

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya wabah COVID-19 atau yang kita kenal dengan sebutan virus korona memberikan pengaruh yang sangat besar dalam beberapa aspek kehidupan manusia. dengan adanya wabah ini mengakibatkan semua kegiatan yang dilakukan sehari-hari mengalami perubahan yang berbeda dari biasanya, penularan virus melalui kontak antar manusia, mengakibatkan munculnya pelarangan dalam melakukan kegiatan yang melibatkan orang ramai.

Social distancing menjadi satu satunya jalan keluar yang dipilih oleh pemerintah dalam meminimalisir perkembangan dan penyebaran wabah covid-19 ini, Social distancing atau pembatasan interaksi sosial masyarakat menyebabkan terhambatnya laju pertumbuhan dan kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya yaitu aspek keagamaan. Aturan social distancing juga berlaku dalam hal peribadahan, pemerintah mengeluarkan aturan untuk beribadah dari rumah, menutup masjid masjid sebagai bentuk proses pemutusan penyebaran virus korona ini, dengan social distancing juga, kegiatan yang melibatkan kerumunan orang untuk saat ini dihentikan, misalnya, pengajian, kajian, sholat berjamaah dan yang semisalnya.

Internet dipandang sebagai media strategis yang dinilai efektif menjadi sarana untuk mendakwahkan Islam kepada umat yang berada di

belahan dunia mana pun. Pesan-pesan keislaman yang dipublikasikan tak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, mad'u-nya juga tersebar di berbagai belahan dunia, yang jumlahnya bisa jauh melebihi dakwah Islam di masjid dan majelis taklim. Pesan-pesan amar ma'ruf nahi munkar yang di-upload di internet, selain bentuknya bisa beragam juga dapat diakses siapa pun, di mana pun, dan kapan pun.¹

Internet yang menjadi hasil berkembangnya teknologi informasi kini telah menembus batas ruang kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah. Kemajuan teknologi yang sering dengan berkembangnya dinamika perubahan masyarakat menuntut aktivitas dakwah tidak hanya menggunakan cara-cara konvensional tradisional, face to face berhadapan langsung dengan audiens dakwah, namun sedikit demi sedikit bergeser menggunakan media digital sebagai instrument keberlangsungan dakwah di era digital. Penggunaan media digital sebagai transformasi dakwah di era digital dapat kita rasakan hampir setiap saat melalui Smartphone kita masing-masing, melalui aplikasi facebook, youtube, WhatsApp, twitter, website, Instagram dan platform media maya lainnya.

Perkembangan teknologi informasi serta internet membawa manusia kedalam peradaban yang serba canggih. Inovasi-inovasi baru bermunculan dan diadopsi secara mudah serta dipertimbangkan secara logis oleh manusia. Munculnya berbagai aplikasi chat dan sosial media

¹ Muhaemin, Enjang. *Ilmu Dakwah*. (Academic Journal for Homiletic Studies Volume 11 Nomor 2), hlm. 347.

seperti: Facebook, Whatsapp, Telegram, Twitter, Youtube, Instagram adalah salah satu produk dari berkembangnya teknologi informasi.

Teknologi mempunyai andil besar dalam mempermudah komunikasi antar manusia, munculnya media sosial merupakan wujud hasil perkembangan teknologi di jaman sekarang.² Tidak dapat dipungkiri, perubahan teknologi sekarang ini masuk diberbagai aspek kehidupan manusia, termasuk aspek beragama. Jumlah pengguna internet hampir 172 juta jiwa dari total 246,16 jiwa penduduk.³ Di Indonesia, pengguna internet Itu berarti setengah dari penduduk Indonesia telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini yang dimanfaatkan sebagian orang untuk menggunakan sosial media menjadi media interaksi dan media publikasi komersil. Dewasa ini, aplikasi media sosial yang populer digunakan ialah Instagram.

Oleh karena itu, perkembangan media dakwah harus dapat mengikuti perkembangan jaman yang berbasis serba digital. Berdakwah secara langsung dengan melalui lisan kini berkembang menjadi dakwah yang lebih modern berbasis digital. Dalam hal ini dakwah menggunakan media digital sebagai sarana untuk penyampainnya. Pemanfaatan internet sebagai media dakwah menjadi suatu kebutuhan diberbagai negara termasuk di Indonesia. Hal ini sebagai bentuk transformasi media dakwah di era digital sekarang ini.

² Juniawati. *Dakwah Melalui Media Elektronik*. (Jurnal Dakwah, Volume XV, No.2.U), hlm. 53.

³ Survey Internet APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia) Tahun 2018, <https://survei2018s/>, diakses tanggal 20 agustus 2019.

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat menampung segala bentuk karya visual yang berupa foto maupun video. Pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi apapun dan dimanapun dari pengguna lain, termasuk membagikan foto dan video. Menurut hasil survey dari APJII (Asosiasi penyelenggara internet Indonesia) pengguna aktif Instagram mencapai 46 juta pengguna dari berbagai umur.⁴ Hasil Survey tersebut menjadi bukti perlu adanya aktifitas dakwah yang mampu menjangkau bukan hanya di lingkungan nyata, akan tetapi juga dapat menjangkau audiens di lingkungan maya melalui jejaring media sosial termasuk Instagram.

