

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses pembuatan makna dari hal-hal yang kita alami dalam lingkungan.¹ Persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.²

Sementara dalam kamus lengkap bahasa Indonesia populer, persepsi memiliki pengertian sebagai tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan tentang suatu objek dengan menggunakan panca indera.³

Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organism atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrasi dalam diri individu seperti perasaan, kemampuan berfikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut seperti

¹ Alo Liliweri, *Komunikasi Antar-Personal*, (Jakarta: Kencana, 2015) h. 161.

² Jalaluddin Rakhmat, *Loc. cit.*

³ Muhammad Asngad, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Peringatan Bahaya Merokok Pada Setiap Kemasan Rokok*, (Skripsi IAIN Purwokerto 2016), h.6.

penerimaan panca indera, proses berfikir perasaan, tindakan, sikap, perilaku dan lain-lain.⁴

Dari beberapa pengertian persepsi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tanggapan seseorang atau individu mengenai sesuatu yang diteliti, di amati, dilihat dan dirasakan oleh panca indera.

2. Faktor-Faktor yang Berperan dalam Persepsi

a. Obyek yang dipersepsi

Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.⁵

b. Alat indera, syaraf dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.⁶

⁴ Basyeerah Binti Ahmad Khairani, *Pengaruh Program Dakwah "Tanyalah Ustadz" Di TV9 Terhadap Persepsi Komunitas Masjid Ridwania Perak Malaysia* (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang 2016), h. 16.

⁵ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), h.70

⁶ *Ibid.*, h. 71.

c. Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.⁷

3. Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut. Objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Perlu dikemukakan bahwa objek dan stimulus itu berbeda, tetapi ada kalanya bahwa objek dan stimulus itu menjadi satu, misalnya dalam hal tekanan. Benda sebagai objek langsung mengenai kulit, sehingga terasa tekanan tersebut.⁸

Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini yang disebut sebagai proses fisiologis. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai proses psikologis. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang misalnya apa yang dilihat, apa yang didengar, atau apa yang diraba, yaitu

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

stimulus yang diterima oleh panca indera. Proses ini merupakan proses terakhir persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya.⁹

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rhenal Kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut.¹⁰

a. Latar Belakang Budaya

Persepsi itu terkait oleh budaya. Bagaimana kita memaknai suatu pesan objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap realitas.

b. Pengalaman Masa Lalu

Audience atau khalayak, umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Maka intensif hubungan antara objek tersebut dengan audience, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh audience. Selama audience menjalin hubungan dengan objek, ia akan melakukan penelitian. Pada produk-produk tertentu, biasanya pengalaman dan relasi itu tidak hanya dialami oleh satu orang saja, melainkan sekelompok orang sekaligus. Pengalaman masa lalu ini biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita dan kejadian yang melanda objek.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Idil Baso, *Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Penistaan Agama Di Media Sosial* (Skripsi UIN Alaudin Makassar 2017), h. 18.

c. Nilai-Nilai Yang Dianut

Nilai adalah komponen evaluasi dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan, dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, oleh karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah.¹¹

d. Berita-Berita Yang Berkembang

Berita-berita yang berkembang adalah berita-berita seputar produk baik melalui media massa maupun informasi dari orang lain yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita berkembang merupakan salah satu bentuk rangsangan yang menarik perhatian khalayak. Melalui berita yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada benak khalayak. Tidak jauh dengan pendapat Rhenald Kasali, Ristianti Prasetijo dan J.O.J Ihtwaluw menyimpulkan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi orang. Faktor internal meliputi, kebutuhan saat itu, nilai-nilai yang dianutnya, ekspektasi atau pengharapannya. Sedangkan faktor eksternal adalah tampilan produk, sifat-sifat stimulus, situasi lingkungan.¹²

¹¹ *Ibid*, h. 19.

¹² *Ibid*, h. 29.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu da'a, yad'u, da'watan yang berarti mengajak. Dalam pengertian ini, dakwah dapat juga diartikan memanggil, mengajak, mengundang, dan bahkan menyeru. Pengertian tersebut pun dapat diperluas lagi, yakni dakwah merupakan seruan untuk mengajak manusia menuju kebaikan dan menyadari perbuatannya.

Dakwah merupakan bagian yang esensial dalam kehidupan seorang muslim, yakni mengajak atau memberikan dorongan (motivasi), memberikan rangsangan serta membimbing orang lain. Tujuannya ialah agar orang tersebut menerima ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran demi dirinya dan bukan untuk kepentingan pendakwah.¹³

Pada dasarnya, mengajak manusia dalam hal kebaikan memang tugas bersama, lebih utama lagi dilakukan oleh seorang pendakwah. Sebagai seorang yang memiliki kapasitas pengetahuan agama yang baik, pendakwah patut menyampaikan dakwah kepada orang lain agar melakukan hal-hal yang bermanfaat dalam hidupnya.

