

PESAN DAKWAH MELALUI VIDEO INSTAGRAM (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun @nunuzoo)

Rifki Rifai dan Muhibuddin

Abstract

Currently, various social media sites have been developed on the internet, such as Instagram, Facebook, Twitter, Myspace, YouTube, WhatsApp, Google Plus and so on. The advantage of a social media site or application is its multi-platform design, which can be accessed and connected on various digital devices. As a new social space, the internet has the same opportunity to facilitate social movements, including socio-religious movements such as preaching. Currently spreading and listening to preaching through social media is in great demand by most people, because now people do not need to come to majlis or da'wah places to get religious lectures, just open their smartphone and look for the da'wah videos needed by the community, they can listen to lectures. religion. For people who have such a busy schedule, social media like this is very helpful and useful to get information in this case da'wah activities. One of the social media that sends da'wah videos is the @nunuzoo Instagram account. This Research purpose to know the theme of dakwah in, technical speaking dan the respon to the messaoge of dakwah.

Keywords: *Da'wah messages; Instagram videos; @nunuzoo account*

Abstrak

Saat ini telah berkembang beragam situs media sosial di internet, seperti instagram, facebook, twitter, myspace, youtube, whatsapp, google plus dan lain sebagainya. Keunggulan dari situs atau aplikasi media sosial adalah desain multi platform, yaitu dapat di akses dan terhubung di berbagai perangkat digital. Sebagai ruang sosial baru, internet memiliki peluang yang sama dalam memfasilitasi gerakan-gerakan sosial, termasuk gerakan sosial keagamaan seperti berdakwah. Saat ini menyebarkan dan mendengarkan dakwah melalui media sosial sangat diminati oleh kebanyakan masyarakat, karena sekarang ini masyarakat tidak perlu datang ke majlis atau tempat-tempat dakwah untuk mendapatkan ceramah agama, cukup membuka smartphone dan mencari video-video dakwah yang dibutuhkan masyarakat sudah bisa mendengarkan ceramah agama. Untuk orang-orang yang memiliki kesibukan begitu padat, sosial media seperti ini sangat membantu dan bermanfaat untuk mendapatkan informasi dalam hal ini aktifitas dakwah. Salah satu media sosial yang mengirimkan video dakwah ialah akun instagram @nunuzoo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tema dakwah yang terdapat pada akun @nunuzoo, gaya penyampaian yang digunakan oleh akun @nunuzoo, dan respon followers akun @nunuzoo terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Kata Kunci: Akun @nunuzoo; Pesan Dakwah; Video Instagram

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini masyarakat sudah menjadikan internet menjadi salah satu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi orang-orang yang menggunakan perangkat digital seperti *smartphone*. Dengan menggunakan internet, masyarakat bisa mengakses segala sesuatu yang dibutuhkan melalui sarana media sosial yang ada seperti *instagram*. Media sosial *instagram* menjadi salah satu aplikasi paling populer saat ini di kalangan masyarakat. Dengan adanya fitur-fitur yang menarik pada *instagram*, menjadi salah satu alasan bagi para pengguna media sosial *instagram* untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Pada tahun 1983, mulai dipergunakan internet yang kemudian meluas penggunaannya pada tahun 1990, semakin menyempurnakan globalisasi. Peradaban yang lahir dari proses ini adalah perang *website*, terbentuknya komunitas maya, *chating room*, kelompok diskusi dan akses informasi serta pengetahuan tanpa batas. Lebih dari itu, wabah internet ini dijadikan sebagai pilihan dari media-media terdahulu baik yang cetak maupun elektronika untuk lebih memperluas jangkauan siaran dan penyebarannya. Media yang tadinya hanya bisa diakses secara lokal, kini dengan masuk dalam jaringan internet, menjadi mengglobal.¹

Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggam”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L.

¹Rohadi Abdul Fatah dan M. Tata Taufik, *Manajemen Dakwah Di Era Global*, (Jakarta: CV. Fauzan Inti Kreasi, 2004), h. 96.

