambar 11 Karakteristik Pesan Orisinil

⁸² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 335

Postingan komik diatas termasuk dalam kategori karakteristik pesan orisinil, yang dapat diamati melalui penggunaan ayat Al Qur'an An Nur ayat 32 dalam *caption* sebagai sumber pesan dakwah.

b. Bangun kedekatan dengan anak



Postingan komik diatas termasuk dalam kategori karakteristik pesan orisinil, yang dapat diamati pada *caption* dimana terdapat penggunaan Hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari no. 2554 dan Muslim no. 1829 sebagai sumber pesan dakwah.

2. Mudah

Pesan dakwah berisi bahasan mengenai kemudahan pengamalan ibadah.

a. Anakmu ingin menikah (13 Maret 2023)



Gambar 12 Karakteristik Pesan Mudah

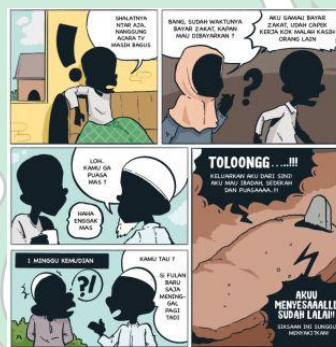
Postingan komik diatas termasuk dalam kategori karakteristik pesan mudah, yang tersirat pada *caption* : "Janji Allah bagi Orang-

Orang Menikah” dan *“Jika mereka miskin, Allah akan memampukan mereka dengan karunia-Nya”*, berdasarkan kalimat tersebut dapat dipahami bahwa Allah akan memudahkan pelaksanaan pernikahan sebagai amalan ibadah dalam Islam. Kalimat tersebut juga menjawab permasalahan pada unsur visual dimana terdapat gambaran berbagai beban yang menghalangi seorang mahasiswa dalam melangsungkan pernikahan.

3. Lengkap

Pesan dakwah berisi pembahasan seluruh aspek kehidupan, dari hal penting hingga tak terkecuali sesuatu yang dianggap kecil.

a. Sesal itu diakhir (11 Maret 2023)



Gambar 13 Karakteristik Pesan Lengkap

Postingan komik diatas dapat termasuk kategori karakteristik pesan, lengkap karena membahas hal yang begitu penting bagi umat Islam yakni pengamalan rukun Islam seperti yang terdapat dalam kata *“shalat,zakat,puasa”*. Komik diatas juga membahas hal remeh yang menjadi penyebab tertunda/terlewatinya amalan ibadah, seperti dalam kalimat : *“Shalatnya nanti aja,nanggung acara TV lagi bagus”*. Selain itu unsur visual yang ada juga mempertegas gambaran orang yang enggan beribadah secara lengkap, mulai dari kondisi dia saat hidup yang malas beribadah hingga saat dia mati, dikuburkan dan gambaran ganjaran atas kelakuannya selama hidup didunia.

b. Perempuan yang terjebak fitnah di media sosial (9 April 2023)



Gambar 14 Karakteristik Pesan Lengkap

Didalam postingan diatas terdapat kata “*konten*” dan “*tabarruj*” yang dapat dikategorisasikan kedalam karakteristik pesan lengkap. Kata *tabarruj* dalam Islam sendiri didalamnya mengatur cara berpakaian dan bersikap seorang wanita secara mendalam. Sedangkan kata “*konten*” dapat diartikan sebagai setiap unggahan pada internet/media sosial. Korelasi makna pesan antara dua kata tersebut yakni *tabarruj* tidak hanya berlaku bagi wanita di dunia nyata, *tabarruj* juga berlaku saat didunia maya/virtual.