Menurut al-Rawi yang dikutip oleh M. Tata Taufik bahwa dakwah adalah pedoman yang lengkap tentang perilaku manusia serta ketentuan hak dan kewajiban.¹⁴ Maksudnya adalah seluruh aspek dalam Islam dari urusan paling kecil sampai yang besar adalah dakwah, yang tidak luput dari suatu hal melainkan sudah

¹³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, *Loc.cit.*

¹⁴ Ahmad Pakhri M, *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Tren Media Dakwah* (Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2017) h. 12.

lengkap dan jelas. Muhammad al-Khadla Husain juga mengungkapkan bahwa dakwah adalah menyeru manusia kepada kebaikan dan hidayah serta amar ma'ruf nahi mungkar untuk mencapai kepada kehidupan yang bahagia dunia akhirat. Dakwah yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan agar Allah swt. memberikan hidayah, serta kegiatan amar ma'ruf nahi munkar yang akan mengatarkan orang kepada kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.

Pendapat lain dikemukakan oleh Adam 'Abdullah al-Alwariyy yang menyebutkan, dakwah adalah memalingkan pandangan dan pola pikir manusia pada akidah yang bermanfaat bagi mereka serta pada kemaslahatan, juga berarti upaya penyelamatan manusia dari kesesatan dan kemaksiatan yang merongrongnya. Maksudnya adalah dakwah akan mengantarkan seseorang pada akidah dan keyakinan yang kuat dengan mengesampingkan akal pikiran, dan menjadikan orang selamat dari bentuk pemikiran-pemikiran sesat dan perilaku maksiat yang bersarang dalam dirinya.

Menurut Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuniyy, bahwa dakwah adalah menyampaikan Islam kepada ummat manusia, mengajarkan dan mengamalkannya dalam kehidupan nyata.¹⁵

2. Landasan Hukum Dakwah

Berdakwah merupakan salah satu perintah Allah swt. dan merupakan seruan dari Rasulullah saw. yang wajib ditunaikan oleh seorang muslim. Adapun ayat Alquran

¹⁵ *Ibid.*, h. 13.

yang menjelaskan dasar hukum dakwah di antaranya adalah QS. Ali- Imran ayat 104 yang berbunyi:

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

Artinya:

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf, mencegah dari yang mungkar, dan merekaah orang-orang yang beruntung.”

Ayat di atas secara tegas memerintahkan untuk berdakwah sehingga ijma’ ulama sepakat tentang kewajiban dakwah. Setelah kesepakatan itu terjadi perbedaan pendapat tentang kewajiban itu sendiri. Sebagian ulama berpendapat fardhu kifayah, dan sebagian yang lain fardhu ‘ain dengan syarat sesuai kadar kesanggupan masing-masing.¹⁶

3. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut antara lain:¹⁷

a. Da’i (pelaku dakwah)

Da’i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi.

¹⁶ Khairi Syekh Maulana Arabi, *op.cit.*, h. 18.

¹⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenamedia, 2006) h.

Secara umum kata da'i ini sering disebut dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Siapa saja yang menyatakan sebagai pengikut Nabi Muhammad hendaknya menjadi seorang da'i, dan harus dijalankan sesuai *hujjah* yang nyata dan kokoh. Dengan demikian, wajib baginya untuk mengetahui kandungan dakwah baik dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, maka kewajiban berdakwah dibebankan kepada orang-orang tertentu.¹⁸

Nasruddin Latief mendefinisikan bahwa da'i adalah muslim dan muslimah yang menjadikan dakwah adalah *wa'ad, mubaligh mustama'in* (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.

Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberi solusi terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihidirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.¹⁹

b. Mad'u (penerima dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam

¹⁸ *Ibid.*, h. 22.

¹⁹ *Ibid.*

maupun tidak, tau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Secara umum Al-Quran menjelaskan ada tiga tipe mad'u, yaitu: mukmin, kafir, dan munafik.²⁰

Muhammda Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- 1) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir secara kritis dan cepat dapat menangkap persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat menangkap pengertian, pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.²¹

c. Maddah (materi) dakwah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

Secara umum materi dakwah dapat diklarifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:²²

²⁰ *Ibid.* h. 23.

²¹ *Ibid.* h. 24.

