

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pertama, skripsi Hariroh Nur Fariha (2023) berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Instagram @sheilahasina terhadap Pemahaman Fiqih Wanita Followers”. Penelitian ini menggunakan Teori Jarum Hipodermik dengan metode survei kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara intensitas mengakses konten Instagram @sheilahasina terhadap pemahaman fiqih wanita followers. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 8,492 lebih dari t tabel 1,661, nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05, dan koefisien determinasi sebesar 42,4%.

Kedua, skripsi Isna Cholifatun Nisa (2023) berjudul “Dakwah Fiqih Perempuan di Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Akun Instagram @sheilahasina)”. Penelitian ini menggunakan teori analisis isi dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada lima highlight yang diteliti terdapat tujuh belas konten story yang mengandung pesan dakwah tentang fiqih perempuan, yaitu terkait haid, nifas, qadha salat bagi perempuan yang uzur karena haid, batasan aurat perempuan dalam salat, tanya jawab fiqih, serta keadaan-keadaan perempuan saat haid dan nifas.

Ketiga, skripsi Ade Irmayanti tahun 2024 berjudul “Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Komunitas @Remisyaofficial di Instagram dalam

Mempersuasi Program Dakwah di Kalangan Remaja”. Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers dengan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses difusi inovasi dakwah digital pada komunitas Remisya mampu mempersuasi remaja untuk mengikuti program dakwah mereka di Instagram.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Agnes Pertiwi Sutrisno dan Ira Dwi Mayangsari (2022) berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatif kuantitatif. Hasil temuan dari jurnal ini menemukan bahwa ada korelasi yang sangat kuat antara kualitas penggunaan fitur media sosial Instagram dengan terpenuhinya kebutuhan informasi khalayak. Followers merasa bahwa informasi yang disajikan ringkas, menonjolkan visual, dan sangat mudah diakses, sehingga secara langsung memenuhi kebutuhan informasi esensial mereka.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Siti Aisyah Artina Febriyani, Juni Wati Sri Rizki, dan Nurfitriani M Siregar (2024) dengan judul “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa” penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan Teori Komunikasi Dakwah. Hasil dari jurnal ini mengungkapkan bahwa Instagram merupakan instrumen yang paling efektif digunakan sebagai media penyebaran dakwah di kalangan generasi muda karena memiliki fitur-fitur seperti Reels yang interaktif. Konten yang memadukan elemen

audio-visual membuat audiens milenial dan Gen-Z lebih mudah menyerap pesan syariat dibandingkan dengan media dakwah konvensional.

**Tabel 2. 1 Penelitian Relevan**

| Nama penulis               | Tahun | Judul Penelitian   | Teori            | Metode                               | Perbedaan  |
|----------------------------|-------|--|------------------|--------------------------------------|--|
| Hariroh<br>Nur Fariha      | 2023  | Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Instagram @sheilahasina terhadap Pemahaman Fiqih Wanita Followers | Jarum Hipodermik | Survei dengan pendekatan Kuantitatif | Terdapat pada subjek, objek, dan fokus penelitiannya |
| Isna<br>Cholifatun<br>Nisa | 2023  | Dakwah Fiqih Perempuan di Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Akun Instagram @sheilahasina)      | Analisis isi     | Deskriptif kualitatif                | Terdapat pada metode, objek, dan fokus penelitiannya |

|   |      |   |                                |                                  |   |
|---|------|---|--------------------------------|----------------------------------|---|
| Ade Irmayanti                                 | 2024 | Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Komunitas @Remisyaoofficial di Instagram dalam Mempersuasi Program Dakwah di Kalangan Remaja | Difusi inovasi                 | Kualitatif fenomenologi          | Terdapat pada teori, fokus, dan tujuan penelitiannya  |
| Agnes Pertiwi Sutrisno dan Ira Dwi Mayangsari | 2022 | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan   | Uses and Gratifications Theory | Kuantitatif (Survei Eksplanatif) | terdapat pada teori, subjek, dan objek penelitiannya. |

|   |      |  |                         |                       |   |
|---|------|--|-------------------------|-----------------------|---|
|   |      | Informasi Followers  |                         |                       |   |
| Siti Aisyah<br>Artina<br>Febriyani,<br>Juni Wati<br>Sri Rizki,<br>dan<br>Nurfitriani<br>M Siregar | 2024 | Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa | Teori Komunikasi Dakwah | Deskriptif kualitatif | terdapat pada metode, teori, subjek, dan objek penelitiannya. |

Sumber : Hasil olah data 2026

## 2.2 Kajian Konseptual

### 2.2.1 Dakwah Digital

#### 1) Pengertian dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'ā-yad'ū-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau mengundang. Makna ini menunjukkan bahwa dakwah pada dasarnya merupakan aktivitas ajakan. Namun, dalam penggunaannya, dakwah dapat bermakna ajakan kepada kebaikan maupun ajakan kepada keburukan. Dalam konteks Islam, dakwah diarahkan kepada ajakan menuju kebaikan, keimanan, ketaatan, dan keselamatan hidup manusia

berdasarkan ajaran Allah Swt. (Abdullah, 2019:2).

Secara terminologis dakwah memiliki pengertian yang lebih khusus. Menurut Syekh Ali Mahfudh, sebagaimana dikutip oleh Abdullah, mendefinisikan dakwah sebagai usaha mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh kepada yang makruf, serta mencegah dari yang mungkar agar memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat (Abdullah, 2019:3). Definisi ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berupa penyampaian pesan agama, tetapi juga usaha membimbing manusia agar hidup sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Menurut Bahay al-Khauliy sebagaimana dikutip oleh Abdullah, memandang dakwah sebagai usaha memindahkan umat dari satu situasi menuju situasi yang lain. Maksudnya, dakwah berupaya mengubah kondisi manusia dari keadaan negatif menuju keadaan positif, seperti dari kekufuran menuju keimanan, dari kemaksiatan menuju ketaatan, dari perpecahan menuju persatuan, dan dari kemelaratan menuju kemakmuran (Abdullah, 2019:3). Dengan demikian, dakwah bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif karena memiliki tujuan memperbaiki kondisi individu dan masyarakat.

Muhammad Natsir, sebagaimana dikutip oleh Abdullah, menjelaskan bahwa dakwah merupakan usaha menyerukan dan

menyampaikan konsepsi Islam kepada individu maupun seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia. Dakwah meliputi amar ma'ruf nahi mungkar dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan, serta bertujuan membimbing pengamalan Islam dalam kehidupan pribadi, masyarakat, dan negara (Abdullah, 2019:4). Definisi ini penting bagi penelitian ini karena menunjukkan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk media digital, selama digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara benar dan bertanggung jawab.

Dari beberapa definisi tersebut, dakwah memiliki tiga unsur pokok. Pertama, *al-taujih*, yaitu memberikan tuntunan, pedoman, dan arah hidup kepada manusia. Kedua, *al-taghyir*, yaitu mengubah dan memperbaiki keadaan seseorang atau masyarakat berdasarkan nilai-nilai Islam. Ketiga, dakwah memberikan pengharapan terhadap nilai agama yang disampaikan sehingga ajaran Islam dirasakan sebagai kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat (Abdullah, 2019:4-5).

Dakwah juga memiliki ruang lingkup yang lebih luas daripada tabligh. Tabligh lebih mengarah pada penyampaian ajaran Islam melalui lisan atau tulisan, sedangkan dakwah meliputi seluruh kegiatan untuk mendorong seseorang berbuat kebajikan dan menjauhkan diri dari kejahatan. Dakwah dapat dilakukan melalui lisan, tulisan, rekaman, media, maupun keteladanan perilaku dan akhlak yang baik (Abdullah,

2019:5). Oleh karena itu, dakwah dapat dipahami sebagai proses komunikasi, pendidikan, bimbingan, dan perubahan sosial yang bertujuan menghadirkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan manusia.

## 2) Pengertian Dakwah Digital

Dakwah digital merupakan bentuk perkembangan dakwah yang muncul akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Jika dakwah konvensional umumnya dilakukan melalui mimbar, pengajian, majelis taklim, buku, atau ceramah tatap muka, maka dakwah digital dilakukan melalui perangkat dan platform digital seperti *website*, media sosial, YouTube, Instagram, *podcast*, *blog*, dan aplikasi komunikasi lainnya.

