

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi, media komunikasi yang terus mengalami perubahan, ataupun inovasi-inovasi yang baru dalam bidang teknologi informasi. Semakin banyak cara yang bisa dilakukan saat ini untuk berkomunikasi dengan menyampaikan informasi secara langsung dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.¹ Salah satu cara yang dilakukan dalam menyampaikan pesan tersebut yaitu melalui media foto atau gambar.

Foto dapat dijadikan sebagai alat untuk mewakili sebuah kejadian atau informasi yang tidak dapat disampaikan melalui sebuah tulisan. Sejak munculnya fotografi, manusia semakin mudah menghasilkan kreativitas yang sebelumnya hanya dapat dilakukan melalui penggambaran dengan tangan. Selain itu juga fotografi mengalami perkembangan yang cukup pesat, fotografi bukan hanya sekedar gaya hidup akan tetapi semenjak munculnya era digital fotografi dimanfaatkan untuk berbagai keperluan visual dan bahkan dimanfaatkan untuk perkembangan dakwah Islam.²

Foto juga menyimpan sejuta makna yang terpendam, sehingga foto sering digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan melalui visual, seperti halnya foto jurnalistik. Foto jurnalistik disebut juga sebagai gambar atau foto yang mengutamakan sebuah realita, dimana foto yang dihasilkan bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan yang berfungsi untuk menarik simpati masyarakat di sebuah media massa.³

¹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 24.

²Abdullah, Tjetjep Facchrudin, dkk., *Konstruksi Dakwah Dalam Karya Fotografi, Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol 3. No (2018), 294 <<https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/download/685/264>>.

³Muhammad Dzikri, dkk, *Jurnalistik Foto Di Media Online, Ilmu Jurnalistik*, Volume 3, (2020), 54 <<https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/view/2142>>.

Fotografi jurnalistik juga merupakan media komunikasi yang memiliki elemen visual dan verbal. Dimana elemen visual yang dimaksud ialah foto yang dijadikan objek. Sedangkan elemen verbal yang dimaksud adalah *caption*, yaitu sebuah kalimat singkat yang menerangkan kegiatan dalam foto atau gambar tersebut.⁴ *Caption* dalam foto jurnalistik merupakan hal yang penting dari sebuah kejadian yang berlangsung singkat, juga sengaja diciptakan oleh fotografer untuk memperjelas sebuah peristiwa.⁵

Foto jurnalistik sering dimanfaatkan bagi jurnalis untuk berbagai keperluan kelengkapan suatu peristiwa atau berita sehingga foto jurnalistik sering muncul dimedia-media komunikasi, seperti koran, majalah, bahkan media sosial. Bahkan saat ini foto jurnalistik dimanfaatkan untuk masalah religiusitas dan menyiarkan pesan dakwah. Hal inilah merupakan sebuah inovasi dakwah melalui visual.

Dakwah bisa dilakukan melalui media apa saja, tidak terkecuali melalui media visual atau foto, sebab berasal dari segi kekuatan foto dapat dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi. Dakwah dan foto memiliki persamaan yang sama dan memiliki tujuan, yaitu untuk menarik simpati atau perhatian para *mad'u*. Setiap umat muslim berkewajiban untuk menyampaikan perkataan yang baik kepada orang lain walaupun hanya satu ayat. Kadang kala, pesan dakwah dalam sebuah foto kurang diperhatikan, banyak di antara mereka hanya menikmati dan memaknai foto tersebut dengan tergesa. Jika diperhatikan dengan seksama dalam suatu foto, mampu menggugah perasaan kemanusiaan, dan dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong sebuah perubahan. Prayanto W.H dalam bukunya berpendapat bahwa foto adalah sebagai salah satu media dalam komunikasi visual, karena foto dapat menimbulkan kesan kepada komunikan, tanpa mempersoalkan apakah kesan tersebut bersifat positif atau negatif.⁶

⁴Lilis Amaliah Rosdiana, *Ketidakefektifan Kalimat Pada Caption Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti, Pend. Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*, Vol. 9, No (2019), 69, <https://journal.unpas.ac.id/index.php/literasi/article/download/1149/884>.

⁵Yunus Syarifuddin, *Jurnalistik Terapan*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 93.

⁶Prayanto W.H, *Digitaliasi Fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 100.