1. Akidah (keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan.

Iman merupakan esensi dalam ajaran Islam. Iman juga erat kaitannya antara akal dan wahyu. Dalam Al-Quran istilah iman tampil dalam berbagai variasinya sebanyak kurang lebih 244 kali. Yang paling sering melalui ungkapan, “*wahai orang-orang yang beriman*”, yaitu sebanyak 55 kali.

2. Syariah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslim.²³

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikuti seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam di berbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan. Kelebihan dari materi syariah Islam antara lain adalah, bahwa ia

²² *Ibid.*, h. 24

²³ *Ibid.*, h. 26.

idak dimiliki oleh umat-umat lain. Syariah bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.²⁴

3. Mu'amalah

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

4. Akhlak

Secara etimologis, kata akhlak berasal dari bahasa Arab, jamak dari "*khuluqun*" yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan "*khulukun*" yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *Khaliq* yang berarti pencipta, dan "*makhluk*" yang berarti yang diciptakan.

Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang memengaruhi perilaku manusia. Ilmu akhlak bagi Al-Farabi, tidak lain dari bahasan tentang keutamaan-keutamaan

²⁴ *Ibid.*, h. 27.

yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangai usaha pencapaian tujuan tersebut.²⁵

Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik buruk, akal, dan kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat. Karena ibadah dalam Islam sangat erat kaitannya dengan akhlak. Pemakaian akal dan pembiasaan akhlak mulia merupakan ajaran Islam. Ibadah dalam Al-Quran selalu dikaitkan dengan takwa, berarti pelaksanaan perintah Allah Swt. dan menjauhi larangannya.

d. Wasilah (media dakwah)

Wasilah atau media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah atau ajaran Islam kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media. Hazam Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima macam yaitu:²⁶

1. Lisan, adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat, spanduk, dan sebagainya.
3. Lukisan, adalah media dakwah melalui gambar karikatur dan sebagainya.

²⁵ *Ibid.*, h. 29.

²⁶ *Ibid.*, h. 32.

4. Audio visual, adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan atau kedua-duanya, seperti televisi, film slide, OHP, internet dan lain sebagainya.
5. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengar oleh mad'u.

Dakwah yang menjadi bagian dari praktik komunikasi dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan non massa. Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi atas tiga golongan yaitu, The spoken words (berbentuk ucapan), The printed writing (berbentuk tulisan), The audio visual (berbentuk gambar hidup). Media dakwah juga ada yang ditinjau dari segi sifatnya yaitu, media tradisional dan media modern. Penggolongan media dakwah berkaitan dengan benda atau alat. Dan media dakwah dalam hal ini dikelompokkan menjadi empat:²⁷

1. Media Visual

Media visual adalah alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk media ini diantaranya yaitu:

²⁷ Ahmad Pakhri M, *op.cit*, h.19.

a) Film slide

Media ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Film slide ini dapat dipakai berulang-ulang sejauh programnya sesuai dengan yang diinginkan. Namun untuk membuat program ini diperlukan orang yang ahli dalam bidang fotografi dan grafis.

b) *Overhead proyektor* (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Melalui media ini mudahnya dapat disusun sesuai selera da'i, tapi diperlukan ruangan yang beraliran listrik.

c) Gambar dan foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimanamana. Keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik, majalah dan sebagainya. Seorang da'i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien.

2. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Berikut beberapa yang termasuk kedalam media audio.

a) Radio

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio maka akan mudah dan praktis. Jarak komunikasi yang selalu jauh pun dapat dijangkau.

b) *Tape recorder*

Media ini termasuk media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset dan pita kaset yang berisi rekaman tersebut dapat diputar kembali dalam bentuk suara dan dapat diulang kapan saja sesuai kebutuhan.

3. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara bersamaan pada saat mengomunikasikan pesan dan informasi

a) Televisi

Masyarakat Indonesia terutama di beberapa daerah banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.

b) Film

Jika film digunakan sebagai media dakwah, maka misi dakwahnya adalah naskahnya, skenario, *shooting*, dan aktingnya. Media ini memiliki kekurangan

pada proses pembuatan yang cukup lama dan juga menggunakan biaya yang cukup besar. Namun media ini dapat menjangkau berbagai kalangan.

c) Internet

Di media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, budaya, da lainnya. Menyikapi fenomena ini, Nurcholis Madjid mengatakan yang dikutip oleh Samsul Munir Amin: “Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, umat Islam tidak perlu mnghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekerja.”

Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakawah*.

