

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi menjadi era yang sangat berpengaruh bagi kehidupan. Hal ini tidak terlepas dari zaman modern yang semakin maju dengan berbagai problemnya. Di era modern ini, masyarakat memiliki ketergantungan terhadap teknologi dengan berbagai kemudahan yang diberikan dibarengi dengan semakin berkembangnya teknologi (Rustandi, et al., 2022).

Dengan hadirnya teknologi informasi, terjadi pergeseran paradigma dalam pelaksanaan dakwah. Dakwah yang sebelumnya utamanya dilakukan melalui ceramah dari mimbar ke mimbar, kini mengalami transformasi yang lebih beragam dan efisien. Proses dakwah tidak lagi terbatas pada komunikasi lisan, melainkan juga memanfaatkan berbagai media modern seperti audio dan *visual*. Kolaborasi antara berbagai media ini menciptakan cara penyampaian dakwah secara efektif mengikuti berkembangnya zaman. (Rustandi, et al., 2022).

Menurut Ridwan Rustandi dan Haifa Hanifah (2019) Kenyataan bahwa dakwah menghadapi beragam segmentasi (*multikultural*) merupakan fakta yang tak dapat diabaikan. Bagi para pelaku dakwah, segmen-segmen ini menjadi wilayah dakwah yang harus diakui dan dielaborasi sesuai pedoman ajaran Islam. Dalam praktiknya, upaya menyampaikan pesan-pesan Islam dilakukan dengan sensitivitas terhadap situasi dan kebutuhan masing-masing segmen pendengar.

Media sosial memiliki peran sebagai media yang dapat dijadikan sebagai sarana dakwah. Media sosial merupakan media untuk setiap orang bekerja menciptakan ide, membuat kreasi, berkomunikasi, membangun relasi dan tentunya sebagai tempat untuk berbagi informasi secara online. Media sosial menjadi suatu hal yang telah mengakar di masyarakat sekarang. Saat ini telah menjadi hal biasa ketika setiap orang memiliki alat komunikasi entah itu smartphone, tablet, laptop atau komputer. Pada alat komunikasi tersebut aplikasi-aplikasi media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter dan Facebook menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan karena segala kemudahan yang diberikan kepada pengguna.

Media sosial, seperti Instagram dan Facebook, memainkan peran penting dengan dampak yang signifikan dalam meningkatkan tekanan opini publik. Aktivitas berlimpah di platform media sosial tersebut mencerminkan lahirnya wadah diskusi publik yang baru, yang disebut sebagai ruang publik baru (*new public sphere*). (Heryanto, 2011:153). Saat ini Instagram menjadi media sosial yang paling banyak diminati terutama oleh kalangan anak muda. Setiap penggunaannya dapat mengunggah foto dan video dan memanfaatkan fitur lainnya.

Menurut laporan dari *We Are Social*, pada Januari 2022, jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 191 juta orang. Jumlah ini menunjukkan peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana jumlah pengguna hanya mencapai 170 juta orang. Di Indonesia, dengan persentase 84,8% Instagram berada posisi kedua terbanyak setelah Whatsapp (Ivan, 2022).

Dakwah dengan memanfaatkan Instagram sebagai medianya sudah sangat banyak dilakukan hingga saat ini. Diantara yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah adalah akun @masjidnusantara. akun yang dikelola oleh Yayasan Masjid Nusantara sebagai media sosial mereka ini sudah memiliki sebanyak 117.000 pengikut sampai saat ini. Yayasan Masjid Nusantara adalah lembaga pertama yang menginisiasi pembangunan dan kesejahteraan lingkungan masjid di pelosok. Cukup banyak program yang mereka usung dalam kepentingan pembangunan masjid di Indonesia.