Rustandi menjelaskan bahwa kemunculan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, membuka peluang baru bagi pengembangan dan penyebaran pesan-pesan dakwah. Internet dipandang sebagai ruang virtual yang mampu menyebarkan pesan dakwah secara efektif, mudah diakses, memiliki cakupan wilayah luas, dan tidak terbatas oleh waktu. Dari perkembangan tersebut muncul istilah *cyberdakwah*, yaitu aktivitas amar ma'ruf nahi mungkar dengan menggunakan media internet (Rustandi, 2019:84).

Dakwah digital dapat dipahami sebagai praktik dakwah yang berlangsung dalam ruang siber atau *cyberspace*. Ruang ini

memungkinkan pesan keislaman tidak hanya diterima oleh jamaah yang hadir secara fisik, tetapi juga oleh khalayak yang tersebar di berbagai tempat. Rustandi menjelaskan bahwa internet sebagai media baru memberikan peluang terbuka dalam proses transformasi dakwah Islam karena mampu menyampaikan pesan dakwah dalam cakupan luas dan ruang yang tidak terbatas. Penggunaan internet juga menuntut kreativitas dan inovasi da'i dalam memanfaatkan ruang-ruang digital untuk keberlangsungan dakwah Islam (Rustandi, 2019:85-86).

Dalam perkembangan media baru, dakwah digital juga dapat dipahami sebagai proses digitalisasi pesan dakwah. Syukur dan Hermanto menjelaskan bahwa digitalisasi merupakan proses mengubah informasi dari format analog menjadi format digital sehingga lebih mudah diproduksi, disimpan, dikelola, dan didistribusikan. Berdasarkan pengertian tersebut, digitalisasi dakwah adalah proses mengubah, merekam, mengemas, dan menyajikan informasi dakwah dari format analog menjadi format digital agar lebih mudah diproduksi, disimpan, dikelola, dan disebar (Syukur & Hermanto, 2021:126).

Pengertian tersebut menegaskan bahwa dakwah digital tidak hanya berarti memindahkan ceramah dari ruang fisik ke ruang *online*. Dakwah digital mencakup proses yang lebih luas, yaitu produksi pesan, pengemasan konten, pemilihan platform, distribusi pesan, interaksi dengan *audiens*, penyimpanan konten, dan pemanfaatan kembali pesan

dakwah yang telah dipublikasikan. Dalam media sosial, dakwah digital dapat hadir dalam bentuk tulisan, gambar, poster, *infografis*, video pendek, *caption*, *story*, *reels*, *live streaming*, komentar, dan pesan langsung.

Nikmah menjelaskan bahwa media sosial pada masa kini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan informasi, tetapi juga sebagai media dakwah. Dakwah melalui media sosial bukan lagi sekadar tren, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat digital. Dalam penelitiannya, optimalisasi dakwah digital dilakukan melalui beberapa strategi, seperti membentuk tim khusus untuk mengelola *website* dan media sosial, membuat *website* tanya jawab keagamaan, serta mengemas pesan-pesan dakwah untuk disebarluaskan melalui media sosial seperti YouTube dan Instagram (Nikmah, 2020:45).

Dalam kajian media baru, Fakhruroji menjelaskan bahwa internet tidak dapat dipahami hanya sebagai media massa baru, melainkan sebagai medium yang mengalami perkembangan terus-menerus dan mengubah pola komunikasi masyarakat. Internet memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif, tidak hanya satu arah, serta mempertemukan manusia dalam ruang digital yang melampaui batas fisik (Fakhruroji, 2017:54-58). Hal ini relevan dengan dakwah digital karena pesan keagamaan tidak lagi hanya disampaikan

dari da'i kepada mad'u secara satu arah, tetapi dapat berlangsung secara dialogis melalui komentar, pesan langsung, tanya jawab, dan respons pengguna media sosial.

### 3) Karakteristik Dakwah Digital

Dakwah digital memiliki karakteristik yang berbeda dengan dakwah konvensional karena berlangsung melalui media baru berbasis internet. Dalam konteks ini, karakteristik dakwah digital dapat dipahami melalui karakteristik media baru. Fakhruroji menjelaskan bahwa media baru tidak hanya dipahami sebagai media yang baru dari segi teknologi, tetapi juga sebagai media yang mengubah pola komunikasi, distribusi informasi, interaksi sosial, dan cara manusia mengakses pesan. Menurut Fakhruroji terdapat enam karakteristik utama media baru, yaitu *network*, *information*, *interface*, *archive*, *interactivity*, dan *simulation* (Fakhruroji, 2017:60–75).

#### (1) *Network*

Karakteristik pertama media baru adalah *network* atau jaringan. Fakhruroji menjelaskan bahwa konsep *network* merupakan syarat penting ketika membahas internet dan media baru. Jaringan memungkinkan komputer, perangkat digital, dan pengguna saling terhubung, baik melalui jaringan lokal maupun jaringan yang lebih luas. Dalam konteks media baru, jaringan tidak hanya dipahami

secara teknis sebagai koneksi antar komputer, tetapi juga sebagai hubungan sosial yang terbentuk melalui media digital (Fakhruroji, 2017:61–62).

### (2) *Information*

Karakteristik kedua adalah *information* atau informasi. Fakhruroji menjelaskan bahwa informasi dalam media baru tidak lagi dipahami hanya sebagai pesan yang diterima begitu saja, tetapi sebagai sesuatu yang dibentuk, diproduksi, diolah, dan dikendalikan melalui sistem digital. Dalam media baru, informasi menjadi unsur utama karena seluruh aktivitas komunikasi digital bertumpu pada produksi, penyimpanan, dan distribusi informasi (Fakhruroji, 2017:63–65).

### (3) *Interface*

Karakteristik ketiga adalah *interface*. Fakhruroji menjelaskan bahwa *interface* merupakan penghubung antara manusia dan mesin, atau antara pengguna dengan sistem digital. Dalam media baru, pengguna tidak berhubungan langsung dengan data secara mentah, tetapi melalui tampilan, menu, ikon, tombol, halaman, dan fitur yang disediakan oleh media digital (Fakhruroji, 2017:65–68).

(4) *Archive*

Karakteristik keempat adalah archive atau arsip. Fakhruroji menjelaskan bahwa media baru memiliki kemampuan untuk menyimpan informasi dalam bentuk digital. Informasi yang telah diunggah dapat disimpan, dicari, dibuka kembali, dan digunakan ulang oleh pengguna. Media baru memungkinkan data, tulisan, gambar, audio, maupun video terdokumentasi dalam ruang digital (Fakhruroji, 2017:68–70).

(5) *Interactivity*

Karakteristik kelima adalah interactivity atau interaktivitas. Fakhruroji menjelaskan bahwa interaktivitas merupakan salah satu konsep penting dalam media baru karena memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons, memilih informasi, mengatur pengalaman komunikasi, dan berpartisipasi dalam proses komunikasi (Fakhruroji, 2017:71–72).

(6) *Simulation*

Karakteristik keenam adalah simulation atau simulasi. Fakhruroji menjelaskan bahwa simulasi dalam media baru berkaitan dengan kemampuan media digital menciptakan pengalaman, representasi, atau realitas tertentu melalui teknologi. Media baru

memungkinkan pengguna mengalami sesuatu secara virtual, seolah-olah mereka berada dalam ruang atau situasi tertentu, meskipun sebenarnya pengalaman tersebut dibentuk oleh sistem digital (Fakhruroji, 2017:73–75).

#### 4) Bentuk-Bentuk Dakwah Di Media Sosial

Bentuk-bentuk dakwah di media sosial dapat dipahami sebagai ragam cara penyampaian pesan Islam yang menyesuaikan karakter media digital. Jika dakwah pada masa sebelumnya banyak dilakukan melalui mimbar, majelis taklim, pengajian langsung, atau media cetak, maka dalam perkembangan teknologi saat ini dakwah mengalami perluasan ruang ke media sosial.