4. Media Cetak

Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media yang termasuk media cetak antara lain:²⁸

²⁸ Ahmad Pakhri M, *Ibid.* h.23.

a) Buku

Para ulama salaf terdahulu telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Seperti halnya Imam Al-Ghazali, Imam Nawawi, dan lain-lain.

b) Surat Kabar

Surat kabar menjadi media favorit dikarenakan harga yang murah dan juga berita yang ditampilkan selalu *up to date* dan membuat berbagai jenis berita. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar dengan cara para da'i menulis rubrik di surat kabar berkaitan dengan rubrik agama.

c) Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Jika berdakwah melalui majalah, maka seorang da'i dapat memanfaatkan dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

e. Thariq (metode dakwah)

Kata metode berasal dari bahasa Yunani *methodos* yang berarti cara atau jalan. Dalam bahasa Inggris ditulis dengan *method*, sedangkan dalam bahasa Arab diterjemahkan dengan *thariqat* dan *manhaj*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia kata tersebut mengandung arti “cara yang teratur dan berfikir baik-baik untuk mencapai

maksud (dalam ilmu pengetahuan dan sebagainya), cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.²⁹

Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian suatu cara yang ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia. Sedangkan dalam metodologi pengajaran ajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah.

Dalam bidang keilmuan, metode selalu berarti cara prosedur dari yang tidak diketahui menuju yang diketahui, dari titik pijak pijak tertentu menuju prosisi-prosisi akhir dalam ilmu yang ditentukan. Dalam ilmu-ilmu normative metode mengindifikasikan jalan menuju norma-norma yang mengatur perbuatan sesuatu. Sehingga dengan demikian metode adalah cara bertindak menurut sistem aturan tertentu, supaya kegiatan praktis terlaksana secara rasional dan terarah, agar mencapai hasil yang optimal. Atau sebagaimana yang di ungkapkan Ahmad Tafsir, bahwa metode adalah cara yang paling tepat dan cepat dalam melakukan sesuatu, tepat dan cepat dalam hal ini ukurannya sangat varian sekali, karena sesuai dengan kondisi oang, tempat, materi, media dan sosial-budaya yang mengintarnya.³⁰

Metode dakwah adalah suatu hal yang sangat vital dalam hal menentukan keberhasilan dakwah. Metode dakwah adalah cara yang ditempuh oleh da'i di dalam melaksanakan tugasnya dalam berdakwah, metode dakwah menyangkut masalah

²⁹ A, Alias, metode dakwah menurut Al-Qur'an, www.jurnalradenfatah.ac.id diakses tanggal 19 februari 2019 pukul 10:33 WIB.

³⁰ *Ibid.*

bagaimana cara dakwah itu harus dilakukan. Aktivitas-aktivitas dakwah yang dirumuskan akan efektif bilamana dilaksanakan dengan mempergunakan cara-cara yang tepat. Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktub dalam al-Qur'an.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa prinsip-prinsip dakwah Islam tidaklah menunjukkan kekuatannya, tidak hanya berpedoman kepada satu dua metode saja, akan tetapi selalu menampakkan *kefleksibelannya*. Hal ini sebagaimana sabda nabi muhammad SAW:³¹

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

*“Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran hendaklah ia mengubahnya (mencegahnya) dengan tangannya (kekuasaan) apabila tidak sanggup dengan lidahnya (nasehat) apabila ia tidak kuasa, maka dengan hatinya dan itulah selemah-lemahnya iman”.*³²

Dengan demikian, dakwah dapat dilakukan dengan metode apapun, asalkan sesuai dengan situasi dan kondisi serta materi yang akan disampaikan. Al-qur'an tidak hanya sekedar berisikan hukum dan ajaran untuk mengesakan Allah semata, akan tetapi juga dilengkapi dengan metode untuk menarik orang agar masuk dalam gama Islam.

³¹ *Ibid.*, h.145.

³² Syaikh ‘Abdul Muhsin Al-Badr, *Syarah Hadits Arba'in Nawawi*, (Jakarta: Griya Ilmu, 2018) h. 207

Dalam berbagai buku yang membicarakan tentang ilmu dakwah yang ada, ketika membahas metode dakwah, pada umumnya merujuk kepada surat an-nahl ayat 125 yaitu:³³

أَدْخُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجُدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah manusia kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Allah Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa metode dakwah yang diperintahkan oleh Allah kepada Rasul Saw. terdapat tiga metode yaitu:³⁴

1. Metode Bi Al-Hikmah

Dalam Ensiklopedi Islam Indonesia, hikmah secara harfiah berarti ucapan yang sesuai dengan kebenaran, falsafat, perkara-perkara yang benar dan lurus, keadilan dan lapang dada. Adapun menurut istilah pada ahli memberikan berbagai pengertian tentang hikmah sesuai dengan disiplin ilmu mereka masing-masing. Namun secara umum hikmah merupakan pengetahuan yang paling tinggi nilainya, yaitu pencerahan yang menghubungkan manusia pada pemahaman tentang dunia akhirat.