Berdasarkan uraian tersebut penulis simpukan terdapat kecenderungan karakteristik pesan lengkap, karena membahas secara mendalam aspek-aspek *tabarruj* yang relevan terhadap perilaku wanita khususnya pada zaman media sosial seperti sekarang.

c. Lebih giat di akhir Ramadhan (8 April 2023)



Gambar 15 Karakteristik Pesan Lengkap

Dalam postingan diatas terdapat kalimat “*izinkan papa selesaikan beberapa ayat ya nak*” dan kalimat “*aku tidak mau*

kehabisan baju lebaran”, kalimat tersebut dapat dikategorikan kedalam karakteristik pesan lengkap. Maksud dari kedua kalimat tersebut yakni menggiatkan ibadah dalam konteks diatas salah satunya yakni membaca Al Qur’an pada saat menjelang lebaran atau pada minggu akhir bulan Ramadhan.

Berdasarkan keterangan diatas penulis simpulkan adanya karakteristik pesan lengkap, karena terdapat ajaran Islam dalam hal ini mengatur secara rinci hakikat dari pemanfaatan waktu akhir dalam bulan Ramadhan. Dalam hal ini Islam lebih mengutamakan umatnya agar beribadah daripada menghabiskan waktu membeli kebutuhan Idul Fitri khususnya yang serba baru, seperti yang dilakukan masyarakat pada umumnya.

4. Universal

Pesan dakwah ditujukan kepada seluruh manusia.

a. Mengapa tidak malu berbuat dosa (2 Februari 2023)



Gambar 16 Karakteristik Universal

Pada postingan diatas terdapat kalimat ” Allah berikan nikmat-Nya kepada manusia, kata ”manusia” dapat dikategorikan sebagai karakteristik pesan universal, dimana dalam bahasan konteks diatas kata “manusia” terdapat pesan bahwa seluruh manusia diberikan nikmat oleh Allah, tanpa membeda-bedakan golongan, ras, agama, politik, status sosial, budaya dan agama, baik itu muslim maupun non muslim.

5. Masuk Akal

Pesan dakwah berisi ajaran Islam dapat dipahami oleh umatnya.

a. Kita butuh Allah (21 Maret 2023)



Gambar 17 Karakteristik Pesan Masuk Akal

Dalam postingan di atas terdapat kalimat “*kita yang butuh dengan Allah*” dapat dikategorikan sebagai karakteristik pesan masuk akal. Kalimat “*kita yang butuh dengan Allah*” sangat mudah dipahami karena kita sebagai manusia merupakan makhluk yang lemah karena tidak mungkin bisa hidup sendiri, dan akan mengalami mati. Sedangkan Allah memiliki kuasa dan kekuatan tertinggi di atas semua makhluknya, dan tetap abadi. Sehingga masuk akal kita sebagai makhluk-nya harus beribadah dan mendekat kepada-Nya karena kita membutuhkan-Nya. Dalam hal ini kebutuhan manusia dapat berupa petunjuk, hidayah, dan nikmat dari-Nya.

6. Memberikan kebaikan

Pesan dakwah harus bermanfaat bagi kehidupan manusia. Islam melarang penggunaan pesan dakwah untuk menyebarkan kebencian atau kekacauan.

a. Gila Harta Hingga bertemu kematian



Gambar 18 Karakteristik Pesan Memberikan Kebaikan

Pada postingan diatas terdapat kalimat “*kalian adalah hartaku*”, “*aku akan mati bersama kalian*” dan “*cepat tinggalkan itu*”, kalimat tersebut dikategorisasikan memiliki karakteristik pesan memberikan kebaikan. Dalam konteks diatas kalimat “*cepat tinggalkan itu*” dapat dipahami sebagai ajakan kebaikan untuk meninggalkan sifat tercela, yakni mencintai harta secara berlebihan. Hal ini karena manusia sebagai makhluk yang hidup sementara didunia, akan meninggalkan hartanya duniawinya ketika ia mati. Kalimat “*cepat tinggalkan itu*” juga dapat dimaknai sebagai ajakan untuk berhijrah berfokus mengalihkan perhatian dari harta dunia kepada persiapan bekal untuk akhirat, yang dalam hal ini adalah memperbanyak beramal dan beribadah.

b. Kita butuh nasehat (6 Maret 2023)