Media komunikasi saat ini terus bersaing dalam memberikan informasinya, sehingga masyarakat sekarang begitu mudah dan cepat mendapatkan informasi melalui media sosial. Dengan perkembangan ini, media sosial menjadi alat yang efektif untuk perkembangan dakwah Islam. Media dijadikan sebagai alat pendorong bagi pengembangan dakwah kedepannya dan media saat ini sangat dibutuhkan oleh para *dai* untuk berdakwah, mengingat perkembangan dakwah Islam pada zaman modern ini. Dahulu dakwah hanya dilakukan di atas mimbar menggunakan segala keterbatasannya.⁷ Tetapi kini, dengan adanya media sosial *dai* dengan mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah mereka dapat diterima secara cepat dan praktis oleh masyarakat.⁸

Salah satu media sosial yang dijadikan untuk berdakwah yaitu melalui media sosial *Instagram*, sebab *Instagram* saat ini banyak digemari oleh masyarakat tidak terkecuali oleh kalangan muda, sehingga menjadi peluang untuk berdakwah di media sosial *Instagram*. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai media untuk berdakwah atau pun menyampaikan ajaran Islam. Dengan mengajak dan memberikan informasi yang bermanfaat, baik dalam bentuk foto, video maupun tulisan melalui media sosial hal ini termasuk salah satu bentuk kegiatan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* memberikan manfaat yang baik bagi penikmatnya. Sebagaimana dijelaskan dalam surah Fushshilat ayat 33:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ۝ ٣٣

Artinya : Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?". (Q.S. Fushshilat ayat 33)⁹

Melalui media sosial *Instagram* kini semakin banyak para kalangan anak muda yang memanfaatkannya menjadi media buat berdakwah. Aktivitas dakwah melalui *Instagram* terus berkembang juga seiring banyaknya *dai-dai* memanfaatkan

⁷Abdullah, *Ilmu Dakwah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 160.

⁸Irti Sulastri, *dkk.*, *Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah : Study Terhadap Da'i Di Kota Padang, Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Volume 11 (2020), 162 <<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/download/2081/1476>>.

⁹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Jakarta: Lajnah Pentashihah Mushaf Al-Quran, 2019), hlm. 480.

Instagram sebagai media dakwah. Pada umumnya Instagram berisikan foto atau gambar, dan video, tetapi pada saat ini para *dai* menambahkan caption mengenai hal-hal religius seperti ayat-ayat Alquran dan nilai Islam lainnya.¹⁰

Seperti halnya *content creator* Indonesia yang menggunakan *Instagram* yaitu Ade Bayu Indra sebagai *fownder* yang memiliki ide yang cemerlang membuat suatu komunitas bernama *Fotografermuslim*. Dengan nama akun *Instagram* yaitu *@fotografermuslim* sebagai media dakwahnya. Beliau mengajak para komunitasnya untuk memanfaatkan hasil fotografi menjadi dakwah visual lewat media sosial *Instagram*. Akun *Instagram* tersebut dibuat pada tahun 2019, dan saat ini akun tersebut telah diikuti lebih dari 5.877 *followers* (pengikut). Isi kontennya berupa hasil foto dan juga video yang diambil dari para komunitas *Fotografermuslim*. Dan yang menjadi hal menariknya hasil foto dan juga video dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan menambahkan caption yang menyebarkan sebuah ajakan kebaikan dengan nilai-nilai Islamiah. Berikut ini contoh postingan akun *Instagram @fotografermuslim* :



Gambar 1.1 Foto jurnalistik pada akun Instagram *@fotografermuslim*

Berdasarkan contoh postingan akun *Instagram @fotografermuslim* dapat dilihat bahwa penyampaian materi atau pesan dakwah tidak sama dengan yang dilakukan oleh para *dai* pada umumnya hal inilah yang menjadi ciri khas tersendiri

¹⁰Yolanda Stellarosa, dkk., *Pemanfaatan Akun Instagram @Hanan_Attaki Sebagai Media Dakwah, Komunikasi, Vol 4 (2) (2022), 1338*
<<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/25360/12929>>.

bagi akun *@fotografermuslim*. Sebuah foto jurnalistik dimanfaatkan sebagai media dakwah visual merupakan hal yang menarik bagi siapa saja yang melihat keindahan dari objek yang difoto. Dengan memanfaatkan foto jurnalistik sebagai media dakwah lewat *caption* singkat dengan nilai-nilai dakwah. Pesan yang terdapat dalam sebuah foto jurnalistik dapat dipahami melalui tafsiran dari para penikmatnya melalui media sosial *Instagram @fotografermuslim*. Oleh karena itu, foto jurnalistik pada akun *Instagram @fotografermuslim* yang membawa misi “*amar ma'ruf nahi munkar*”, dengan misi utamanya untuk menyebarluaskan pesan-pesan tentang ajaran Islam. Dari uraian diatas, peneliti tertarik dengan judul "***Pesan-Pesan Dakwah Foto Jurnalistik Pada Akun Instagram @Fotografermuslim Pada Tahun 2021***".

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, maka peneliti memfokuskan pada tiga permasalahan, adapun rumusan masalah ini antara lain yaitu:

1. Bagaimana pesan-pesan dakwah dalam isi *caption* foto jurnalistik pada akun *Instagram @fotografermuslim*?
2. Bagaimana pesan dakwah terkait foto jurnalistik dijadikan sebagai dakwah visual pada akun *Instagram @fotografermuslim*?
3. Bagaimana isi komentar atau respon *Followers* terhadap pesan dakwah foto jurnalistik pada akun *Instagram @fotografermuslim*?