Huda et al., (2025) menjelaskan bahwa dakwah di era digital tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi meluas ke ruang maya yang memungkinkan pesan keagamaan diakses oleh masyarakat secara lebih luas, cepat, dan lintas wilayah (Huda et al., 2025:3). Dalam konteks ini, media sosial menjadi sarana penting karena mampu menghadirkan interaktivitas, penyebaran informasi cepat, variasi format konten, aksesibilitas, dan jangkauan *audiens* yang luas (Huda et al., 2025:30-31).

Menurut Syukur dan Hermanto, digitalisasi dakwah merupakan proses mengubah, merekam, mengemas, dan menyajikan informasi dakwah dari format analog menjadi format digital agar lebih mudah

diproduksi, disimpan, dikelola, dan didistribusikan (Syukur & Hermanto, 2021:126). Pemahaman ini menunjukkan bahwa bentuk dakwah di media sosial bukan hanya memindahkan ceramah konvensional ke internet, tetapi juga mengemas pesan dakwah sesuai dengan budaya komunikasi digital. Dengan demikian, dakwah media sosial menuntut kreativitas da'i dalam memilih bentuk pesan, format konten, serta platform yang sesuai dengan kebutuhan mad'u.

Secara konseptual, bentuk pertama dakwah di media sosial adalah *dakwah bi al-lisan* digital, yaitu dakwah melalui lisan yang disampaikan dengan bantuan platform digital. Bentuk ini dapat berupa video ceramah, potongan kajian singkat, *live streaming*, tanya jawab langsung, atau rekaman nasihat keagamaan yang diunggah ke YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan platform sejenis. Huda et al., menyebut video ceramah sebagai salah satu jenis konten dakwah yang banyak digunakan karena media video mampu menghadirkan pesan secara audio-visual dan menarik perhatian *audiens* (Huda et al., 2025:58–59). Syukur dan Hermanto juga menjelaskan bahwa YouTube banyak dimanfaatkan umat Muslim sebagai media penyampaian kajian Islam melalui video, karena ceramah yang direkam dan diunggah dapat ditonton berulang kali oleh masyarakat luas (Syukur & Hermanto, 2021:134–135).

Bentuk kedua adalah *dakwah bi al-qalam* atau dakwah tulisan digital. Dakwah ini dilakukan melalui teks, *caption*, artikel singkat, utas, status, blog, *e-book*, maupun kutipan Islami yang disebarakan melalui media sosial. Dalam pandangan Huda dkk., teks dan kutipan Islami berkembang pesat terutama di Instagram, baik berupa potongan ayat al-Qur'an, petikan ceramah, maupun kalimat motivasi Islami yang bertujuan membangun pola pikir positif pembacanya (Huda et al., 2025:58). Bentuk ini penting karena tidak semua mad'u memiliki waktu untuk mengikuti kajian panjang. Melalui teks singkat, pesan dakwah dapat disampaikan secara padat, mudah dibaca, dan mudah dibagikan kembali.

Ketiga, dakwah visual yaitu penyampaian pesan Islam melalui gambar, poster, ilustrasi, *infografis*, desain grafis, dan visualisasi pesan keagamaan. Huda dkk. menjelaskan bahwa elemen visual seperti gambar dan video dapat memperjelas pesan, meningkatkan daya tarik, memudahkan pemahaman, memperkuat daya ingat, serta mendorong keterlibatan *audiens* melalui komentar, *likes*, dan *share* (Huda et al., 2025:66–67). Dalam konteks media sosial, bentuk dakwah visual sangat relevan karena pengguna media digital cenderung tertarik pada tampilan yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Oleh karena itu, *infografis* tentang tata cara ibadah, poster nasihat, atau desain edukasi keislaman dapat menjadi bentuk dakwah yang efektif bagi generasi muda.

Keempat, dakwah audio dan *podcast*. Huda et al., memasukkan *podcast* atau audio dakwah sebagai salah satu jenis konten dakwah media sosial. *Podcast* dapat dikemas dalam bentuk monolog, dialog, *talkshow*, *review*, atau kajian tematik singkat yang dapat didengarkan kapan saja oleh mad'u (Huda et al., 2025:59–60). Bentuk ini sesuai dengan kebiasaan masyarakat digital yang sering mengakses informasi sambil melakukan aktivitas lain. Dengan *podcast*, dakwah tidak selalu bergantung pada tampilan visual, tetapi dapat hadir sebagai ruang pendengaran yang fleksibel, praktis, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari *audiens*.

Kelima, dakwah interaktif-dialogis, yaitu dakwah yang membuka ruang komunikasi dua arah antara da'i dan mad'u. Media sosial memungkinkan *audiens* bertanya, memberi komentar, menyampaikan pengalaman, atau merespons pesan dakwah secara langsung. Huda et al., menjelaskan bahwa interaktivitas media sosial memungkinkan da'i dan *audiens* berkomunikasi melalui komentar, pesan pribadi, fitur tanya jawab, dan *live streaming* (Huda et al., 2025:30-31). Bentuk ini penting karena dakwah tidak hanya menjadi proses penyampaian pesan satu arah, tetapi juga menjadi ruang dialog, klarifikasi, dan pendampingan keagamaan. Dalam penelitian skripsi, bentuk ini dapat dikaitkan dengan respons *audiens* melalui komentar, *like*, *share*, pertanyaan, atau partisipasi dalam diskusi digital.

keenam adalah dakwah *bi al-hal digital*, yaitu dakwah melalui tindakan nyata yang dipublikasikan atau digerakkan melalui media sosial. Secara umum, *dakwah bi al-hal* menekankan keteladanan, aksi sosial, kepedulian, dan perubahan nyata dalam masyarakat. Dalam konteks media sosial, bentuk ini dapat muncul melalui kampanye kebaikan, gerakan sedekah, edukasi sosial, dokumentasi kegiatan kemanusiaan, ajakan membantu sesama, atau konten yang menampilkan praktik nilai Islam dalam kehidupan nyata. Ridla et al., menyebutkan bahwa bentuk dakwah dapat dibagi menjadi dakwah *bil-lisan*, *bil-qalam* atau *kitabah*, dan *bil-hal* sebagai aksi sosial-ekonomi (Ridla et al., 2017:79). Dengan demikian, dakwah *bi al-hal* di media sosial dapat dipahami sebagai perluasan aksi dakwah nyata ke ruang digital agar nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami, tetapi juga dipraktikkan.

Ketujuh, dakwah edukatif melalui kelas *online* atau webinar. Huda et al., menjelaskan bahwa kelas *online* atau webinar dakwah merupakan sesi pembelajaran melalui platform digital yang bertujuan menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam secara interaktif. Bentuk ini memungkinkan peserta mengikuti materi, bertanya, berdiskusi, dan menerima penjelasan secara langsung meskipun tidak berada dalam satu tempat (Huda et al., 2025:61). Bentuk ini sangat relevan dalam dakwah digital karena dapat menjangkau *audiens* yang berada di wilayah

berbeda, termasuk mereka yang tidak dapat hadir dalam kajian tatap muka.

Kedelapan, dakwah komunitas digital, yaitu dakwah yang dibangun melalui komunitas atau jaringan sosial di media digital. Huda et al., menekankan bahwa komunitas memiliki peran penting dalam digitalisasi konten dakwah, baik sebagai fasilitator, kreator, maupun penjaga kualitas konten. Dalam buku tersebut juga dijelaskan bahwa komunitas dakwah seperti Yuk Ngaji dan Shift Pemuda Hijrah berhasil memanfaatkan media sosial untuk menjangkau anak muda dengan pendekatan yang relevan, kreatif, dan inklusif (Huda et al., 2025:101–116). Bentuk dakwah ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya tempat menyebarkan konten, tetapi juga ruang membangun ikatan, identitas, partisipasi, dan solidaritas keagamaan.

### 2.2.2 Instagram Sebagai Media Dakwah

#### 1) Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunanya membagikan foto, video, dan informasi kepada pengguna lain. Budiargo, sebagaimana dikutip oleh Tamara, menjelaskan bahwa Instagram merupakan media yang memberi kemudahan dalam berbagi foto, video, serta layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan

membagikan konten kepada teman atau pengguna lain (Tamara, 2020:2).