Gambar 19 Karakteristik Pesan Memberikan Kebaikan

Pada postingan diatas terdapat kalimat “*Jangan sok suci ya*” dan “*Subhanallah, sesama muslim harus saling mengingatkan mas*”

yang dapat dikategorikan sebagai karakteristik pesan memberikan kebaikan. Korelasi makna antara dua kalimat diatas adalah meski dalam memberikan nasehat/dakwah seringkali mendapat respon yang kurang baik, namun kita diajarkan untuk tetap bersikap dan berucap baik. Hal ini karena tujuan dakwah sendiri adalah mengarahkan seseorang kepada kebaikan, maka caranya harus dengan cara yang baik pula.

d. Mari bangun kedekatan dengan anak (13 April 2023)



Gambar 20 Karakteristik Pesan Memberikan Kebaikan

Dalam postingan diatas, terdapat kalimat “*aku senang bermain dengan ayah*” yang dapat dikategorikan sebagai karakteristik pesan memberikan kebaikan. Kalimat “*aku senang bermain dengan ayah*” pada konteks diatas dapat diartikan sebagai respon dari seorang anak terhadap sikap baik ayahnya yang mau meluangkan waktu untuk bermain dengannya. Kalimat “*aku senang bermain dengan ayah*” juga bermakna, adanya sosok ayah yang peduli dan bertanggung jawab dengan anaknya didalam keluarga akan membawa kebahagiaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah meninjau uraian penelitian yang telah dijalankan, maka dalam bab ini berisi hasil serta kesimpulan dari penelitian tentang “**Pesan Dakwah dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)**”. Berdasarkan analisis pada 9 komik yang diambil berdasarkan jumlah like terbanyak setiap minggunya di akun *Instagram @rezaquran* pada bulan Februari hingga bulan Mei 2023, ditemukan adanya 3 materi pesan dakwah, yaitu Akidah, Akhlak, Syari’ah. Pada setiap komik tersebut penulis menemukan bahwa terdapat isi materi pesan yang berbeda-beda. Meski demikian, penulis tidak menemukan adanya dominasi isi materi pesan tertentu. Sedangkan pada karakteristik pesan dakwah, ditemukan 6 karakteristik pesan dakwah, yaitu Orisinil, Universal, Lengkap Mudah, Masuk Akal, Memberikan kebaikan. Pada setiap komik tersebut penulis menemukan bahwa terdapat kecenderungan karakteristik pesan yang berbeda-beda, tergantung tema dan bahasan yang termuat didalamnya. Karakteristik pesan dakwah yang lebih sering ditemukan, dibandingkan dengan yang lainnya adalah karakteristik pesan memberikan kebaikan.

B. Saran

Terdapat beberapa masukan yang dapat diberikan penulis berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan. Maka penulis berniat menyampaikan masukan kepada :

1. Kepada Pembaca

Peneliti menganjurkan kepada pembaca agar istiqomah dalam mempelajari serta mengamalkan pesan dakwah pada setiap aspek kehidupan, yang darinya diharapkan merubah keadaan ke arah yang lebih baik.

2. Bagi Pelaku Dakwah

Bagi pelaku dakwah agar senantiasa mengembangkan keilmuan baik itu dalam bidang agama juga dalam bidang teknologi masa kini yang berfungsi sebagai media dalam berdakwah, agar dakwah dapat berjalan beriringan dengan kemajuan zaman.