Friedman (2007) sebagai *the word is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Juga, sebagaimana di ulas Ricard Hunter (2002) dengan *word without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah di cari dan terbuka. Media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.²

Bila diamati, saat ini telah berkembang beragam situs media sosial di internet, seperti *instagram, facebook, twitter, myspace, youtube, whatsapp, google plus* dan lain sebagainya. Keunggulan dari situs atau aplikasi media sosial adalah desain *multi platform*, yaitu dapat di akses dan terhubung di berbagai perangkat digital. Sekitar 80 juta penduduk Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet, terdapat 70 juta pengguna yang merupakan pelanggan internet *mobile*.³

Tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa masyarakat sudah terbuai dengan kehadiran *handphone* yang multifungsi dan harganya pun bervariasi. Dari mulai bangun tidur hingga hendak tidur kembali, kebanyakan masyarakat menghabiskan waktunya dengan menggunakan *handphone* tersebut. Bahkan tidak jarang teknologi media sosial ini menjadi salah satu teman sehari-hari yang baik dalam situasi dan kondisi seperti apapun.

²Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 1.

³Gun Gun Heryanto dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) Cetakan Ke-1, h. 57.

Sebagai ruang sosial baru, internet memiliki peluang yang sama dalam memfasilitasi gerakan-gerakan sosial, termasuk gerakan sosial keagamaan. Dalam Islam, gerakan sosial keagamaan diperlihatkan melalui etos dakwah.⁴ Internet juga telah membuka sejumlah kemungkinan baru bagi lahirnya gerakan-gerakan dan aktifitas dakwah. Internet dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dapat dipandang sebagai medium bagi aktivitas dakwah, misalnya dengan menyebarkan beragam informasi keislaman secara luas melalui website, blog dan media sosial.⁵

Hamzah Ya'qub membagi sarana dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, audio, visual dan akhlak (Amal Fathullah Zarkasyi, 1998:154). Dari lima macam pembagian tersebut, secara umum dapat disempitkan menjadi tiga media, yaitu:

- a. *Spoken words*, media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan indra telinga, seperti radio, telepon, dan lain-lain.
- b. *Printed writings*, berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat di tangkap dengan mata.
- c. *The Audio Visual*, berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dilihat, seperti televisi, video, film, dan sebagainya.⁶

Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu diantaranya adalah melalui media sosial. Di zaman sekarang, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Seperti

⁴Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) Cetakan Ke-1, h. 186.

⁵Moch Fakhruroji, *Dakwah...*, h. 190.

⁶ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat: Antara Muslim dan Non Muslim*, (Purwokerto: STAIN Purwokerto Press, 2007), Cetakan Ke-1, h. 36-37 .

diketahui bersama, bahwa aplikasi-aplikasi media sosial sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dari alat komunikasi yang “dibenamkan” di dalam *smartphone*, *tablet*, laptop, dan PC. Kini, dengan semakin luas, cepat dan lebarnya koneksi internet, konsumen semakin dimudahkan dalam mengakses aplikasi media sosial.

Telah menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa dipisahkan dari infiltrasi aplikasi-aplikasi media sosial. Setiap saat dan setiap waktu orang bisa mengakses media sosial. Selain untuk berkomunikasi, segala hal mulai dari informasi positif hingga yang paling buruk sekalipun bisa diakses melalui media sosial. Dengan semakin masifnya pengguna media sosial, kiranya akan sangat disayangkan jika hal tersebut hanya digunakan untuk sebatas komunikasi dan mengakses informasi-informasi yang kadang kala tidak penting dan tidak bermanfaat. Lebih dari itu, media sosial bisa kita manfaatkan untuk sarana berdakwah, menebar kebaikan, dan mengajak orang lain berbuat baik.⁷

Saat ini menyebarkan dakwah atau mendengarkan hal-hal yang berbau dakwah melalui media sosial sangat diminati oleh kebanyakan masyarakat, karena sekarang ini masyarakat tidak perlu datang ke majlis atau tempat-tempat dakwah untuk mendapatkan ceramah agama, cukup membuka *smartphone* dan mencari video-video dakwah yang dibutuhkan masyarakat sudah bisa mendengarkan ceramah agama. Untuk orang-orang yang memiliki kesibukan begitu padat, sosial media seperti ini sangat membantu dan bermanfaat untuk mendapatkan informasi

⁷ Eko Sumadi, 'Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi' dalam *Jurnal At-Tabasyir (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam)* Vol. 4, No. 1 (2016), <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2912/2083>, diunduh pada 04 September 2019.

dalam hal ini aktifitas dakwah. Salah satu media sosial yang bisa digunakan untuk berdakwah dan juga menyebarkan berita Islami ialah *Instagram*.