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyimpanan foto dan video, tetapi juga sebagai media komunikasi. Melalui Instagram, pengguna dapat mengunggah konten, menulis keterangan atau *caption*, memberi respons melalui *like* dan komentar, membagikan ulang konten, serta mengikuti akun tertentu sesuai kebutuhan informasinya. Oleh karena itu, Instagram dapat dipahami sebagai ruang komunikasi digital yang menghubungkan pengguna melalui konten visual dan interaksi sosial.

Bambang Dwi Atmoko, sebagaimana dikutip oleh Tamara, mendefinisikan Instagram sebagai aplikasi dari *handphone* yang khusus untuk media sosial dan termasuk bagian dari media digital. Instagram memiliki fungsi yang hampir sama dengan media sosial lain, tetapi memiliki kekhasan pada pengambilan foto dan tempat berbagi informasi bagi penggunanya. Instagram juga dinilai dapat memberi inspirasi dan meningkatkan kreativitas pengguna karena memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan menarik (Tamara, 2020:16–17).

## 2) Fitur Instagram Dalam Dakwah

Instagram memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mendukung penyampaian pesan dakwah. Fitur-fitur tersebut tidak

hanya berfungsi sebagai sarana teknis dalam mengunggah foto atau video, tetapi juga dapat menjadi media komunikasi, edukasi, interaksi, dan penyebaran pesan keislaman.

Atmoko, sebagaimana dikutip oleh Zamzami, menjelaskan bahwa Instagram memiliki lima menu utama, yaitu *home page*, *explore*, *news feed*, profil, dan *stories*. Kelima menu tersebut terletak pada tampilan utama Instagram dan menjadi bagian penting dalam aktivitas pengguna saat mengakses, melihat, dan merespons konten (Zamzami, 2022:22-24).

Pertama, *home page* merupakan halaman utama yang menampilkan foto atau video terbaru dari akun-akun yang telah diikuti oleh pengguna. Dalam konteks dakwah, *home page* berfungsi sebagai ruang awal bagi *followers* untuk menerima konten dakwah yang diunggah oleh akun tertentu.

Kedua, *explore* merupakan fitur yang menampilkan foto atau video populer dan menarik bagi pengguna. Fitur ini dapat memperluas jangkauan dakwah karena konten tidak hanya dilihat oleh *followers*, tetapi juga berpotensi ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki minat serupa. Dalam dakwah digital, *explore* dapat membantu pesan keislaman tersebar lebih luas, terutama jika konten tersebut relevan, menarik, dan banyak mendapat respons dari pengguna Instagram.

Ketiga, *news feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan mengenai aktivitas pengguna. Menurut Atmoko, fitur ini menampilkan aktivitas terbaru dari akun yang diikuti serta notifikasi terhadap aktivitas pengguna Instagram terhadap foto atau konten yang dibagikan (Zamzami, 2022:23). Dalam konteks dakwah, *news feed* membantu *followers* mengetahui adanya interaksi baru, seperti komentar, balasan, atau respons terhadap konten dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan satu arah, tetapi juga memungkinkan adanya komunikasi antara akun dakwah dan *followers*.

Keempat, profil merupakan halaman yang menampilkan informasi detail mengenai pengguna, baik akun pribadi maupun akun lain. Fitur ini memuat jumlah unggahan, jumlah *following*, dan jumlah *followers* (Zamzami, 2022:24). Dalam konteks akun dakwah, profil berfungsi sebagai identitas digital. Melalui profil, *followers* dapat mengetahui karakter, fokus, dan kredibilitas akun dakwah.

Kelima, *stories* merupakan fitur yang menampilkan foto atau video dalam waktu terbatas. Atmoko menjelaskan bahwa *stories* memiliki batas waktu 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu tersebut berakhir (Zamzami, 2022:24). Dalam dakwah, *stories* dapat digunakan untuk menyampaikan pesan singkat, pengingat ibadah, tanya jawab, *polling*, atau informasi fiqh haid yang bersifat

praktis. Fitur ini cocok untuk remaja karena tampilannya singkat, cepat, dan mudah diakses.

Selain lima menu utama tersebut, Atmoko juga menjelaskan beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video di Instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, yaitu *caption*, *hashtag*, *geotagging*, dan *reel remix* (Zamzami, 2022:24–25).

### 2.2.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

#### 1) Pengertian Pemenuhan Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan proses ketika seseorang memperoleh informasi yang dapat menjawab kekurangan pengetahuan, mengurangi ketidakpastian, serta membantu memahami persoalan yang sedang dihadapi. Informasi menjadi kebutuhan penting karena manusia membutuhkan pengetahuan untuk mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, dan menjalankan aktivitas kehidupannya.

Wilson menjelaskan bahwa kebutuhan informasi bukan merupakan kebutuhan dasar seperti kebutuhan makan, minum, atau tempat tinggal, melainkan kebutuhan tingkat kedua yang muncul karena adanya kebutuhan lain yang ingin dipenuhi. Artinya, seseorang membutuhkan informasi karena informasi tersebut dapat membantu memenuhi

kebutuhan tertentu, seperti memahami masalah, mengambil keputusan, atau mencapai tujuan tertentu (Wilson, 2000:51).

Yusup dan Subekti, sebagaimana dikutip oleh Aeni, et al., menjelaskan bahwa kebutuhan informasi merupakan keadaan dalam struktur kognisi seseorang yang menunjukkan adanya kekosongan informasi atau pengetahuan, baik karena tuntutan tugas maupun sekadar rasa ingin tahu. Kebutuhan informasi muncul ketika seseorang merasa bahwa pengetahuan yang dimilikinya belum cukup, sehingga ia terdorong untuk mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Aeni et al., 2021:22).

Lasa, sebagaimana dikutip oleh Estiningtyas, memandang kebutuhan informasi sebagai kebutuhan yang berkaitan dengan pemahaman, penguasaan lingkungan, pemuasan rasa ingin tahu, dan kegiatan penjelajahan. Informasi yang diperoleh kemudian dapat dimanfaatkan untuk menambah pengalaman, mendapatkan pengetahuan baru, memperoleh keilmuan yang dibutuhkan, serta mengembangkan diri (Estiningtyas, 2021:126).

Nicholas, sebagaimana dikutip oleh Estiningtyas, menjelaskan bahwa kebutuhan informasi merupakan kebutuhan terhadap informasi yang diperlukan seseorang untuk mendukung pekerjaan, memecahkan masalah, memperoleh kepuasan, serta mengikuti minat tertentu.

Pengertian ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi tidak hanya berkaitan dengan aktivitas akademik atau pekerjaan, tetapi juga dapat berkaitan dengan kebutuhan pribadi dan minat individu (Estiningtyas, 2021:126).

Yusup, sebagaimana dikutip oleh Muja, menjelaskan bahwa kebutuhan informasi muncul karena adanya ketidaksesuaian antara pengetahuan yang dimiliki seseorang dengan pengetahuan yang sebenarnya diperlukan. Kondisi ini menciptakan kekosongan pemahaman yang mendorong individu untuk mencari informasi sebagai upaya memenuhi kebutuhan tersebut (Sholihatunnisa, 2025:43).

#### **2.2.4 Dimensi Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Menurut Guha (2019), sebagaimana dikutip oleh Sholihatunnisa, terdapat empat pendekatan kebutuhan informasi dalam penggunaan media sosial, yaitu *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustive need approach*, dan *catching up need approach* (Sholihatunnisa, 2025:44-46).

##### *1) Current need approach*

Current Need Approach merupakan pendekatan kebutuhan informasi mutakhir. Kebutuhan informasi ini meliputi informasi yang bersifat aktual dan kontekstual. Informasi aktual berkaitan dengan isu, peristiwa, atau perkembangan terbaru, sedangkan informasi

kontekstual mencakup pemahaman yang lebih luas mengenai suatu persoalan dari aspek penyebab maupun sudut pandang yang melingkupinya

2) *Everyday need approach*

Everyday Need Approach merupakan kebutuhan informasi yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan ini bersifat spesifik, cepat, fungsional, praktis, instan, dan mudah diakses. Artinya, seseorang membutuhkan informasi yang dapat segera digunakan untuk menjawab persoalan tertentu dalam aktivitas hariannya.