³³ *Ibid.*, h. 146

³⁴ *Ibid.*, h.146

Hikmah adalah memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah, materi yang dijelaskan tidak memberatkan orang yang dituju, tidak membebani jiwa yang hendak. Dengan kata lain, dakwah bi-al-hikmah adalah dakwah yang memperhatikan konteks sasaran dakwah, mengajak sesuai dengan kadar kemampuan mad'u yang pada gilirannya bisa membimbing mereka ke jalan yang diridhoi Allah, dengan tanpa harus mengorbankan dan menafikan setting sosial budaya mad'u.

2. Metode Mau'idzah Hasanah

Secara etimologi, lafadz mau 'idzah-derivasi dari kata wa'adza berarti "Peringatan atau nasehat agama" Nasehat atau anjuran yang bersifat Spritual. Secara terminologis menurut Syihata, mau 'idza hasanah adalah pelajaran yang baik yang dapat masuk dengan lebut ke dalam hati, dan mendalami perasaan dengan halus tanpa kekerasan dan kemarahan dari yang tidak perlu, tidak mengungkit kesalahan yang mereka (sasaran dakwah) lakukan, baik disengaja maupun tidak. Peringatan yang lebut lebih bisa memberi petunjuk bagi hati yang ingkar, keras dan menentang. Secara Teoritis, Dakwah dengan nasihat yang baik ini terkait erat dengan dakwah bi-al-hikmah. Artinya, kontek lagi-lagi begitu penting posisinya disini. Untuk menciptakan seruan, ajakan dan anjuran yang efektif, seorang da'i harus tau karakter emosional seorang mad'u, sebab tanpanya

dakwah seorang menjadi sangat kaku dan kering dan oleh karenanya sulit diterima dan dicerna oleh khalayak.³⁵

Abdu al-Rahim menjelaskan bahwa ma ‘uidzah hasanah ialah: Peringatan yang baik yang dengannya dapat melembutkan hati, yaitu melunakkan hati yang kesat, meneteskan air mata yang beku dan memperbaiki amal yang rusak. Pendapat ini nampaknya sejalan dengan mau ‘idzah hasanah adalah dakwah yang mampu meresap ke dalam hati dengan halus dan merasuk ke dalam perasaan dengan lemah lembut. Tidak bersikap menghardik, memarahi dan apa yang dikemukakan oleh Sayyid Quthb, ia menjelaskan bahwa metode mengancam dal hal-hal yang tidak perlu, Tidak membuka aib atas kesalahan-kesalahan audien, karena mereka melakukan hal itu disebabkan tidak tahu,. Sifat lemah lembut dalam penyampaian ajaran Islam, pada umumnya mendatangkan kebaikan. Sementara tokoh lain yaitu A.Hasymi menjelaskan bahwa mau idzah hasanah adalah pelajaran yang indah, yang senang orang lain mendengarkannya, memasuki sel-sel otak dan relung-relung hati.³⁶

3. Metode Mujadalah Al-Lati Hiya Ahsan

Secara etimologi mujadalah berasal dari akat kata jaadala, yujadilu, mujadalah yang berarti munaqasyah dan khashamah (diskusi dan perlawanan). Atau metode dalam berdiskusi dengan mempergunakan logika yang rasional dengan agumentasi yang berbeda Jaadala artinya berbantah-gantah, berdebat

³⁵ *Ibid.*, h. 148

³⁶ *Ibid.*, h. 149

bermusuhan, bertengkar. Kalau dibaca jadala artinya memintal, memilin, atau dapat juga dikatakan berhadapan dalil dengan dalil, sedangkan mujadalah diartikan dengan berbantah-bantah dan memperundingkan, atau perundingan yang ditempuh melalui berdebat dan pertandingan. Sedangkan menurut istilah terdapat beberapa pendapat dikalangan ulama antara lain; menurut Ibnu Sina ialah bertukar pikiran dengan cara bersaing dan berlomba untuk mengalahkan lawan bicara, sedangkan menurut al-Jurjani jidal ialah mengokohkan pendapatnya masing-masing dan berusaha menjatuhkan lawan bicara dari pemendirian yang dipeganginya. Berbeda dengan dua metode sebelumnya, metode dakwah yang ketiga ini lebih bersifat komunikatif. Artinya ada interaksi (feedback) aktif antara mad'u dengan materi dakwah yang disampaikan da'i. Namun yang perlu digaris bawahi di sini adalah bahwa diskusi atau perdebatan dakwah, jenis ini bukan dalam rangka menekan, menghina, mengalahkan dan menjatuhkan lawan bicara tetapi lebih sebagai upaya memberi peringatan, pengertian guna menemukan kebenaran.³⁷