Dakwah bisa disampaikan melalui media sosial *instagram* karena dengan sekali mengirim postingan melalui *instagram* dapat langsung dilihat oleh pengguna *instagram* lainnya di mana pun dan kapan pun. Lebih dari itu, satu postingan yang telah dikirimkan oleh salah satu akun bisa dikirim ulang atau *repost* oleh akun yang lainnya sehingga dapat menambah jumlah orang yang melihat kiriman tersebut. Oleh karena itu banyak sekali da'i yang memanfaatkan *instagram* sebagai media dakwah melalui foto atau video yang diunggah melalui akun *instagram*nya karena sudah menjadi pilihan masyarakat di era modern ini.

Pada aplikasi *instagram* memiliki salah satu fitur bernama Vidgram (Video *instagram*), video yang bisa diunggah ke *instagram* berdurasi 1 menit dan bisa mengirimkan maksimal 10 video dalam sekali *upload*. Dengan demikian banyak sekali akun yang memanfaatkan fitur ini untuk mengirimkan informasi dan juga untuk berdakwah. Salah satu yang memanfaatkan fitur Vidgram ini adalah akun @nunuzoo, akun ini memanfaatkan media sosial *instagram* untuk menyebarkan pesan dakwahnya.

Pemilik akun @nunuzoo ini bernama Nurul Azka, ia adalah salah seorang mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Akun ini dibuat pada tahun 2014 dan sekarang *followers*/pengikutnya sebanyak 584 ribu akun, sehingga memiliki peluang yang sangat besar untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui video *instagram* dengan jumlah pengikut sebanyak itu. Kemudian cara penyampaian yang digunakan oleh akun @nunuzoo dalam berdakwah ini berbeda

dengan yang lainnya, akun @nunuzoo menyampaikan pesan dakwahnya dengan berkomunikasi secara langsung kepada pemain yang bersangkutan dan ia pun menyelinapkan beberapa lawakan/humor agar para pengguna *instagram* yang lainnya tertarik dengan video yang ia unggah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tema dakwah yang terdapat pada akun @nunuzoo, gaya penyampaian yang digunakan oleh akun @nunuzoo, dan respon *followers* akun @nunuzoo terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

B. METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis isi. Menurut Bogdan dan Taylor, pengertian metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁸

Data yang dikumpulkan penelitian deskriptif kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.⁹

⁸Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2013) h. 4

⁹Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian...*, h. 11

Adapun langkah-langkah penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan analisis isi adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis video pada akun *instagram* @nunuzoo dan konsep pemilik akun tentang cara menyampaikan pesan dakwah;
- b. Menganalisis komponen pesan dakwah yang terkandung dalam video *instagram* akun @nunuzoo;
- c. Menyusun keseluruhan dari hasil analisis, sehingga mendapatkan gambaran deskriptif tentang isi pesan dakwah, gaya penyampaian yang digunakan, serta respon *followers* akun @nunuzoo dalam menanggapi pesan dakwah yang disampaikan.

C. HASIL TEMUAN

1. Tema Dakwah Yang Terdapat Pada Akun @nunuzoo

a. Tema Dakwah Tentang Ibadah

Berikut ini video yang mengandung tema dakwah tentang ibadah *mahdhah* :

No.	Tanggal Posting	Judul	View/like
1.	15 Desember 2018	Parodi Sayur Kol	1.507.563 view
2.	17 Mei 2019	Parodi Kill This Love	206.877 view

Postingan tanggal 15 Desember 2018 dengan judul “Parodi Sayur Kol”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang jangan lupa beribadah, karena sesungguhnya manusia di ciptakan kedunia hanya untuk beribadah kepada Allah SWT.

Postingan tanggal 17 Mei 2019 dengan judul “Parodi Kill This Love”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang perintah berpuasa di bulan

ramadhan. Sebagai umat muslim yang baik apapun profesi dan jabatan yang kita miliki, ketika bulan ramadhan telah tiba maka kita diwajibkan berpuasa.