Akun Instagram @masjidnusantara hadir sebagai ruang atau tempat untuk mempublikasikan dokumentasi program serta mensosialisasikan terkait pembangunan masjid di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, meskipun bergerak dibidang pembangunan masjid secara langsung. Tidak menutup kemungkinan bagi Yayasan Masjid Nusantara untuk terus bergerak melakukan dakwah melalui media sosial Instagramnya @masjidnusantara agar ajaran Islam tetap bisa tersampaikan lebih luas lagi. Bukan hanya dokumentasi semata yang diunggah di akun @masjidnusantara, tetapi juga mengunggah konten-konten dakwah dalam bentuk visual baik itu poster ataupun video dengan materi-materi ringan sehingga mudah untuk dipahami oleh audiens. Pesan dan ajakan kebaikan yang dikemas dalam bentuk desain visual yang menarik sehingga memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi audiens dalam memahami isi pesan dakwah yang disampaikan dalam konten dakwah @masjidnusantara.

Komunikasi tidak kalah pentingnya dalam proses dakwah karena memiliki keterkaitan yang sangat erat. Pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik tentu

karena didukung oleh komunikasi yang baik. Pesatnya perkembangan ilmu komunikasi semakin memudahkan proses dakwah di berbagai media. Terdapat disiplin ilmu yang menjadi salah satu hal penting dalam proses dakwah adalah ilmu komunikasi *visual*. Komunikasi *visual* melibatkan tahapan komunikasi yang menggabungkan elemen seni, gambar, desain grafis, lambang, tipografi, ilustrasi, dan warna. Konsep komunikasi *visual* menggabungkan berbagai aspek desain grafis, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, dan daya komunikatif, guna melahirkan media yang menarik perhatian dan efektif dalam menyampaikan pesan.

Dalam situasi tertentu, teks memainkan peran penting dalam kerangka komunikasi *visual*. Fokus dari komunikasi *visual* ini adalah gambar ilustrasi, yang dapat berbentuk foto, video, atau ikon lainnya, sebagai representasi dari pesan yang ingin disampaikan melalui format selain teks. Meskipun demikian, pengecualian terjadi jika teks yang terdapat merupakan bagian integral atau penjelas dari gambar ilustrasi, foto, video, atau ikon lainnya. (Iranti, 2014:50).

Pesan dakwah pada konten @masjidnusantara yang dikemas dalam bentuk *visual* sehingga pesan yang ingin penulis sampaikan kepada *audiens* semakin menarik juga dapat membuat pandangan *audiens* untuk bisa memahami lebih cepat isi pesan yang disampaikan. Dalam akun @masjidnusantara materi dakwah yang akan disajikan kepada *audiens* dalam bentuk komunikasi *visual* sudah disiapkan secara matang dan menarik. Ada beberapa jenis postingan yang diposting oleh akun @masjidnusantara di halaman Instagramnya seperti dokumentasi, foto, video kegiatan/program pembangunan masjid, konten *visual*

ajakan bersedekah, konten dakwah dalam bentuk *visual*, dan desain-desain lainnya. Semula akun @masjidnusantara hanya sebagai akun official dari Yayasan Masjid Nusantara (YMN). Akan tetapi dalam proses pemanfaatannya, akun @masjidnusantara juga menjadikan Instagram sebagai media dakwah dengan mengunggah konten-konten dakwah Islam yang dikemas dalam bentuk visual.

Penelitian terdahulu yang dianggap memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian Yasyfa Fajaria Nursyamsi, et al., (2018) penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis wacana menurut Teun A Van Dijk pada Film “Cinta dalam Ukhuwah”. Penelitian berkaitan dengan media sosial juga dilakukan oleh Aan Mohamad Baharudin, et al., (2019) penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus tentang pemanfaatan media Instagram @cherbonfeminist sebagai media dakwah mengenai kesetaraan gender. Penelitian Moch. Fakhruroji, et al., (2020) penelitian dengan menggunakan analisis *Framing* model Willian A. Gamsom dan Modigliani yang bertujuan untuk menganalisis bahasa agama di media sosial yang dikonstruksikan oleh akun Islam Populer.

Penelitian lain yang juga banyak dilakukan terhadap akun Instagram. Penelitian Faisal Khidir Amirulloh (2022) dengan tujuan penelitian untuk mengetahui unsur *signifer* (petanda) dan *signified* (penanda) dalam setiap postingan dari akun @arielsyafrin yang mengandung unsur pesan dakwah akhlak. Kemudian penelitian Ismi Suryana Putri (2022) dengan tujuan untuk mengetahui desain dan karakteristik pesan dakwah dalam akun Instagram @kalam. Kehidupan.