3) *Exhaustive Need Approach*

Exhaustive Need Approach merupakan kebutuhan informasi yang bersifat mendalam. Kebutuhan ini mencakup informasi analitis dan evaluatif. Informasi analitis berkaitan dengan pembahasan suatu topik secara lebih luas dari berbagai sudut pandang, sedangkan informasi evaluatif digunakan untuk menilai kebenaran, kelayakan, dan kredibilitas informasi sebelum seseorang mengambil kesimpulan atau keputusan.

4) *Catching Up Need Approach*

Catching Up Need Approach merupakan kebutuhan informasi yang ringkas dan lengkap. Kebutuhan ini mencakup informasi esensial,

informasi instan, informasi latar belakang, dan informasi tambahan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa seseorang membutuhkan informasi yang mudah dipahami secara cepat, tetapi tetap memuat unsur penting yang dapat melengkapi pemahaman sebelumnya.

#### 2.2.4 Fiqh Haid

##### 1) Pengertian Fiqh

Fiqh merupakan salah satu cabang ilmu dalam Islam yang membahas hukum-hukum syariat yang berkaitan dengan perbuatan manusia. Secara umum, fiqh dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan ketentuan hukum Islam dalam kehidupan praktis, baik dalam aspek ibadah, muamalah, *munakahah*, maupun persoalan sosial keagamaan lainnya. Oleh karena itu, fiqh tidak hanya membahas ajaran Islam secara teoritis, tetapi juga memberikan pedoman praktis mengenai bagaimana seorang Muslim menjalankan kewajiban agamanya dalam kehidupan sehari-hari.

Sadzali menjelaskan bahwa ilmu fikih adalah ilmu tentang hukum-hukum syariat atas suatu perbuatan yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci. Objek kajian fikih adalah perbuatan *mukallaf*, yaitu orang yang telah dibebani hukum, yang dinilai berdasarkan ketentuan syariat (Sadzali, 2017:4). Dengan demikian, fiqh berkaitan langsung dengan

tindakan manusia, seperti kewajiban, larangan, kebolehan, kesunahan, dan kemakruhan dalam menjalankan ajaran Islam.

Dalam pengertian lain, Abdul Wahab al-Khallaf, sebagaimana dikutip oleh Nuroniyah, mendefinisikan fiqh sebagai ilmu tentang hukum-hukum syar'i yang bersifat praktis dan diambil dari dalil-dalil yang rinci. Definisi ini menunjukkan bahwa fiqh merupakan hasil pemahaman ulama terhadap dalil-dalil syariat, seperti Al-Qur'an dan hadis, yang kemudian dirumuskan menjadi hukum praktis bagi umat Islam (Nuroniyah, 2019:14).

Fiqh juga dapat dipahami sebagai hasil dari proses *istinbath* hukum. Nuroniyah menjelaskan bahwa fiqh merupakan hasil penafsiran terhadap dalil-dalil nash, yaitu Al-Qur'an dan hadis, dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Karena itu, fiqh sebagai produk pemikiran ulama tidak terlepas dari proses penalaran hukum, keadaan masyarakat, dan persoalan-persoalan yang muncul dalam kehidupan umat Islam (Nuroniyah, 2019:14).

Dengan demikian, fiqh dapat dipahami sebagai ilmu yang membahas hukum Islam secara praktis dan berhubungan langsung dengan perbuatan manusia. Fiqh berfungsi sebagai pedoman bagi umat Islam dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam menentukan sah atau tidaknya suatu ibadah, boleh atau tidaknya suatu perbuatan,

serta bagaimana seorang Muslim menjalankan kewajibannya sesuai ketentuan syariat.

Dalam konteks penelitian ini, pengertian fiqh menjadi dasar untuk memahami fiqh haid. Fiqh haid merupakan bagian dari kajian fiqh yang membahas hukum-hukum yang berkaitan dengan haid, terutama karena haid berpengaruh terhadap pelaksanaan ibadah perempuan. Romdhan menjelaskan bahwa pembahasan haid, nifas, dan istihadhah merupakan persoalan penting dalam fiqh karena berkaitan dengan syarat peribadatan, seperti shalat, puasa, thawaf, pernikahan, kedewasaan, dan kesehatan. Ketiga jenis darah tersebut memiliki hukum syariat masing-masing yang harus diperhatikan oleh perempuan Muslimah (Romdhan, 2014:46-47).

Dahri juga menegaskan bahwa haid, nifas, dan istihadhah memperoleh perhatian khusus dalam Islam karena tidak hanya berkaitan dengan persoalan reproduksi perempuan, tetapi juga memiliki implikasi terhadap banyak ketentuan agama, baik dalam aspek ibadah, muamalah, maupun munakahah. Dalam fiqh, persoalan tersebut dibahas lebih rinci karena berkaitan dengan status suci, hadas, dan kewajiban ibadah perempuan (Dahri, 2012:2-3).

Selain itu, Liniyah dan Anwar menjelaskan bahwa haid dan istihadhah termasuk bagian dari pembahasan thaharah. Pemahaman tentang haid dan istihadhah penting karena syarat sah shalat di

antaranya adalah suci dari hadas kecil dan hadas besar, baik pada badan, tempat, maupun pakaian. Oleh karena itu, mempelajari hukum haid dan istihadhah menjadi penting bagi perempuan Muslimah agar dapat menjalankan ibadah dengan benar (Liniyah & Anwar, 2024:82-84).

## 2) Pengertian Haid

Dalam kajian fiqh, haid tidak hanya dipahami sebagai proses biologis yang dialami perempuan, tetapi juga sebagai keadaan hukum yang memengaruhi pelaksanaan ibadah tertentu, seperti shalat, puasa, thawaf, membaca atau menyentuh mushaf, serta kewajiban mandi setelah suci.

Secara umum, haid dapat dipahami sebagai darah yang keluar dari kemaluan perempuan dalam keadaan sehat, bukan karena penyakit, bukan karena luka, dan bukan karena melahirkan. As-Saggaf menjelaskan bahwa haid adalah darah normal yang keluar dari pangkal rahim perempuan ketika ia dalam keadaan sehat, terjadi tanpa sebab khusus, dan berlangsung pada waktu tertentu. Dari pengertian tersebut, haid memiliki beberapa unsur penting, yaitu darah yang keluar merupakan darah normal, keluar dari pangkal rahim perempuan, terjadi pada perempuan yang sehat, bukan karena melahirkan atau penyakit, serta memiliki ketentuan waktu tertentu (As-Saggaf, n.d.:13-14).

Pengertian tersebut sejalan dengan penjelasan Romdhan bahwa haid atau menstruasi merupakan siklus bulanan yang secara alami terjadi pada perempuan dewasa yang normal. Siklus tersebut ditandai dengan keluarnya darah dari kemaluan perempuan dalam keadaan sehat, bukan karena penyakit maupun kehamilan. Romdhan juga membedakan haid dengan nifas dan istihadhah. Nifas adalah darah yang keluar setelah proses melahirkan, sedangkan istihadhah adalah darah yang keluar di luar waktu haid dan nifas (Romdhan, 2014:46).

Dahri menjelaskan bahwa secara biologis haid atau menstruasi merupakan siklus reproduksi yang menandai sehat dan berfungsinya organ reproduksi perempuan. Haid menunjukkan bahwa seorang perempuan telah memasuki masa kematangan seksual dan menjadi bagian dari proses fisiologis tubuh yang terjadi secara berkala. Dalam bahasa agama, siklus biologis tersebut disebut haid. Akan tetapi, dalam Islam haid tidak hanya diperhatikan sebagai proses biologis, tetapi juga memiliki implikasi terhadap ketentuan agama, terutama dalam aspek ibadah, muamalah, dan munakahah (Dahri, 2012:2-3).

Nuronyah juga menjelaskan bahwa tidak semua darah yang keluar dari farji perempuan dapat disebut sebagai darah haid. Dalam literatur fiqh, darah yang keluar dari perempuan dibedakan menjadi tiga macam, yaitu darah haid, darah istihadhah, dan darah nifas. Darah haid adalah

darah yang keluar pada saat perempuan dalam keadaan sehat, istihadhah adalah darah yang keluar karena sakit atau di luar masa haid dan nifas, sedangkan nifas adalah darah yang keluar karena melahirkan (Nuroniya, 2019:69).