Berikut ini video yang mengandung tema dakwah tentang ibadah *ghaira mahdhah*:

No.	Tanggal Posting	Judul	View/like
1.	27 Mei 2018	Goyang Dua Jari Saat Puasa	1.523.270 <i>view</i>
2.	22 September 2018	Pernah Merasakan Hal Ini?	700.703 <i>view</i>
3.	10 November 2018	Bukan Hey Tayo!!	1.043.304 <i>view</i>
4.	16 Juli 2019	Penting Gak Sih Baca Al-Qur'an?	22.076 <i>like</i>

Postingan tanggal 27 Mei 2018 dengan judul “Goyang Dua Jari Saat Puasa”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang ajakan berdzikir kepada Allah, karena kelak di akhirat nanti anggota tubuh kita akan bersaksi kepada Allah atas segala sesuatu yang kita lakukan di dunia.

Postingan tanggal 22 September 2018 dengan judul “Pernah Merasakan Hal Ini?”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang bersyukur. Segala sesuatu yang kita miliki di dunia ini merupakan pemberian dan nikmat dari Allah yang patut di syukuri.

Postingan tanggal 10 November 2018 dengan judul “Bukan Hey Tayo”, pada video kali ini terdapat pesan dakwah tentang memanfaatkan waktu sebaik mungkin, karena kita hidup di dunia ini hanyalah sekali dan juga sementara.

Postingan tanggal 16 Juli 2019 dengan judul “Penting Gak Sih Baca Al-Qur'an?”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang manfaat membaca Al-Qur'an. Sebagai salah satu pedoman dalam hidup kita, membaca Al-Qur'an memiliki beberapa manfaat diantaranya adalah dapat menenangkan

jiwa dan pikiran, serta bisa menjadikan kita sebagai anak yang shaleh dan shalehah dengan meniatkan membaca Al-Qur'an untuk mendoakan orang tua kita.

b. Tema Dakwah Tentang Aqidah

Berbicara tentang tema dakwah akidah, akun *instagram* @nunuzoo memiliki 3 video yang di dalamnya mengandung tema tersebut, yaitu :

No.	Tanggal Posting	Judul	View/like
1.	27 Januari 2018	Dilan 1439 H	1.330.940 <i>view</i>
2.	17 Maret 2018	Parodi Count On Me	3.335.028 <i>view</i>
3.	16 Februari 2019	Bahaya Curhat Ke Temen	390.329 <i>view</i>

Postingan Tanggal 27 Januari 2018 dengan judul “Dilan 1439 H”, pada video ini mengandung pesan dakwah tentang perintah mengingat Allah SWT. Sebagai Makhluk (yang diciptakan) kita di perintah untuk selalu mengingat dan merindukan sang *khaliq* (pencipta) sebagai tanda bahwa kita percaya akan adanya Allah SWT.

Postingan tanggal 17 Maret 2018 dengan judul “Parodi Count On Me”, pada video ini mengandung pesan dakwah agar kita jangan lupa akhirat. Sebagai orang yang percaya dengan adanya akhirat, maka kita dilarang untuk melupakannya karena terbuai dengan hal-hal yang ada di dunia.

Postingan tanggal 16 Februari 2019 dengan judul “Bahaya Curhat Ke Temen”, pada video ini mengandung pesan dakwah tentang bergantunglah hanya kepada Allah SWT. Sebagai umat yang percaya akan adanya Allah, kita di anjurkan untuk selalu bergantung kepadanya bukan bergantung kepada manusia, karena ketika kita hanya berharap kepada manusia maka kekecewaanlah yang akan kita dapatkan.

c. Tema Dakwah Tentang Akhlak

Berikut ini video yang mengandung tema dakwah tentang akhlak terpuji:

No.	Tanggal Posting	Judul	View/like
1.	26 Agustus 2018	Delle Ali Challenge (2)	585.777 <i>view</i>
2.	05 Januari 2019	Punya Teman Yang Julid	427.349 <i>view</i>
3.	06 April 2019	Jangan Lupakan 5 Hal Ini!	303.556 <i>view</i>

Postingan pada tanggal 26 Agustus 2018 dengan judul “Delle Ali Challenge (2)”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang mengingatkan orang lain yang ada di sekitar kita dalam hal kebaikan seperti mengingatkan orang untuk shalat dan mengingatkan orang agar jangan makan atau minum dengan berdiri.

Postingan pada tanggal 05 Januari 2019 dengan judul “Punya Teman Yang Julid”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang perdamaian, ketika kita memiliki teman yang suka membicarakan kita di belakang dan juga membenci kepribadian kita, serta tidak mau menerima nasihat orang lain, maka orang seperti itu tidak boleh kita musuhi, justru kita harus selalu mengingatkan dan mendoakannya.