Setelah peneliti melakukan tinjauan mengenai penelitian terdahulu. Maka dapat dilihat perbedaannya dengan penelitian yang sedang dilakukan. penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A, Van Dijk yang terbagi kedalam tiga dimensi yaitu dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial dengan menggunakan paradigma interpretif.

Dengan demikian, peneliti berupaya untuk mengetahui lebih jauh tentang dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial pada konten dakwah dalam akun Instagram @masjidnusantara. penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul *WACANA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YAYASAN MASJID NUSANTARA (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada Akun Instagram @masjidnusantara)*.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana dimensi teks dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara?
2. Bagaimana kognisi sosial dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara ?
3. Bagaimana konteks sosial dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dimensi teks dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara.
2. Untuk mengetahui kognisi sosial dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara.
3. Untuk mengetahui konteks sosial dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Peneliti berharap berkontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam bidang media tabligh serta memperkaya khazanah ilmu dakwah. Selain itu, diharapkan dengan membaca hasil penelitian ini banyak yang memaksimalkan dakwah dengan media teknologi seperti halnya memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pegiat dakwah dengan sumbangan ilmu pengetahuan untuk terus mengembangkan dakwah dengan memanfaatkan dan memaksimalkan berbagai media sebagai metode dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga pesan sampai secara maksimal.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Berikut disajikan tabel penelitian terdahulu yang dianggap memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

| No | Judul | Peneliti | Persamaan | Perbedaan | Keterangan |
|----|--|---|---|--|---|
| 1 | Analisis Wacana Pesan Dakwah pada Film Cinta dalam Ukhwah | Yasyfa Fajaria Nursyamsi, Dindin Solahudin, dan Tata Sukayat | Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan teori analisis wacana menurut Teun A Van Dijk | Perbedaan dengan penelitian ini yaitu objek yang menjadi fokus penelitian adalah Film Cinta dalam Ukhwah | Jurnal Tahun 2018 (UIN Sunan Gunung Djati Bandung) |
| 2 | Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender) | Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, dan Ulfa Chaerunisa | Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metodologi penelitian kualitatif | Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan studi kasus | Jurnal Tahun 2019 (IAIN Syekh Nurjati Cirebon) |
| 3 | Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial “Islam Populer” | Moch. Fakhruroji, Ridwan Rustandi, dan Busro | Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif | Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis Framing | Jurnal Tahun 2020 (UIN Sunan Gunung Djati Bandung) |
| 4 | Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Akun Instagram @kalam.kehidupan) | Ismi Suryana Putri | Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui desain dan karakteristik | Skripsi Tahun 2022 (UIN Sunan Gunung Djati Bandung) |

| | | | | | |
|---|--|-------------------------|---|--|---|
| | | | | pesan dakwah dalam akun Instagram @kalam. Kehidupan | |
| 5 | Pesan Dakwah Tentang Akhlak Dalam Akun Instagram @arielsyafrin: Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure | Faisal Khidir Amirulloh | Persamaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif | Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand Saussure | Skripsi Tahun 2022 (UIN Sunan Gunung Djati Bandung) |

Sumber: Observasi peneliti, 2023

Adapun berdasarkan hasil penelitian yang relevan di atas, setelah dilakukan pengamatan dan analisis data Maka dapat dilihat perbedaannya dengan penelitian yang sedang dilakukan. penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A, Van Dijk yang terbagi kedalam tiga dimensi yaitu dimensi teks, dimensi kognisi sosial dan dimensi konteks sosial. Pada dimensi teks, terdiri dari tiga struktur yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

F. Landasan Pemikiran

Teori yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini bertujuan untuk membantu menemukan jawaban dari permasalahan yang menjadi fokus pada penelitian ini.

1. Landasan Teoritis

a. Media Baru (*New Media*)

Teori Media Baru, yang diusung oleh Pierre Levy, mengkaji transformasi media dari tradisional menuju era digital. Konsep ini menyoroiti bahwa *New*

Media merupakan hasil evolusi teknologi komunikasi, yang membawa manusia memasuki era baru dalam komunikasi dan informasi. (Mamis, 2020: 261).