3. Bagi akun *Instagram* @rezaquran

Harapan dan doa penulis, agar senantiasa menyebarkan kebaikan ajaran Islam melalui pengembangan ide-ide kreatif dalam mengemas komik Islami. Selain itu, pengemasan pesan dakwah dapat menyesuaikan topik/bahasan isu-isu terkini yang sedang hangat diperbincangkan publik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*” Depok : Raja Grafindo Persada, 2018.
- Al Hasani, al-Maliki, Alwi, Muhammad, Sayyi. 2009 *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*”. Bandung: Cet I.
- Al-Qurtubi, Abd Allah, Abu’, 1994. *al-Jami’li Ahkam al-Qur’an*, (BeirutL:Dar al-Fikr, juz XII.
- Anshari,Saifuddin, Endang. 2004. *Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arbi, Armawati, 2003. *Dakwah dan Komunikasi*, Jakarta : UIN Jakarta Press.
- Atmoko Dwi Bambang, 2012. *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Ali, Moh., 2016. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Ciputat: Logos Wacana Ilmu, cet. 1
- Bisri, Mustafa. 1995. *Saleh Ritual Saleh Sosial*. Bandung: Mizan
- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fakhruroji, Mochammad, 2017. *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fathoni, Abdurrahman, 2006., *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* Jakarta: Pt Rineka Cipta
- Ghazali, M, Dodi, 2005. *Communication Measurement: Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Publik Relations*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hasyim. A, 1974. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur’an*, Jakarta : Bulan Bintang
- Jumantoro, Totok, 2001. *Psikologi dakwah dengan Aspek-Aspek Kejiwaan Yang Qurani*, Wonosobo: Amzah.
- Kasman, 2004. *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bil Qalam dalam Al Qur’an*, Teraju.

- Lathief, Nasaruddin, MS. H, *Teori dan Praktek Dakwah*, Jakarta: Firma Dara.
- McCloud, Scout. 2000. *Understanding Comics*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Mahmud, Ahmad, 2009. *Dakwah Islam*. Bogor:Pustaka Thariqul Izzah.
- Mulyati, Ani, 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* Jakarta:Pusat Humas Kementerian Perdagangan.
- Ramli, Muhammad, 2012. *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Banjarmasin: IAIN Antasari Press.
- Saputra,Wahidin. tt. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Saputra, Munzier, Hefni, Harjani. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Cet, II, PT Prenada Media.
- Sayuti, Husein, 1989. *Pengantar Metodologi Riset*. Jakarta: Fajar Agung.
- Shaleh, Rosyad, Abd. 1977. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang
- Umar, Taha. 2010. *Kiat Sukses Berdakwah dalam pengajaran*. Bandung: Cet I.
- Wijaya, Putu, Dewa. I. 2004. *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa*. Ombak, Yogyakarta

Jurnal

- Adilah, Faza, Ulya, Siti, Ridwan, Aang, Solahudin, Dindin “*Komik sebagai media dakwah*” *Tabligh Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Volume 4, Nomor, 4, 2019, 363-381. P-ISSN : 2611-9781, E-ISSN: 2622-9773, DOI: 10.15575/tabligh.v4i4.1056
- Aisyah, Lisda, Romario,.” *Komik Islam di Media Sosial Instagram*”, *Islamuna, Jurnal Studi Islam* 2019, Vol. 6. No.2,98-119 <https://doli.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588>
- Akhmad, Alia, Khabib, *Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM*, dalam *Jurnal Data.com* ISSN: 2086-9436, Vol.9, No.2 (2008)
- AlMunzir Vol. 9. No. 2 November 2016.
- Atabik, Ahmad dan Mudhiyah, Khoridatul “*Junral Pemikiran dan Hukum Islam*”, *Yudisia*, Vol. 5, No. 2 Desember 2014