Pakar tafsir dalam memahami surat al-Nahl 125 mempunyai pendapat yang sama, meskipun dalam redaksi yang berbeda, yaitu bantahan yang membawa kepada petunjuk dan kebenaran. Artinya melakukan dakwah dengan debat terbuka, sehingga bantahan atas tanggapan para audiens dapat diterimanya dengan senang hati, tanpa menimbulkan kesan yang tidak baik bagi mereka kepada juru da'i. Jika terdapat tanggapan balik, maka jawabannya harus dengan

³⁷ *Ibid.*, h. 151

menggunakan argumentasi yang logis dan jelas, sehingga antara kedua yang sedang bermujadalah sampai pada suatu kebenaran tanpa menimbulkan kebencian dan permusuhan.³⁸

f. Atsar (efek dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Atinya, jika telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah dan metode tertentu maka akan timbul respons dan efek pada mad'u atau penerima dakwah.

Efek sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal efek sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis efek dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis efek dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakannya penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya. Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.³⁹

Jalaluddin Rahmat dalam buku Muhammad Munir menyatakan bahwa *efek kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan,

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *op.cit.*, h. 34.

keterampilan, kepercayaan, atau informasi. *Efek afektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku.⁴⁰

4. Dakwah di Era Internet

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara *continue* terhadap objek dakwah. Kegiatan dakwah mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa sesuai dengan kondisi dan situasinya. Dakwah menjadi tugas setiap muslim dalam pengertian sederhana (dalam skala mikro) sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Namun dalam pengertian dakwah secara ideal dan makro, baik yang menguasai berbagai aspek, baik metode, materi, media dan menguasai sasaran dakwah.

Media komunikasi berarti semua medium yang dipakai dalam berkomunikasi. Pada level ini Islam nampak akomodatif dalam mengambil beberapa media baik yang tradisional maupun modern. Masalah media merupakan permasalahan peradaban manusia, dan peradaban erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya yang beredar serta peningkatan karsa dan kemampuan manusia. Maka seperti yang diketahui bahwa dakwah yang disampaikan di setiap masa selalu ada penggunaan media

⁴⁰ *Ibid.*, h. 35

melalui dari yang paling sederhana seperti bahasa dan isyarat samapi pada pencapaian teknologi pada masa itu.

Media komunikasi yang dikenal pada masa awal Islam adalah bahasa dalam bentuk syair. Selain syair ada juga khutbah yang saat ini dilambangkan dengan kegiatan ibadah seperti khutbah jum'at, idul fitri, idul adha, shalat gerhana, istisqa, dalam dalam acara keagamaan lainnya, sebagai bentuk media dakwah tradisional. Berbeda dengan zaman modern saat ini yang begitu banyak media yang bisa digunakan untuk berkomunikasi seperti televisi, radio dan internet.

Dakwah di era ini tidak hanya cukup jika disampaikan melalui lisan tanpa adanya perangkat pendukungnya. Dakwah yang disampaikan oleh lisan hanya dapat menjangkau mad'u dengan jarak terbatas. Dakwah dengan menggunakan alat bantu maka setidaknya akan memperluas jaraknya atau bahkan tidak ada jarak sama sekali. Seperti misalnya seorang menyampaikan dakwah di atas mimbar tanpa mikrofon atau penguat suara, maka yang mendengar hanya orang ada di dalam mesjid, jika menggunakan alat elektronik seperti mikrofon dan penguat suara lainnya, maka orang-orang yang berada di luar mesjid pun dapat mendengar. Cara kerja media internet juga seperti itu, seseorang dapat berdakwah tanpa ada batas ruang dan waktu di dalam jaringan internet. Dakwah dapat disampaikan dan orang yang berada di beda negara pun bisa mendapatkan dakwah tersebut.