Mengutip dari Feroza dalam Tamimi, et al., (2022: 35), Teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy memiliki dua perspektif utama, yaitu interaksi sosial yang mengklasifikasikan media berdasarkan tingkat keterlibatannya dalam interaksi tatap muka, dan integrasi sosial yang membicarakan tentang media yang dijalani sebagai ritual, mengubahnya menjadi kebiasaan formal yang membawa nilai lebih besar daripada penggunaannya, serta menggambarkan bagaimana media digunakan manusia untuk membentuk masyarakat.

Istilah "media baru" merujuk pada fenomena penemuan teknologi komunikasi dan dampak penggunaannya, meskipun media tersebut telah muncul sekitar 50 tahun yang lalu. Dalam beberapa tahun terakhir, istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan baru dalam media yang membawa perubahan signifikan dalam cara komunikasi dan informasi disampaikan dan diterima. (Syahputra, 2019: 45).

Menurut Kolbitsch & Maurer dalam Iswandi (2019), adanya internet yang sangat berpengaruh terhadap munculnya gagasan media baru (*new media*). Dengan munculnya media baru berbasis internet, publik diberikan sejumlah besar informasi dan peluang interaktif untuk terlibat dalam proses pembuatan konten. Media memiliki peran lebih dari sekadar sarana informasi atau alat untuk menarik perhatian; ia memiliki kemampuan untuk menyatukan kita dalam beragam bentuk komunitas dan menumbuhkan rasa memiliki satu sama lain. (Sya'bania &

Misnawati, 2005: 34).

New Media merujuk pada jenis media *online* yang bergantung pada teknologi, memiliki karakteristik fleksibilitas dan interaktivitas, serta mampu beroperasi baik dalam skala publik maupun privat melalui pemanfaatan internet. (Mondry, 2008:13). *New Media*, atau yang juga dikenal sebagai media *online*, merujuk pada bentuk komunikasi yang dibentuk melalui teknologi, dan biasanya hadir dalam bentuk interaksi dengan komputer digital. (Creeber, et al., 2009).

b. Teori Wacana

Dalam ilmu linguistik, wacana adalah bagian yang dipelajari dalam kajian pragmatik. Wacana memiliki cakupan yang lebih luas daripada klausa dan kalimat, karena mencakup gagasan dan konsep yang terkandung dalam suatu teks. Dalam bahasa Inggris, istilah yang sebanding dengan wacana adalah "*discourse*," yang mengacu pada ekspresi dalam suatu interaksi. Menurut Sukandi dalam Sobur (2015:46), sederhananya dalam teori wacana dijelaskan bagaimana proses terbentuknya kalimat. Oleh karenanya, maka disebut sebagai analisis wacana.

Banyak Teori Wacana, salah satunya adalah teori wacana yang di ungkapkan oleh Dominique Maingueneau dalam Harahap & Zaimar (2015: 12), Dalam buku "*Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*," dijelaskan bahwa sebaiknya menggunakan istilah "ujaran" (*enonce*) untuk merujuk pada unit bahasa yang merealisasikan "tindak tutur" (*acte de parole*) dalam kerangka struktur linguistik yang ketat. Sementara itu, istilah "wacana" digunakan ketika mempertimbangkan konteks situasi komunikasi, yang dapat terdiri dari satu kata, satu kalimat, atau banyak kalimat (meskipun jarang terdapat wacana yang hanya

terdiri dari satu kalimat). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa wacana adalah kombinasi dari ujaran dan pengujaran.

Teori wacana juga disusun oleh Teun A. Van Dijk, yang akan diaplikasikan dalam penelitian ini. Van Dijk menguraikan wacana menjadi tiga dimensi atau komponen, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari teori Van Dijk adalah mengintegrasikan ketiga dimensi wacana ini menjadi satu analisis yang komprehensif. Dimensi pertama, teks, mempelajari bagaimana struktur wacana yang digunakan untuk mengemukakan tema atau topik tertentu. Pada kognisi sosial, perhatian diberikan pada proses pembuatan teks itu sendiri. Sementara pada dimensi ketiga, penelitian fokus pada pembentukan wacana dalam masyarakat yang berkaitan dengan suatu isu yang memengaruhi pemahaman sosial. (Musyafa'ah, 2017:205).