Postingan pada tanggal 06 April 2019 dengan judul “Jangan Lupakan 5 Hal Ini!”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang perilaku-prilaku yang

baik, seperti mengucapkan salam ketika bertemu saudara seagamanya, murah senyum, bersikap ramah, menolong sesama, dan menjaga kebersihan.

Berikut ini video yang mengandung tema dakwah tentang akhlak tercela:

No.	Tanggal Posting	Judul	View/like
1.	09 Juni 2018	Parodi Lagi Syantik	2.043.444 view
2.	07 Juli 2018	Fenomena Bowo	1.647.192 view
3.	30 Maret 2019	Tuman	41.144 like

Postingan pada tanggal 09 Juni 2018 dengan judul “Parodi Lagi Syantik”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang jauhi pacaran karena selain pacaran itu dilarang oleh agama, dampaknya juga bisa membuat orang lalai dalam menjalankan kewajibannya.

Postingan pada tanggal 07 Juli 2018 dengan judul “Fenomena Bowo”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang stop bullying karena perilaku negatif ini bisa berdampak buruk terhadap korban, lebih baik mengkritik dengan baik dari pada harus membully atau dengan cara di doakan.

Postingan pada tanggal 30 Maret 2019 dengan judul “Tuman”, pada video ini terdapat pesan dakwah tentang menjauhi perilaku yang negatif seperti menyebarkan aib teman, berprasangka buruk, mudah berbohong dan sulit memaafkan. Untuk mengurangi perilaku negatif tersebut menjadi sebuah kebiasaan alangkah baiknya jika kita berteman dengan orang-orang yang baik dan bisa membawa kita kepada perilaku yang positif.

2. Gaya Penyampaian Yang Digunakan Oleh Akun @nunuzoo

Pada akun *instagram* @nunuzoo terdapat beberapa gaya yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwahnya diantaranya adalah dialog, adegan dan bernyanyi. Selain menggunakan ketiga cara tersebut akun @nunuzoo juga biasa menyelipkan humor dalam menyampaikan pesan dakwahnya agar video yang di unggah olehnya menjadi lebih kreatif dan inovatif sehingga membuat ketertarikan bagi orang yang melihatnya.

Dari 15 video, terdapat 4 video yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan dialog yaitu postingan tanggal 07 Juli 2018, 22 September 2018, 05 Januari 2019, dan 16 Juli 2019. Kemudian video yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan menampilkan adegan terdapat 8 video yaitu postingan tanggal 27 Januari 2018, 17 Maret 2018, 27 Mei 2018, 26 Agustus 2018, 10 November 2018, 16 Februari 2019, 30 Maret 2019, dan 06 April 2019. Sedangkan video yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan bernyanyi terdapat 3 video yaitu 09 Juni 2018, 15 Desember 2018, dan 17 Mei 2019.

3. Respon *Followers* Akun @nunuzoo Terhadap Pesan Dakwah Yang Disampaikan

Dari 15 video yang telah diteliti mengenai pesan dakwah dan cara penyampaian, penulis mengambil 3 video untuk diteliti komentar pada *follower* akun @nunuzoo diambil dari masing-masing cara penyampaian yang digunakan. 1 video dari dialog, 1 video dari adegan, dan 1 video dari bernyanyi. Berikut ini data dari 3 video tersebut:

No.	Video Yang Unggah	Cara Penyampaian	Komentar
-----	-------------------	------------------	----------

1		Dialog	2.296
2		Dialog	8.700
3		Bernyanyi	4.892

Dari data diatas, terdapat 2 jenis komentar yang diberikan oleh *follower* akun *instagram* @nunuzoo. Ada yang memberikan komentar positif dan ada juga yang memberikan komentar negatif. Komentar yang mengandung nilai positif berisi pujian, dukungan, do'a, dan mengajak pengguna yang lain untuk melihat video yang diunggah. Sedangkan komentar yang bernilai negatif berisi cacian, tuduhan dan juga peringatan. Berikut ini penjelasan dari komentar-komentar para *followers* akun @nunuzoo:

a. Komentar Positif, terdapat beberapa akun yang memberikan komentar positif di antaranya adalah:

Akun @rahman_riski1998 memberikan komentar “Keren kak. Sukses selalu dan selalu menjadi jadi seorang yang memberi masukan yang baik. Masya Allah (kekalkan dan kuatkan perbuatan baik ini ya Allah)”.