- Farihah, Irzum, *Pengembangan Karrier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Perpustakaan Libraria.
- Ferdiansyah, Muhammad. *Asesmen Terhadap Ketrampilan Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dalam menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif*, Jurnal Fokus Konseling, Vol. 2, No. 2. (2016)
- Ghofur, Abdul, 2019. “*Dakwah Islam di Era Milenial*”. Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam. Vol 5, No. 2.
- Ispandriarno, S. Lukas, . “*Agama dan Media : Pemaknaan Isu Agama di ‘DETIKNEWS’*”, millah 12, no. 2.2013.
- Jurnal Ahmad, “*Desain Penelitian Analisis Isi Content (Content Analysis)*”, dalam Jurnal Method, 25 Juni 2018
- Madany, Malik, A,: *Syukur dalam persepektif al-Qur’an*, Az Arqa’, Vol. 7, No. 1, Juni 2015
- Moeniri, Yasya, Syahida. 2017. “*Like Islam Project, Strategi Dakwah Masa Kini* “. DIROSAT, Vol.02, No.01.
- Nugeraha, Arya, Karim Abdullah, Nurliah “*Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di kota Samarinda*” eJournal Ilmu Komunikasi, 2020, 1 (1): 1-15 ISSN 0000-0000, ejournal,ilkom.fisipunmul.ac.id 2020.
- Prasetya, Herdian, Alexander. “ *Perancangan Komik digital sebagai media Informasi mengenai Teluk Benoa*” Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Desain Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga Desember 2020.
- Romadlany, Zakiyah, Farhan “*Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini, Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*” El-Furqania Volume 05/No.01/Februari 2019 p-ISSN : 2460 -383 X, e -ISSN :2477-8249 Universitas Nurul Jadid Probolinggo
- Sari, Intan, Novita, Nasrullah, Ruli Ilmu *Dakwah: Academic Journal for Homelitic Studies* Vol. 6 No. 1 uni 2012 24-40 ISSN 1693-0843. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hlm. 26.
- Sasongko, G, Setiawan. 2005. *Kartun Sebagai Media Dakwah*. Jakarta: Sisma Digi Media.
- Sholikah, Amirotnun, *Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif, dalam Jurnal Komunika*, Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, Vol. 10, No. 2, (2016)

- Sugianto, Stephany, Bobby, *Persepsi Mahasiswa atas Pemilihan Barang Yang Ditampilkan Sandra Dewi: Analisis Isi Visual Melalui Media Instagram*. Jurnal Departement of Communication Studies. President University.
- Sunarto, Wagiono “ *Transformasi Visual Tokoh Mahabarata dalam Sejarah Komik Indonesia*”. Jurnal Seni & Budaya Pangung Vol. 23, No. 1, Institut Kesenian Jakarta, 2013: 1-18.
- Syafril, Hajrah, Khosiah, “*Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima*” dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan 2017, JISIP Vol. 1 No. 2 ISSN 2598-9944
- Tiarto, Hari, Eko. 2019. *EBOOK LIBRARY: Cara Berdakwah Pemuda Masa Kini*. Sukabumi: CV Jejak,
- Ummah, Hidayatul, Athik, “*Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah komunitas Arus Informasi Santri Nusantara*”. TASAMUH. Vol. 18, no. 1 (2020): 45-78.
- Waluyanto, Dwi, Heru, “ *Komik Sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran* “Jurnal Nirmana Vol7,No. 1 Januari 2005.
- Zein, Achyar, Ardiansyah, Firmansyah “*Konsep Tabarruj dalam Hadis : Studi tentang kualitas dan pemahaman hadis mengenai adab berpakaian bagi wanita*” At—Tahdis: Journal of Hadith Studies, Vol. No. 2 Juli Desember 2017
- Skripsi**
- Ferdiansyah, *Analisis Semiotik Pesan Dakwah Pada Teks Meme Film Dilan*, Dimuat dalam Skripsi, (Jakarta: Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Mubarak, Arfian, Muhammad, Skripsi “*Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam film “tak sekedar” Jalan*” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019
- Munir, Syaiful, Muhammad, 2019. “*Nilai-Nilai Dakwah Dalam Meme Tuman di Akun Instagram Khofifah Indar Parawansa*”, Semarang : UIN Walisongo Semarang
- Novidiyanti, Evi, 2021. Skripsi“ *Pesan dakwah melalui konten Tiktok (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Tiktok @Bayasman00)*” Ponorogo : IAIN Ponorogo

Website

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, komik, (Jakarta BPPB Kemdikbu, 2016).<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komik>. Diakses pada 13 April 2023 pukul 05.05 WIB.

Data diambil dari <https://Instagram.com/@rezaquran?igshid=YmMyMTA2M2Y> pada hari kamis 13 April 2023, pukul 00.01.

Tim APJII, Laporan Survei Apjii (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) Survei Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia tahun 2022. (Jakarta 2022, Diakses Melalui Apjii.or.id pada 23 Februari 2023 Pukul 17.00