Analisis wacana kritis model Teun A, Van Dijk relevan dengan penelitian ini. Digunakan untuk mengetahui dimensi teks meliputi struktur mikro, superstruktur dan struktur makro, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam konten dakwah Yayasan Masjid Nusantara (YMN) pada akun Instagram @masjidnusantara.

2. Kerangka Konseptual

Wacana merupakan bidang studi dalam ilmu kebahasaan (linguistik), yang merupakan salah satu bagian dari kajian pragmatik. Lingkup wacana lebih luas daripada klausa dan kalimat, mengingat ia meliputi gagasan dan konsep yang ada dalam suatu teks. Dalam bahasa Inggris, istilah yang sebanding dengan wacana adalah "*discourse*," yang merujuk pada ekspresi dalam interaksi komunikatif

(Rohana et al., 2015:10).

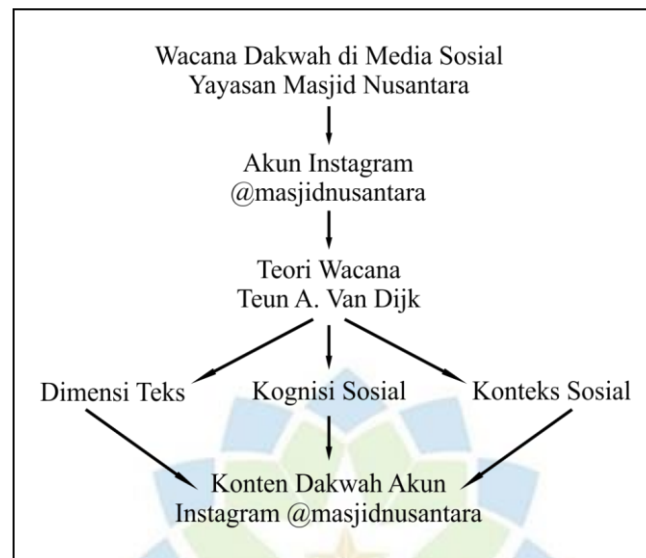
Dakwah adalah upaya mengalihkan umat dari kondisi negatif menuju yang positif. Lebih dari itu, dakwah juga mencerminkan semangat perjuangan untuk membangun kehidupan yang berdasarkan prinsip-prinsip ilahi, yang tercermin dalam kehidupan manusia dan masyarakat. Dengan demikian, ajaran Islam menjadi landasan, semangat, dan warna dalam segala sikap dan perilaku individu dalam seluruh rentang kehidupan dan interaksi sosial (Qodaruddin, 2019:5).

Dakwah melibatkan serangkaian kegiatan dengan beberapa unsur khusus yang membentuk sistem yang saling terhubung dengan secara teratur dan berfungsi untuk mencapai tujuan dakwah. Unsur-unsur dalam dakwah ini merupakan komponen esensial dalam pelaksanaannya. Unsur-unsur tersebut meliputi *da'i* (pemberi dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), materi dakwah, media dakwah, dan metode dakwah. (Sarhini et al., 2016:63). Menurut Rulli media sosial yaitu "Media yang ada didalam internet yang berfungsi agar pengguna dapat mempresentasikan, melakukan interaksi, komunikasi, dan saling berkolaborasi (Sarhini et al., 2016:65).

Instagram mengambil akar dari kata "insta" yang terinspirasi oleh "instan," seperti kamera polaroid yang dahulu populer dengan sebutan "foto instan." Platform ini memungkinkan tampilan foto secara cepat, mirip dengan polaroid. Di sisi lain, unsur "gram" berasal dari "telegram," yang dulunya digunakan untuk menyebarkan informasi dengan kecepatan tinggi kepada orang lain. Instagram juga memungkinkan unggahan foto melalui jaringan internet, memfasilitasi penyebaran informasi secara efisien. Oleh karena itu, istilah Instagram

merangkum konsep kecepatan dari "instan" dan "telegram." (Wikipedia, 2023).

Berikut disajikan gambar dari kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Observasi Peneliti, 2023

Akun @masjidnusantara merupakan akun Instagram official dari Yayasan Masjid Nusantara untuk mempublikasikan berbagai dokumentasi dan kegiatan. Selain itu, akun @masjidnusantara juga digunakan sebagai media dakwah di media sosial dengan mengikuti perkembangan teknologi agar pesan dakwah dapat diterima lebih luas lagi.