Akun @maulanafajri4275 memberikan komentar “Wah banyak Manfaatnya, bagus (kemudian memberikan *emoticon* love)”.

Akun @muhamadarul_ memberikan komentar “Dakwah + komedi mantap jiwa, semoga sukses terus kak”.

Akun @atikareycia6410 memberikan komentar “Assalamu’alaikum kk, namaku Atika Reycia. Aku mau ngomong sesuatu nih dan aku juga mau doain kk biar kk semakin sukses dan menjadi seorang yang kk impikan. Karena kk buat video seperti ini, aku jadi terharu. Dan aku juga baru sadar, bahwa ada Allah yang selalu mendampingi. Itu ada dulu kk, thank you dan semoga makin sukses”.

Akun @zahrarin09 memberikan komentar “terima kasih udah ngingetin untuk beribadah (kemudian memberikan *emoticon* sedih)”.

Akun @ainunhafsoh._ memberikan komentar “Subhanallah ka nunu liriknya bagus suaranya bagus banget jadi gemes”.

Akun @ummu_meiva memberikan komentar “Bagus lagu dan videonya. Semangat terus ya buat ka nunuzoo semoga kaka makin disukai warganet”.

b. Komentar Negatif, terdapat beberapa akun yang memberikan komentar negatif diantaranya adalah:

Akun @ending.ee memberikan komentar “Ngomongnya ngga boleh ghibah tapi nyatanya ghibah kau! Jangan pance ya kak, kalo masih begini jangan diposting ya kak”.

Akun @irwan.h.s memberikan komentar “Hmm, gua juga tau lu bikin kaya beginian untuk konten yt lu, viewrs, dan biar ads ngalir deres. Udah ketebak dari description dan tag lu biar viral. Bukannya gua ngejelakin atau apapun itu, gua tau lu itu creator dan butuh duit juga, Cuma berpikir lagilah dalam mengolah kata-kata supaya ga kelihatan seolah-olah maksa seseorang. Caploks jebol (kemudian memberikan *caption* tertawa terbahak-bahak)”.

Akun @redblck_1899 memberikan komentar “waalaikumsalam.. bagus teteh pendapatnya. Tapi menurutku sosial mediapun harus dikontrol, bukan dijadikan ‘media bebas berekspresi’. Teteh sebagai content creatorpun harus terfikir apa bagus konten ini ditonton anak atau malah jadi contoh negatif?”.

Dari uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa respon dari *follower* akun *instagram* @nunuzoo ada yang positif dan ada juga yang negatif, namun kebanyakan dari komentar yang ada ialah komentar yang mengandung nilai positif.

D. DISKUSI

Paradigma komunikasi dakwah berperan untuk memberikan arah dengan lebih jelas dan fokus pada suatu sasaran objek yang terdapat dalam komunikasi dakwah. Aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik dan konstan apabila semua komponen terpenuhi. Suatu aktivitas dakwah dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan. Namun dalam konteks komunikasi dakwah, yang paling menonjol harus memiliki komponen inti dan komponen penunjang. Komponen inti meliputi *da'i* (komunikator dakwah), *mad'u* (komunikan), pesan, sasaran (tujuan), dan

metode. Sedangkan komponen penunjang meliputi meliputi organisasi, ekonomi, sosial dan budaya, yang terkait dengan kebijakan pihak lain, seperti pemerintah dan kelompok pendukung dakwah.¹⁰

Pada komunikasi dakwah terdapat faktor teknologi komunikasi dan informasi, seperti media massa (televisi, film, novel) dan media sosial. Dengan masuknya teknologi komunikasi, dakwah menjadi sangat fleksibel dan memiliki mobilitas tinggi. Komunikasi dakwah dapat mengantarkan pesan secara cepat dan mendalam. Masing-masing dapat mengisi kelemahan yang lain. Dikarenakan media membutuhkan kapital yang cukup besar untuk modal pendirian dan operasionalnya, komunikasi dakwah dikemas dengan baik agar menarik sehingga membawa citra yang positif. Komunikasi dakwah dapat membawa pencitraan yang baik dan popularitas, sedangkan dakwah membawa pengamalan Islam secara langsung sehingga terasa hangat dan manfaat.¹¹

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh semua kalangan, terutama kalangan anak muda. Melalui *Instagram*, seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, dan terpampang pada *feed* pengguna yang lain. Sistem pertemanan yang ada di *Instagram* menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti). Terdapat fitur *like* dan *comment* sehingga orang dapat leluasa memberikan apresiasi berupa tanda suka atau komentar pada foto yang diunggah. Manfaat dari penggunaan *Instagram*

¹⁰ Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), Cetakan Ke-1, h. 34-35

¹¹ Bambang S. Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Cetakan Ke-1, h. 128-129

adalah sebagai media promosi, informasi, dan menyalurkan ide kreatif melalui foto dan video.