Liniyah dan Anwar menjelaskan bahwa haid adalah darah yang keluar ketika perempuan telah memasuki usia haid, yaitu sekitar umur sembilan tahun ke atas. Darah tersebut keluar dari farji perempuan dalam keadaan sehat, bukan karena penyakit, melainkan karena kebiasaan alami tubuh, dan bukan disebabkan oleh kelahiran anak. Mereka juga menegaskan bahwa memahami haid dan istihadhah penting karena berkaitan dengan thaharah, sedangkan thaharah menjadi salah satu syarat sah ibadah seperti shalat (Liniyah & Anwar, 2024:82–84).

Dalil pokok mengenai haid terdapat dalam QS. Al-Baqarah [2]:

222.

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْمَجِيسِ ۖ قُلْ هُوَ أَذَىٰ فَأَعْتَزِلُوا النِّسَاءَ فِي الْمَجِيسِ وَلَا تَقْرَبُوهُنَّ حَتَّىٰ يَطْهُرْنَ

Artinya : "Mereka bertanya kepadamu tentang haid. Katakanlah, 'Haid itu adalah suatu kotoran (gangguan). Oleh sebab itu hendaklah kamu menjauhkan diri dari perempuan pada waktu haid dan janganlah kamu mendekati mereka sebelum mereka suci'" (QS. Al-Baqarah [2]: 222)

Rasulullah SAW. juga menjelaskan hakikat haid melalui sabdanya kepada Aisyah ra., "Sesungguhnya ini adalah sesuatu yang telah Allah tetapkan atas anak-anak perempuan Adam" (HR. al-Bukhari No. 294; HR. Muslim No. 1211). Hadis ini menegaskan bahwa haid merupakan ketetapan Allah yang bersifat fitrah bagi perempuan. Dengan demikian, haid dipahami sebagai kondisi biologis yang alami dan menjadi dasar ditetapkannya berbagai hukum syariat yang berkaitan dengan perempuan yang sedang mengalami haid.

عَنْ فَاطِمَةَ بِنْتِ أَبِي حُبَيْشٍ أَنَّهَا كَانَتْ تُسْتَحَاضُ، فَقَالَ لَهَا رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: إِنَّمَا ذَلِكَ عِرْقٌ، وَلَيْسَ بِالْحَيْضَةِ، فَإِذَا أَقْبَلَتِ الْحَيْضَةَ فَانْزُكِي إِلَيْهَا صَلَاةً، وَإِذَا ذَهَبَ قَدْرُهَا فَاغْسِلِي عَنكَ الدَّمَ ثُمَّ صَلِّي

Artinya : "Sesungguhnya itu hanyalah darah dari pembuluh darah, bukan darah haid. Maka apabila haid datang, tinggalkanlah salat. Apabila masa haid telah berlalu, basuhlah darah itu darimu, kemudian salatlah" (HR. al-Bukhari No. 306; Muslim No. 333).

### 3) Macam-Macam Darah Haid

Darah haid dalam kajian fiqh tidak selalu dipahami hanya sebagai darah yang berwarna merah. Para ulama menjelaskan bahwa darah haid dapat memiliki beberapa warna dan sifat yang berbeda. Perbedaan warna tersebut dapat terjadi karena kondisi tubuh perempuan, fase

keluarnya darah, serta perubahan darah dari awal sampai akhir masa haid. Oleh karena itu, pembahasan mengenai macam-macam warna darah haid penting dijelaskan agar remaja tidak memahami haid hanya dari satu warna tertentu saja.

Nuroniya menjelaskan bahwa para *fuqaha* membuat batasan dan pengklasifikasian darah haid untuk membedakan antara darah haid dan darah penyakit atau istihadhah. Dalam pandangan ulama Hanafiyah, warna darah haid terdiri atas enam macam, yaitu merah, keruh, kehijauan, warna seperti tanah, kuning, dan hitam. Sementara itu, ulama Syafi'iyah menyebutkan lima tingkatan warna darah haid, yaitu hitam, merah tua, merah muda, keruh, dan kuning. Adapun ulama Malikiyah menyebutkan tiga warna darah haid, yaitu merah, kuning, dan keruh (Nuroniya, 2019:117–118).

Dalam tradisi fiqh Syafi'iyah yang banyak digunakan di Indonesia, warna darah haid memiliki tingkatan tertentu. Warna yang paling kuat adalah hitam, kemudian merah tua, merah muda, keruh, dan kuning. Perbedaan tingkatan warna ini menunjukkan bahwa darah haid tidak selalu keluar dalam satu bentuk yang sama. Pada sebagian perempuan, darah dapat tampak hitam atau merah tua pada awal haid, kemudian berubah menjadi lebih muda, keruh, atau kekuningan menjelang akhir masa haid.

As-Saggaf juga menjelaskan bahwa darah haid dapat memiliki beberapa warna, yaitu hitam, merah, pirang, kuning, dan keruh. Menurutnya, darah yang keluar dapat berubah sesuai keadaan dan waktu keluarnya. Dalam penjelasan fiqh, cairan kuning dan keruh masih dapat dihitung sebagai haid apabila keluar dalam masa haid dan belum tampak tanda suci (As-Saggaf, t.t.:27).

Romdhan menjelaskan bahwa warna darah haid pada awalnya dapat berwarna hitam, kemudian berubah menjadi merah, kuning, atau warna semu antara putih dan hitam. Ia juga menjelaskan bahwa darah berwarna kuning atau keruh dapat dihukumi haid apabila keluarnya terjadi pada hari-hari haid. Namun, jika warna kuning atau keruh keluar setelah masa suci, maka tidak dihukumi sebagai haid (Romdhan, 2014:46; 50).

Penjelasan tersebut diperkuat oleh Liniyah dan Anwar yang menyebutkan bahwa darah haid memiliki lima kemungkinan warna, yaitu hitam, merah, merah kekuning-kuningan, kuning, dan keruh. Selain warna, darah haid juga dapat memiliki sifat yang berbeda, seperti kental, berbau, kental sekaligus berbau, atau tidak kental dan tidak berbau. Perbedaan warna dan sifat darah ini menunjukkan bahwa pengalaman haid setiap perempuan dapat berbeda-beda, bahkan dalam satu siklus haid yang sama (Liniyah & Anwar, 2024:85).

Dalam kajian fiqh, darah yang keluar dari rahim perempuan dibedakan menjadi darah haid, nifas, dan istihadhah. Perbedaan tersebut didasarkan pada hadis Rasulullah SAW yang menjelaskan bahwa darah haid memiliki ciri tertentu, sedangkan darah *istihadhah* berasal dari pembuluh darah dan tidak termasuk haid. Rasulullah SAW bersabda kepada Fatimah binti Abu Hubaisy:

إِنَّ دَمَ الْحَيْضِ دَمٌ أَسْوَدٌ يُعْرَفُ، فَإِذَا كَانَ ذَلِكَ فَأَمْسِكِي عَنِ الْوَسْطَاءِ، فَإِذَا كَانَ الْآخِرُ فَتَوَضَّئِي وَصَلِّي

"Sesungguhnya darah haid itu berwarna hitam yang dapat dikenali. Apabila darah yang keluar seperti itu, tinggalkanlah salat. Namun apabila darah yang keluar selain itu, berwudulah dan salatlah" (HR. Abu Dawud No. 286; An-Nasa'i No. 363).

Dalam hadis lain beliau bersabda, "Sesungguhnya itu hanyalah darah dari pembuluh darah, bukan darah haid" (HR. al-Bukhari No. 306; Muslim No. 333). Kedua hadis tersebut menjadi dasar para ulama dalam membedakan hukum darah haid dengan darah *istihadhah* sehingga setiap jenis darah memiliki konsekuensi hukum yang berbeda dalam pelaksanaan ibadah.

#### 4) Durasi Waktu Haid

As-Saggaf menjelaskan dalam kitabnya *Al-Ibanah wal Ifadhah* bahwa dalam ketentuan mazhab Syafi'i terdapat tiga ukuran masa haid.

- (1) Durasi minimal haid adalah sehari semalam atau 24 jam.
- (2) Durasi maksimal haid adalah 15 hari 15 malam.
- (3) Durasi haid yang umum atau kebiasaan mayoritas perempuan adalah enam atau tujuh hari.