Keberadaan media internet bisa melampaui pola penyebaran pesan atau informasi dari media tradisional, karena media internet memiliki sifat yaitu bisa berinteraksi,

mengaburkan batas geografis, dan bisa dilakukan kapan saja. Salah satu karakter yang disebut sebagai media lama atau baru adalah karakter broadcast yang mewakili media lama, sementara karakter interactivity yang mewakili media baru. Dakwah melalui internet merupakan sebuah inovasi baru dalam syiar Islam, dan tentu akan memudahkan para dai dalam menyampaikan dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan sekaligus tantangan dalam memperluas cakrawala dakwah Islamiyah. Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana orang-orang peduli akan dakwah dan mampu memanfaatkan media internet sebagai sarana dan media yang menunjang proses dakwah Islamiyah. Umat muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi. Secara khusus terdapat tiga alasan mengapa berdakwah melalui internet itu penting:

- 1) Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Di Indonesia, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbanyak, sedangkan di dunia, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbanyak kedua setelah kristen. Hal ini yang sama juga terjadi di Amerika, Perancis, dan Inggris. Pertumbuhan pemeluk Islam di negara eropa lainnya dan Australia juga sangat pesat. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu keep touch dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.
- 2) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat yang perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan

pemikiranpemikiran yang jernih dan benar serta pesan pesan ketuhanan keseluruh dunia. Internet saat ini banyak digunakan menyebarkan propaganda anti Islam atau memberikan informasi tentang Islam yang salah. Maka penggunaan internet merupakan salah satu cara efektif melawannya. Kehadiran internet sekaligus menjadi ajang dakwah ke komunitas non-muslim.

- 3) Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim juga bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada, selama itu tidak bertentangan dengan akidah. Di negara-negara maju, media ini telah memudahkan muslim dalam mengelola dakwahnya dan berkomunikasi dengan anggota jamaah lainnya. Internet merupakan media baru yang sangat layak dijadikan sebagai media dakwah masa kini. Masyarakat disekitar telah menjadikan internet seperti teman hidup mereka. Hampir setiap waktu pasti mereka mengakses internet baik dari ponsel-ponsel mereka atau melalui perangkat elektronik lainnya.

C. Followers

Dalam kamus inggris indonesia kata followers diartikan sebagai pengikut atau penyokong.⁴¹

Arti kata followers di instagram adalah pengikut, yaitu orang yang mengikuti akun kita, jadi bila kita memposting sesuatu di akun instagram kita, baik itu berupa foto maupun video maka yang dapat melihat postingan tersebut terlebih dahulu

⁴¹ Kamus Lengkap, *Arti Kata Followers Dalam Kamus Inggris-Indonesia, loc.cit.*

adalah mereka yang menjadi followers kita ketimbang mereka yang bukan followers kita.⁴²

Menurut kamus inggris yang terdapat dalam laman situs Oxford Dictionaries pengertian *followers* dapat diartikan sebagai.

1. Seseorang yang mendukung dan mengagumi orang atau serangkaian ide tertentu.
2. Seseorang yang melacak orang tertentu, grup, organisasi dan lainnya di situs web atau aplikasi media sosial.
3. Seseorang yang memiliki minat aktif dalam kegiatan tertetu
4. Seseorang yang bergerak atau berjalan di belakang seseorang atau sesuatu.⁴³

Berdasarkan penjelasan diatas maka pengertian followers dapat diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang memiliki minat terhadap akun media sosial tertentu dan menjadikan akun tersebut baik sebagai acuan dalam berkehidupan atau hanya sekedar mencari tau beberapa informasi.

D. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*). Nama instagram diambil dari kata “insta” dan “gram” yang asal katanya “telegram”. Jadi instagram merupakan gabungan dari kata insta-telegram.

⁴² Musdeoraje.net, *loc.cit.*

⁴³ English Oxford Living Dictionaries, *definition of followers*, <https://en.oxforddictionaries.com> diakses tanggal 18 februari 2019 pukul 16:23 WIB

Dari pengguna kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirim informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain.

Menurut Michelle Wifalin dalam jurnal e-komunikasi program studi ilmu komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya (2016) Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberia efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lainnya yang menjadi *followers* anda.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-*follow* akun instagram kita.⁴⁴

2. Sejarah Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang asalnya “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”. Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam

⁴⁴ F Difika, *Tinjauan Umum Tentang Instagram*, <https://www.eprints.walisongo.ac.id> diakses tanggal 10 februari 2019 pukul 15:00 WIB.

bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan *social media* seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.

Instagram punya dua pendiri yang pertama Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia *App*. Systrom tumbuh di daerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari *Stanford University* pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan

manajemen. Lalu bergabung di Google selama dua tahun dengan tugas mengurus Gmail dan kemudian bekerja di tim Pengembangan Korporat. Dengan aktivitasnya yang banyak berkecimpung di dunia media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan *startup* teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi *mobile* dan ledakan besar *App* yang fokus pada *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com.