Instagram juga merupakan media jejaring sosial yang memberikan layanan aplikasi berbagi foto yang pertama kali muncul melalui aplikasi *store* pada produk elektronik *apple* pada tahun 2010 dengan berdirinya *burbn.inc*. *Instagram* memungkinkan bagi penggunanya untuk mengambil foto dan video, mengedit, menerapkan filter digital, dan membagi ke situs jejaring sosial. *Instagram* sama seperti jejaring sosial lainnya, namun lebih fokus kepada foto atau pengeditan foto. *Instagram* adalah jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai salah satu wadah penyaluran bagi orang-orang yang memiliki minat dibidang fotografi.

Instagram saat ini merupakan media yang unik karna di dalam media ini tidak hanya dapat berkomunikasi dengan berbagi foto saja, namun sudah merambah ke video yang memungkinkan setiap orang dapat membagi berbagai video yang menghibur menginformasi berbagai *event*, pariwisata, dan sebagai ajang aktualisasi diri.¹²

Vidgram atau Video *Instagram* merupakan video kreatif yang diunggah ke *instagram* dari hasil *shooting* dan *editing* yang berisikan berbagai macam konten seperti genre komedi, romantic, horror, parody, *art*, *travelling*, music,

¹² Muhammad Rahim dkk, 'Motif Penggunaan *Instagram Story*: Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di SMK Negeri 1 Samarinda' dalam Jurnal *e-journal (Jurnal Ilmu Komunikasi)* Vol. 6, No. 3 (2018), [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20\(08-03-18-02-23-32\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20(08-03-18-02-23-32).pdf), Di akses pada 29 Agustus 2019

makanan dan yang lainnya. Biasanya tokoh dalam video tersebut diperankan oleh diri sendiri ataupun dengan orang lain.¹³

Awal kemunculan fitur video ini jarang diminati oleh sebagian besar pengguna *instagram* dikarenakan durasi waktu yang ditawarkan hanya 15 detik saja. Kemudian pada bulan April tahun 2016 *instagram* merilis fitur video dengan versi terbarunya, yaitu dengan menambahkan durasi yang awalnya 15 detik menjadi 60 detik, dengan tujuan bertambahnya pengguna *instagram*. Pada fitur ini juga terdapat beberapa filter dan setelan sebelum video diunggah ke *instagram*. Para pengguna dapat memilih bagian awal video sesuai dengan yang diinginkan sebelum video diputar. Fitur video dengan durasi waktu 60 detik ini akhirnya menjadi fitur favorit bagi para peminat video pendek, video lucu, video dakwah dan lain-lain.¹⁴

Dakwah hakikatnya merupakan hubungan antar manusia yang memiliki tujuan. Pendakwah berupaya memengaruhi objek yang didakwahi dengan nilai-nilai dan konsepsi hidup Islami. Objek yang didakwahi adalah manusia, makhluk berperasaan. Perasaannya sangat peka terhadap setiap stimulus (dakwah) yang dijumpainya. Bukan hanya cara pandang yang dapat menghalangi seseorang menerima dakwah, misalnya cara pandang yang penuh curiga dan kebencian atau fobia terhadap seruan Islam, tetapi juga karena cara pandang yang *under estimate*

¹³ Annisa Fitriani, 'Fenomena Komunikasi Vidgram Pada Komunitas @PKUVIDGRAM' dalam *Jurnal Komunikasi* Vol. 04, No. 02 (2017), <https://media.neliti.com/media/publications/185834-ID-fenomena-komunikasi-vidgram-pada-komunit.pdf>, Diunduh Pada 17 September 2019.