C. Batasan Istilah

Agar menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian, maka peneliti perlu menegaskan makna dari judul penelitian yaitu "***Pesan-Pesan Dakwah Foto Jurnalistik Pada Akun Instagram @Fotografermuslim Pada Tahun 2021***". Adapun penjelasan dari masing-masing variable tersebut ialah :

1. Pesan Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pesan adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain. Pesan merupakan sebuah informasi yang disampaikan oleh komunkator kepada komunikan. Pesan yang

disampaikan bertujuan untuk memberikan efek, mengubah perilaku orang, baik kelompok ataupun organisasi lainnya.¹¹

Kata dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penyiaran, propaganda serta seruan untuk mempelajari, memeluk dan mengamalkan ajaran agama Islam. Secara sederhana dakwah adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan *amar ma'ruf nahi munkar*.

Dalam penelitian ini, pesan dakwah yang disampaikan berupa isi *caption* dan pesan dakwah yang terkandung pada foto jurnalistik yang terdapat dalam *postingan* pada akun *Instagram @fotografermuslim*. Peneliti tidak menggunakan keseluruhan *postingan* foto untuk diteliti, karena pada setiap foto yang di *posting* tidak semuanya mengandung unsur jurnalistik, sehingga peneliti hanya fokus kepada foto-foto yang mempunyai unsur foto jurnalistik dalam rentang waktu pada tahun 2021 yang terdapat pada akun *Instagram @fotografermuslim*.

2. Foto Jurnalistik

Kata jurnalistik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, merupakan yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran. Sedangkan Jurnalistik menurut istilah yaitu pencarian, mengumpulkan, penyajian atau menyiarkan, menyebarluaskan berita melalui media.¹² Jadi, Foto jurnalistik ialah foto atau gambar yang mengandung unsur realita, dimana gambar yang dihasilkan lewat proses fotografi bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi, serta dapat menceritakan suatu kejadian yang menarik bagi publik dan disebarluaskan melalui media massa.

3. Instagram Sebagai Media Dakwah

Media atau *wasilah* merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak sehingga tercapainya kepada suatu yang dimaksud. Media dakwah merupakan alat atau sarana yang bersifat objektif yang dapat menjadi saluran untuk menghubungkan pesan atau ide kepada mad'u, dan merupakan bagian penting dalam menentukan perjalanan dakwah.

¹¹Koesomowidjojo Suci R'. Mar'ih, *Dasar-Dasar Komunikasi*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2021), hlm. 4.

¹²Ahmad Qorib, *Jurnalistik Islam*, (Indonesia: Guepedia, 2019), hlm. 8.

Adapun alat yang digunakan sebagai perantara untuk melaksanakan aktivitas dakwah yaitu seperti, tulisan, lisan, audio, visual dan juga keteladanan.¹³ Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi media dakwah terus mengalami kemajuan, media massa menjadi alat yang efektif untuk perkembangan dakwah Islam seperti halnya media sosial Instagram.

Salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media berdakwah yaitu @fotografermuslim yang memiliki tujuan untuk menyebarkan dakwah lewat visual. Dengan memanfaatkan pesan-pesan dakwah yang terkandung didalam isi *caption* dan juga pesan yang terkandung dalam foto jurnalistik pada *postingan* akun Instagram @fotografermuslim.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pesan-pesan dakwah dalam isi caption foto jurnalistik pada akun Instagram @fotografermuslim.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah terkait foto jurnalistik dijadikan sebagai dakwah visual pada akun Instagram @fotografermuslim.
3. Untuk mengetahui isi komentar atau respon *Followers* terhadap pesan dakwah foto jurnalistik pada akun Instagram @fotografermuslim.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi tambahan dalam pengembangan penelitian bagi yang membutuhkan, khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai penelitian pesan dakwah Islami melalui media sosial *Instagram*.

2. Kegunaan Praktis

¹³Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perseptif Filsafat Mabadi 'Asyarah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 27.

- a. Dapat memberikan masukan kepada para *dai* sebagai perenungan dan juga pertimbangan dalam mengemas proses penyampaian dakwah melalui media sosial *Instagram*.
- b. Sebagai informasi kepada masyarakat bahwa dakwah juga dapat di peroleh melalui media sosial *Instagram* dengan beragam kreatifitas yang dapat mempermudah penerimaan pesan dakwah.

F. Sistematika Penulisan

Supaya lebih tersusun serta terarah, peneliti kelompokkan penelitian ini ke dalam 5 bab, dimana sistematika penulisan sesuai dengan urutan masing-masing bab yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang terdiri dari empat pokok bahasan yaitu pertama, terkait pesan- pesan dakwah, kedua membahas tentang foto jurnalistik, ketiga membahas mengenai sosial media Instagram, keempat membahas kajian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum profil *Instagram* @fotografermuslim dan menguraikan temuan hasil penelitian berupa pesan- pesan dakwah pada foto jurnalistik yang terdapat pada akun *Instagram* @fotografermuslim.

Bab V Penutup

Pada bab ini tentang uraian dari hasil penelitian yang dituangkan secara ringkas dalam bentuk kesimpulan dan saran-saran.