Diantara keunggulan Instagram dibanding dengan media sosial yang lain ialah kemudahan dalam mengakses konten ataupun informasi yang diinginkan melalui fitur-fitur yang tersedia, baik foto maupun video-video pendek beserta informasi teks yang disampaikan melalui caption disetiap postingan yang diunggah pengguna lain. Hal ini yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk secara efektif dan mudah dalam mendapatkan informasi.

Keunggulan ini dimanfaatkan pengguna Instagram untuk memposting informasi yang disajikan melalui foto, gambar maupun video, baik untuk keperluan bisnis maupun non bisnis. Konten yang disajikan dikemas semenarik dan sekreatif mungkin untuk menarik pengguna lain mengikuti akun mereka dan mengkonsumsi informasi yang diberikaan.

⁴ *Ibid*

Dikalangan anak muda sering kali menuangkan perasaannya melalui media sosial, tak jarang ide-ide kreatif juga disalurkan melalui postingan, caption, gambar dan video yang kemudian diunggah di media sosial. Hal inilah yang kemudian oleh kalangan pemuda dari kaum santri dimanfaatkan untuk melakukan dakwah dengan menggunakan media sosial instagram.

Untuk itu, perancangan yang menarik dari setiap elemen visual yang ditampilkan akan berpengaruh terhadap persepsi pengguna lain dalam mengenali identitas setiap akun. Desain komunikasi menjadi instrument penting dalam membentuk identitas visual sebuah tampilan visual yang terdapat di setiap postingan di Instagram.

Peluang ini pula yang dimanfaatkan oleh salah satu akun Instagram @santridesign, salah satu akun yang memberikan informasi lewat postingan di Instagram. Konten yang disajikan berisikan pesan-pesan keagamaan dan fenomena yang sedang populer diperbincangkan yang dikemas secara kreatif.

Santri design membuat perancangan secara agenda setting dengan mengangkat isu covid sebagai isu yang populer di perbincangkan dengan berisikan dakwah digital untuk membentuk kesadaran masyarakat agar menjaga protokol kesehatan. Selain itu, perkara tentang penunaian ibadah di masa pandemi juga turut diperhatikan agar umat islam tetap melaksanakan kewajiban sebagai umat muslim walaupun masa pandemi.

@santridesign merupakan akun instagram yang digunakan oleh komunitas santri design community untuk mempublikasikan karya desain

grafis dari kalangan santri. Komunitas ini dibawah naungan PWNU Jawa Timur yang di promotori oleh kalangan muda kaum santri di berbagai daerah se-Indonesia. Komunitas ini berdiri dilatarbelakangi karena kegelisahan para santri melihat minimnya dakwah yang disebarkan melalui media digital kurang diminati oleh public karena kurang menarik perhatian.

Penelitian ini menarik dilakukan karena sebelumnya kegiatan dakwah umumnya dilakukan secara tatap muka dan dalam bentuk pertemuan, seperti pengajian dimasjid dan forum forum keagamaan yang lain. Akan tetapi semenjak munculnya Covid-19 yang memberikan banyak perubahan kehidupan sosial, dakwah melalui media-media digital seperti media sosial. Hal ini pula yang dimanfaatkan beberapa kalangan santri baik kelompok maupun individu turut serta menggunakan media sosial untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat luas yang berkaitan dengan pandangan islam di era pandemi Covid-19.

Tata cara islam menghadapi kebiasaan-kebiasaan baru dimasa pandemi ini cukup perlu diperhatikan dan disebarluaskan, selain untuk tetap menjalankan Amar Ma'ruf Nahi Munkar, pembentukan kesadaran masyarakat untuk menghadapi masa pandemi dengan cara yang sudah ditetapkan pemerintah.

Santri dizaman yang modern dan serba canggih ini banyak memiliki kemampuan dakwah yang lebih canggih dan kotemporer. Melalui media sosial, dakwah secara tradisional seperti diforum pengajian dimasa

pandemi Covid-19 dilakukan secara digital dengan berbagai bentuk yang meramaikan dunia maya.

Penelitian ini berjudul “DAKWAH DIGITAL PADA AKUN INSTAGRAM SANTRI DESIGN DI ERA PANDEMI: STUDI AGENDA SETTING ” menarik dilakukan karena mempelajari tentang dakwah digital dengan studi agenda setting yang dilakukan oleh akun media sosial sebagai sarana untuk menyadarkan masyarakat islam, baik dari isu maupun agenda media.

B. Rumusan Masalah

Berdasar dari latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana agenda setting pada akun Instagram @santridesign yang berkaitan dengan dakwah digital dimasa Pandemi ?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah : untuk menjelaskan agenda setting pada akun Instagram @santridesign berkaitan dengan dakwah digital.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang berjudul “Dakwah Digital dan Instagram: Agenda Setting pada akun Instagram Santri Design” ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan sumbangsih pemikiran tentang agenda setting dengan dakwah digital menggunakan media *sosial* Instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil da ri penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi dan rujukan menentukan agenda setting untuk keperluan dakwah menggunakan media *sosial* di era digital.