¹⁴ Audah Mannan & Akhmad Fachri, 'Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @yufid.tv di *Instagram* Sebagai Tren Media Dakwah' dalam *Jurnal Tabligh* Vol. 19, No. 2 (2018), <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/7476/6114>, Diunduh Pada 17 September 2019.

terhadap pelaku dakwahnya. Faktor perasaan juga akan menentukan sikap seseorang terhadap dakwah. Perasaan erat hubungannya dengan keindahan, kesucian, dan kelembutan. Dari sinilah keberadaan seni, termasuk humor turut ambil bagian dalam mengendalikan perasaan seseorang.

Seni dan humor merupakan bagian dari ikhtiar dakwah agar manusia, sebagai penerima dakwah atau yang akan didakwahi tidak merasa tegang, terganggu, marah, dan sebagainya. Seni kadang diartikan sebagai cara yang sangat mempertimbangkan sisi terdalam kemanusiaan seseorang. Dengan bakat atau keunggulan pendakwah, tampilan dakwah dikemas sedemikian rupa, seperti menyisipkan humor, syair, pantun, dan mungkin juga lagu-lagu yang bersifat menghibur serta menggembirakan.¹⁵

Dengan demikian, memiliki selera humor yang tinggi sangat berperan penting dalam menunjang kegiatan dakwah. Dan selera humor pun dapat dipelajari dan ditumbuhkan. Adapun manfaat lainnya dari humor ialah menghilangkan kegundahan hati. Oleh karena itu, pendakwah perlu belajar untuk bisa menghadirkan humor di tengah-tengah dakwahnya.¹⁶

E. PENUTUP

1. Pesan dakwah yang terdapat pada video *instagram* (Vidgram) yang diunggah melalui akun @nunuzoo mempunyai 3 tema yaitu tentang ibadah, akidah dan akhlak. Peneliti mengambil 15 video dari akun *instagram* @nunuzoo yang diunggah dari bulan Januari 2018 – Juli 2019, video ini

¹⁵ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Cetakan Ke-1, h. 115-117.

¹⁶ Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah Dengan Cerdas*, (Yogyakarta: Laksana, 2017), h. 166

diambil berdasarkan *views* terbanyak pada setiap bulannya. Dari ke 15 video tersebut terdapat 6 video yang mengandung tema ibadah, 3 video mengandung tema akidah, dan 6 video mengandung tema akhlak;

2. Gaya penyampaian pesan dakwah yang digunakan pada akun @nunuzoo berupa dialog sebanyak 4 video, adegan sebanyak 8 video, dan juga nyanyian sebanyak 3 video. Selain itu, beberapa video yang diunggah selalu diselipkan humor atau lawakan, karena memang awalnya akun ini adalah akun bergenre komedi. Tujuan dari menyelipkan humor pada setiap video yang di unggah agar orang yang melihatnya tidak merasa jenuh dan juga bosan, sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik;
3. Pengikut atau *follower* dari akun *instagram* @nunuzoo mempunyai respon positif dan respon negatif dalam menanggapi video yang diunggah oleh akun *instagram* @nunuzoo. Namun banyak respon yang bernilai positif, walaupun ada beberapa komentar yang bernilai negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arabi, Khairi Syekh Maulana, *Dakwah Dengan Cerdas*, Yogyakarta: Laksana, 2017.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Fakhruroji, Moch, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Heryanto, Gun Gun dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017.
- Ma'arif, Bambang S, *Psikologi Komunikasi Dakwah: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Tajiri, Hajir, *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Jurnal Ilmiah:

- Fitriani, Annisa, 2017, *Fenomena Komunikasi Vidgram Pada Komunitas @PKUVIDGRAM*, Vol.04, No.02, <https://media.neliti.com/media/publications/185834-ID-fenomena-komunikasi-vidgram-pada-komunit.pdf>, (diunduh Pada 17 September 2019)
- Mannah, Audah & Fachri, Akhmad, 2018, *Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @yufid.tv di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah dalam Jurnal Tabligh* Vol. 19, No.2, <http://journal.uinalauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/7476/6114>, (diunduh Pada 17 September 2019)
- Rahim, Muhammad dkk, 2018, *Motif Penggunaan Instagram Story: Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di SMK Negeri 1 Samarinda*, Vol.

6, No. 3,
[http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20\(08-03-18-02-23-32\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/08/Jurnal%20Rahim%20(08-03-18-02-23-32).pdf), (di unduh pada 29 Agustus 2019)

Sumadi, Eko, 2016, Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi dalam *Jurnal At Tabsyir* Vol. 4, No.1, <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2912/2083>, (diunduh Pada 04 September 2019)