Kisah Instagram bukan hanya tentang Kevin Systrom. Seperti yang sering terjadi, ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal di publik, Mike adalah ruh dari *App*-nya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di *Stanford University*. Dia jenis insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain dan kreativitas yang kuat. Setelah lulus dari *Stanford University*, dia bergabung dengan *Startup Superhot Meeb*, sebuah platform *chat* berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak. Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda.

Dari keinginan yang sejalan tersebut, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama membuat keduanya tidak banyak mengalami kesulitan. Dimana Kevin tahu bahwa dengan masuknya Mike ke dalam kapal, mereka akan merencanakan sesuatu yang benar-benar berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu persis apa yang akan dia

lakukan dengan Burbn.com, aplikasi yang telah dikembangkannya beberapa waktu yang lalu tersebut. Lalu dengan bantuan pemikiran kekasihnya, Nicole. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia menggaet sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta.

Kevin Systrom dan Mike Kreiger meneruskan eksekusi dan fokus dengan sangat bagus. mereka berkuat penuh pada satu platform tunggal, *IPhone*, dan melakukan satu hal tunggal, yakni berbagi foto. Twitter dan Facebook mengikuti pertumbuhan Instagram dengan penuh minat dan kecemasan. Pertumbuhan semacam itu merupakan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011, keadaan mulai memanas bagi Instagram. Pada beberapa bulan sebelumnya, basis penggunaannya berlipat ganda menjadi 30 juta dan versi Android siap-siap diluncurkan.

Tepatnya hari Kamis, 5 April, Zuckerberg yang saat itu sebagai CEO dari Facebook, mengirim pesan teks ke Kevin Systrom, mengatakan dia ingin berbicara lebih jauh. Ketika bertemu, Zuckerberg bersikukuh bahwa Facebook adalah rumah sempurna bagi Instagram. Kemudian ia membingkai ulang negosiasinya. Dengan angka final yang disepakati sebesar \$1 miliar yang merupakan kombinasi saham Facebook dan uang tunai pamanis sebesar \$500 juta. Salah satu alasan terbesar perusahaan-perusahaan mengakuisisi adalah untuk mendorong pertumbuhan. Facebook mengakuisisi Instagram dengan harga \$1 miliar untuk mengambil salah satu *App* fotografi sosial yang paling cepat pertumbuhannya tersebut. Jelas bahwa

pengguna Instagram yang saat itu berjumlah 300 juta mengunggah banyak foto sehingga melampaui *volume* foto yang diunggah pengguna Facebook sendiri.

Perkembangan Instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran Instagram yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis. *Trend* Instagram merupakan sebuah cara *marketing* yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan Instagram adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna Instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui Twitter atau Facebook. Artinya, partisipasi pengguna Instagram yang fanatik dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan.⁷

Namun dengan semakin meningkatnya pengguna Instagram serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses Instagram dimanapun dan kapanpun. Dengan semakin pesatnya pengguna Instagram sehingga saat ini banyak pembisnis melirik aplikasi ini karena kemudahan untuk mengupload banyak foto produk dan user juga dapat memberi komentar mudah dan cepat.

3. Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

a. Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

c. Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya.

Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

e. News Feed

New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu :

1) Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2) Hashtag

Hashtag adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambilnya. Meski Instagram disebut layanan *photo sharing*, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut :

a. Follow

Follow adalah pengikut, dari pengguna instagram satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan instagram. Jika telah mengikuti salah satu akun instagram maka pengguna tersebut akan mengetahui aktivitas dari akun yang diikuti atau di follow.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Komentar

Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. Mentions

Arti mention pada instagram sama dengan tag, yaitu menyebut atau menandai. Fitur ini digunakan untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

4. Langkah-Langkah Membuat Instagram

Langkah-langkah membuat Instagram di android sebagai berikut :

a. Instalasi

Proses pertama kali yang dilakukan ketika memakai Instagram adalah menginstalnya di ponsel, yaitu buka App Store untuk iPhone dan Play Store untuk Android dan mengunduhnya di memory sehingga aplikasinya terinstal.

b. Registrasi

Regristasi sangat penting dalam menggunakan Instagram, karena registasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna Instagram, berikut cara registrasi Instagram:

1) Jalankan aplikasi Instagram

Terdapat dua menu pilihan, yaitu “Sign Up” untuk mendaftar dan “Log in” jika telah memiliki akun. Tekan tombol Sign Up untuk melakukan registrasi.

2) Masuk ke halaman Sign Up

Masuk ke halaman Sign Up isi data-data yang diperlukan. Hanya tiga hal yang wajib di isi yaitu email, username dan password.

3) Set Profile Picture

Set Profil picture untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, mengambil dari gambar yang sudah ada di memory

4) Tekan tombol sign up untuk mendaftar