Apabila darah keluar kurang dari batas minimal, maka darah tersebut tidak dihukumi sebagai haid. Sebaliknya, apabila darah keluar melebihi batas maksimal, maka perlu dibedakan antara darah haid dan darah istihadhah sesuai ketentuan fiqh (As-Saggaf, 2003 : 25–26).

Al-Utsaimin menjelaskan bahwa para ulama memiliki perbedaan pendapat dalam menetapkan batas minimal dan maksimal lama waktu haid. Menurut pendapat yang dipilihnya, hukum haid lebih dikaitkan dengan keberadaan darah yang memenuhi ciri-ciri haid, bukan semata-mata berdasarkan batas jumlah hari tertentu. Apabila seorang perempuan melihat darah yang secara kebiasaan dikenal sebagai darah haid, maka ia berada dalam hukum haid. Sebaliknya, apabila darah telah berhenti dan telah tampak tanda suci, maka hukum haid tidak lagi berlaku. Dengan demikian, menurut Al-Utsaimin, penentuan lama waktu haid perlu memperhatikan kondisi darah, kebiasaan perempuan, dan tanda suci, bukan hanya hitungan hari secara kaku (Al-Utsaimin, 2006 : 8–13).

### 5) Larangan- Larangan saat Haid

Perempuan yang sedang haid memiliki beberapa larangan dalam fiqh karena haid merupakan keadaan hadas yang berpengaruh terhadap sah atau tidaknya ibadah tertentu. As-Saggaf (2003 : 46–56) menyebutkan beberapa perbuatan yang tidak boleh dilakukan saat haid dan nifas, antara lain :

- (1) Perempuan haid dilarang melaksanakan salat, baik salat fardu maupun salat sunah. Salat yang dilakukan dalam keadaan haid tidak sah karena haid menjadi penghalang kesucian yang disyaratkan dalam salat. Perempuan yang meninggalkan salat karena haid tidak diperintahkan untuk mengqadha salat tersebut setelah suci. Ketentuan ini berbeda dengan puasa, karena puasa wajib yang ditinggalkan selama haid tetap harus diganti setelah perempuan suci.
- (2) Perempuan haid dilarang berpuasa. Larangan ini berlaku untuk puasa wajib maupun puasa sunah selama darah haid masih keluar. Apabila seorang perempuan mengalami haid ketika sedang berpuasa, maka puasanya batal dan ia wajib mengganti puasa wajib tersebut pada hari lain setelah suci. Oleh karena itu, dalam fiqh, haid menjadi salah satu kondisi yang membatalkan puasa sekaligus menjadi uzur syar'i bagi perempuan
- (3) Perempuan haid dilarang melakukan thawaf. Thawaf dipersyaratkan

dengan kesucian sebagaimana salat, sehingga perempuan yang sedang haid tidak diperbolehkan melakukannya sampai ia suci. Dalam pembahasan Al-Utsaimin, thawaf termasuk hukum haid yang dibedakan dari amalan haji lainnya; perempuan haid tetap dapat melakukan rangkaian ibadah haji selain thawaf hingga ia suci.

- (4) Perempuan haid dilarang menyentuh dan membawa mushaf menurut pembahasan fiqh yang digunakan As-Saggaf. Larangan ini berkaitan dengan syarat kesucian ketika berinteraksi langsung dengan mushaf. Oleh karena itu, perempuan haid tidak diperkenankan menyentuh atau membawa mushaf secara langsung sampai ia berada dalam keadaan suci.
- (5) Perempuan haid dilarang berdiam diri di masjid. Larangan ini berkaitan dengan kedudukan masjid sebagai tempat ibadah yang harus dijaga kesuciannya. Dalam pembahasan As-Saggaf, melewati masjid juga menjadi terlarang apabila dikhawatirkan dapat mengotori masjid. Dengan demikian, larangan ini tidak hanya berkaitan dengan keberadaan perempuan haid di masjid, tetapi juga dengan potensi najis yang dapat mengenai tempat ibadah
- (6) Membaca Al-Qur'an bagi perempuan haid termasuk persoalan yang dibahas dengan perincian pendapat ulama. As-Saggaf memasukkan membaca Al-Qur'an ke dalam perbuatan yang tidak boleh dilakukan

saat haid. Sementara itu, Al-Utsaimin menjelaskan adanya perbedaan pandangan, terutama ketika bacaan dilakukan tanpa menyentuh mushaf atau karena ada kebutuhan tertentu. Oleh karena itu, bagian ini dapat ditulis secara konseptual bahwa membaca Al-Qur'an saat haid merupakan persoalan fiqh yang diperselisihkan, tetapi dalam rujukan As-Saggaf termasuk larangan bagi perempuan haid.

- (7) Perempuan haid dilarang melakukan hubungan suami istri melalui farji. Larangan ini didasarkan pada ketentuan bahwa suami harus menjauhi hubungan seksual dengan istri selama masa haid sampai darah berhenti dan perempuan telah suci. Namun, bentuk kedekatan selain hubungan seksual tetap dibahas secara terpisah dalam fiqh, karena yang menjadi larangan utama adalah hubungan pada tempat keluarnya darah haid.
- (8) Talak saat haid termasuk perbuatan yang dilarang bagi suami. Dalam pembahasan fiqh, menjatuhkan talak kepada istri yang sedang haid dipandang tidak sesuai dengan ketentuan syariat karena dapat mengganggu perhitungan masa iddah. Oleh sebab itu, talak pada masa haid dikategorikan sebagai talak yang dilarang, meskipun pembahasan mengenai akibat hukumnya memiliki rincian tersendiri dalam fiqh

### 2.2.5 Remaja

#### 1) Pengertian Remaja

Menurut Hurlock (1980), remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada masa ini, individu tidak lagi dapat disebut sebagai anak-anak, tetapi juga belum sepenuhnya memiliki kematangan sebagai orang dewasa. Remaja berada dalam tahap perubahan yang ditandai oleh perkembangan fisik, psikologis, sosial, dan emosional.

Menurut Santrock (2016), remaja adalah periode transisi dalam rentang kehidupan manusia yang menghubungkan masa kanak-kanak dengan masa dewasa. Masa remaja ditandai oleh perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional yang berlangsung secara signifikan. Perubahan biologis berkaitan dengan pertumbuhan fisik dan pubertas, perubahan kognitif berkaitan dengan kemampuan berpikir yang semakin abstrak, sedangkan perubahan sosioemosional berkaitan dengan hubungan sosial, emosi, dan pencarian identitas diri.

Menurut Papalia dan Martorell (2014), remaja merupakan masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang melibatkan perubahan besar dalam aspek fisik, kognitif, dan psikososial. Pada tahap ini, individu mulai mengalami pematangan tubuh,

perkembangan cara berpikir, serta pembentukan hubungan sosial dan identitas diri.

## 2) Ciri-Ciri Remaja

Menurut Hurlock (1980), masa remaja memiliki beberapa ciri khusus yang membedakannya dari masa kanak-kanak dan masa dewasa, yaitu:

- (1) Masa remaja sebagai periode yang penting, yaitu masa ketika perubahan fisik dan psikologis berlangsung cepat sehingga memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan individu.
- (2) Masa remaja sebagai periode peralihan, yaitu tahap perpindahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada tahap ini, remaja belum sepenuhnya memiliki status sebagai orang dewasa, tetapi juga tidak lagi dapat diperlakukan sebagai anak-anak.
- (3) Masa remaja sebagai periode perubahan, yaitu masa ketika terjadi perubahan pada tubuh, emosi, minat, nilai, sikap, dan pola perilaku. Perubahan tersebut membuat remaja perlu menyesuaikan diri dengan kondisi dirinya yang sedang berkembang.
- (4) Masa remaja sebagai usia bermasalah, yaitu masa ketika remaja sering menghadapi berbagai persoalan yang belum sepenuhnya mampu mereka selesaikan secara mandiri. Hal ini terjadi karena remaja sedang belajar mengambil keputusan dan bertanggung jawab

atas tindakannya.

- (5) Masa remaja sebagai masa mencari identitas, yaitu masa ketika remaja mulai berusaha memahami siapa dirinya, bagaimana posisinya dalam lingkungan sosial, serta nilai-nilai apa yang akan dijadikan pegangan dalam hidupnya.
- (6) Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, yaitu masa yang sering dikaitkan dengan stereotip negatif, seperti labil, sulit diatur, atau mudah terpengaruh. Pandangan ini muncul karena remaja berada dalam tahap perubahan emosi dan perilaku yang cukup menonjol.
- (7) Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis, yaitu masa ketika remaja cenderung memiliki harapan, keinginan, atau pandangan ideal yang belum sepenuhnya sesuai dengan kenyataan. Kondisi ini berkaitan dengan perkembangan cara berpikir dan pengalaman hidup yang masih terbatas.
- (8) Masa remaja sebagai ambang masa dewasa, yaitu tahap ketika remaja mulai mempersiapkan diri untuk memasuki kehidupan dewasa. Pada tahap ini, remaja mulai belajar mengambil peran sosial, membangun kemandirian, dan menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungan.

Menurut Santrock (2016), ciri remaja dapat dilihat melalui tiga perubahan utama. Pertama, perubahan biologis, yaitu perubahan fisik

yang berkaitan dengan pubertas dan kematangan tubuh. Kedua, perubahan kognitif, yaitu berkembangnya kemampuan berpikir abstrak, logis, dan idealistis. Ketiga, perubahan sosioemosional, yaitu perubahan dalam hubungan sosial, emosi, kepribadian, dan pencarian identitas diri.

## 2.3 Kajian Teori

### 2.3.1 Teori New Media (Media Baru)

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *New Media Theory* atau teori media baru. Teori ini digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan fenomena dakwah digital melalui akun Instagram @linabudiyartiy dalam memenuhi kebutuhan informasi fiqh haid pada remaja. Pemilihan teori ini didasarkan pada fokus penelitian yang menempatkan Instagram sebagai media sosial berbasis internet, yaitu salah satu bentuk media baru yang memungkinkan terjadinya penyebaran pesan, pembentukan jaringan, interaksi, penyimpanan informasi, serta penyajian pesan dalam bentuk digital dan visual.

Secara umum, *New Media Theory* menjelaskan perubahan pola komunikasi masyarakat akibat perkembangan teknologi digital dan internet. Media baru tidak hanya dipahami sebagai media yang baru secara teknologi, tetapi juga sebagai media yang menghadirkan karakter komunikasi yang berbeda dari media konvensional. Dalam media lama, khalayak cenderung diposisikan sebagai penerima pesan, sedangkan dalam media baru khalayak

dapat berperan secara lebih aktif sebagai pencari, penerima, penafsir, penyimpan, sekaligus penyebar informasi. Oleh karena itu, media baru menghadirkan pola komunikasi yang lebih terbuka, cepat, interaktif, dan tidak sepenuhnya dibatasi oleh ruang serta waktu.

Dalam buku *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, Fakhruroji menjelaskan bahwa pembahasan mengenai media baru akan lebih relevan apabila diawali dari konsep *computer-mediated communication* atau komunikasi yang dimediasi komputer. Istilah ini merujuk pada komunikasi yang berlangsung melalui perangkat komputer dan jaringan internet sehingga memungkinkan manusia untuk saling bertukar informasi secara digital (Fakhruroji, 2017:51). Dengan demikian, media baru menjadi ruang komunikasi yang mempertemukan manusia, teknologi, informasi, dan jaringan sosial dalam satu sistem komunikasi yang saling terhubung.

### 2.3.2 Karakteristik New Media

Fakhruroji menjelaskan bahwa media baru memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari media konvensional. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa media baru tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya keterhubungan, penyebaran informasi, interaksi, penyimpanan data, serta representasi pesan dalam bentuk digital. Adapun

karakteristik *new media* menurut Fakhruroji meliputi *network*, *information*, *interface*, *archive*, *interactivity*, dan *simulation* (Fakhruroji, 2017:60–73).

- 1) Pertama, *network* atau jaringan. Karakteristik ini menunjukkan bahwa media baru bekerja melalui sistem keterhubungan antarpengguna. Dalam media baru, komunikasi tidak lagi berlangsung secara terbatas antara pengirim dan penerima pesan, tetapi terjadi dalam jaringan yang luas. Melalui jaringan internet, setiap pengguna dapat terhubung dengan pengguna lain, baik secara personal, kelompok, maupun komunitas. Dalam konteks dakwah digital, karakteristik *network* menunjukkan bahwa pesan dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas melalui jejaring media sosial.
- 2) Kedua, *information* atau informasi. Media baru memiliki karakter utama sebagai ruang produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Informasi dalam media baru tidak hanya disampaikan secara satu arah, tetapi dapat diproduksi, dikemas, dibagikan, dan diakses kembali oleh pengguna. Karakteristik ini menunjukkan bahwa media baru memungkinkan informasi tersebar secara cepat dan luas. Dalam penelitian ini, karakteristik *information* digunakan untuk melihat bagaimana akun Instagram @linabudiyartiy menyampaikan informasi fiqh haid kepada remaja secara jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan *followers*.

- 3) Ketiga, *interface* atau antarmuka. *Interface* berkaitan dengan tampilan dan cara pengguna berhubungan dengan sistem digital. Dalam media baru, antarmuka menjadi bagian penting karena pengguna berinteraksi dengan media melalui layar, ikon, menu, gambar, teks, warna, dan fitur-fitur digital lainnya. Tampilan yang mudah dipahami akan membantu pengguna dalam mengakses informasi. Dalam penelitian ini, karakteristik *interface* digunakan untuk melihat tampilan akun Instagram @linabudiyartiy, seperti kenyamanan visual, keterbacaan tulisan, susunan konten, dan kemudahan *followers* dalam menemukan informasi fiqh haid.
- 4) Keempat, *archive* atau arsip. Media baru memiliki kemampuan menyimpan berbagai bentuk pesan dan aktivitas digital. Konten yang telah diunggah dapat menjadi arsip yang dapat diakses kembali oleh pengguna. Arsip dalam media baru dapat berupa foto, video, teks, *caption*, komentar, unggahan, maupun informasi lain yang tersimpan dalam sistem digital. Dalam penelitian ini, karakteristik *archive* digunakan untuk melihat bagaimana konten fiqh haid pada akun Instagram @linabudiyartiy dapat terdokumentasi dan dibuka kembali oleh *followers* ketika mereka membutuhkan informasi.
- 5) Kelima, *interactivity* atau interaktivitas. Karakteristik ini menunjukkan bahwa media baru memungkinkan pengguna terlibat secara aktif dalam

proses komunikasi. Pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons, berkomentar, menyukai unggahan, membagikan konten, atau mengirim pesan langsung. Dalam konteks dakwah digital, interaktivitas menjadikan komunikasi dakwah lebih dialogis karena mad'u dapat merespons pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini, karakteristik *interactivity* digunakan untuk melihat sejauh mana akun Instagram @linabudiyartiy membuka ruang komunikasi dengan *followers* remaja.

- 6) Keenam, *simulation* atau simulasi. Simulasi berkaitan dengan kemampuan media baru dalam menghadirkan representasi pesan melalui bentuk digital. Media baru dapat menyajikan pesan melalui gambar, video, ilustrasi, desain visual, animasi, atau bentuk representasi lainnya. Karakteristik ini membuat pesan yang abstrak atau sulit dipahami dapat disajikan secara lebih konkret dan menarik. Dalam penelitian ini, karakteristik *simulation* digunakan untuk melihat bagaimana akun Instagram @linabudiyartiy menyajikan informasi fiqh haid melalui bentuk visual atau konten digital yang memudahkan remaja dalam memahami pesan dakwah.

Berdasarkan uraian tersebut, karakteristik *new media* menurut Fakhruroji menjadi dasar dalam penelitian ini untuk mengukur variabel dakwah digital melalui akun Instagram @linabudiyartiy. Keenam

karakteristik tersebut menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya media penyampai pesan, tetapi juga ruang dakwah digital yang memiliki sistem jaringan, penyajian informasi, tampilan antarmuka, penyimpanan arsip, interaksi, dan simulasi visual. Oleh karena itu, karakteristik new media ini relevan digunakan untuk menganalisis bagaimana dakwah digital melalui akun Instagram @linabudiyartiy berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi fiqh haid pada remaja.