Analisis wacana model Teun A Van Dijk dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial dalam konten dakwah pada akun Instagram @masjidnusantara. dengan begitu dapat diketahui keseluruhan dari wacana dakwah yang dibangun oleh Yayasan Masjid Nusantara (YMN) melalui konten dakwah di Instagram.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada atribut, karakteristik, dan nilai yang dimiliki oleh individu, benda, atau aktivitas tertentu, yang disajikan dalam berbagai variasi dan ditentukan oleh peneliti untuk pelajari dan dianalisis guna menghasilkan kesimpulan. Dalam satu studi, objek penelitian bisa mencakup sifat-sifat individu atau kelompok, serta mungkin menggali masalah atau perspektif yang perlu diselidiki lebih mendalam dari kelompok tersebut. Dari permasalahan yang teridentifikasi, langkah berikutnya adalah mengidentifikasi penyebabnya atau menyusun rekomendasi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi (Sugiyono, 2014:20).

Akun Instagram @masjidnusantara yang dikelola oleh Yayasan Masjid Nusantara (YMN) menjadi objek dalam penelitian ini, berlokasi di Jl. Mutumanikam No.2 Cijagra, Lengkong, Kota Bandung, Jawa barat. Yayasan ini merupakan lembaga profesional pembangunan dan pemakmur masjid di Indonesia. Objek penelitian ini relevan dengan perkembangan zaman, dimana media tabligh yang digunakan untuk dakwah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu media sosial Instagram. Pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk konten visual yang menarik di Instagram dapat mendorong pembaca untuk memahami pesan yang ingin disampaikan.

2. Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yang diterapkan adalah paradigma interpretif. Paradigma interpretif mengakui bahwa kebenaran, realitas, atau aspek kehidupan nyata tidaklah tunggal, melainkan memiliki dimensi yang beragam sehingga dapat dianalisis dari berbagai perspektif. Dengan demikian, paradigma ini mengekspresikan tingkat subjektivitas yang signifikan. Pendekatan ini meyakini bahwa setiap realitas terdiri dari berbagai kebenaran yang saling berhubungan (Nurhayati, 2015:179).

Paradigma interpretif relevan dalam penelitian ini karena dalam sebuah wacana memiliki banyak unsur didalamnya sebagai penunjang. Sehingga akan membentuk suatu kesatuan yang kuat sempurna. Dalam penelitian ini interpretif digunakan untuk mengetahui aspek-aspek yang membentuk wacana dakwah.

b. Pendekatan

Penelitian dengan pendekatan kualitatif dimulai dengan mengelompokkan data yang serupa, kemudian dilakukan proses interpretasi untuk memberikan makna pada setiap subaspek serta mengidentifikasi hubungan antara berbagai aspek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian tersebut (Firman, 2018). Pada penelitian ini relevan dengan pendekatan kualitatif karena penelitian ini lebih menekankan terhadap makna dan meneliti objek ilmiah.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Dalam analisisnya, Van Dijk menjabarkan wacana kedalam tiga dimensi

yaitu: dimensi teks yang terdiri dari struktur makro, struktur mikro, superstruktur, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Penelitian ini relevan menggunakan metode analisis wacana model Teun A. Van Dijk karena akan dilakukan analisis dan uraikan mengenai wacana dakwah di media sosial Instagram yang dikonstruksikan dalam konten dakwah oleh akun @masjidnusantara.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah kualitatif deskriptif karena pengelolaan penelitian deskriptif datanya berbentuk kata-kata, dan gambar. Data-data sejenis diuraikan secara deskriptif dengan gambaran luas dan mendalam. Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan adalah konten dakwah dari akun Instagram @masjidnusantara baik berupa gambar atau video dengan cara ditelaah oleh peneliti. Data juga berupa kata-kata yang disampaikan oleh admin @masjidnusantara atau yang bersangkutan.

b. Sumber Data

Dalam rangka penelitian ini, juga dibutuhkan sumber data yang memiliki validitas yang dapat diakui keabsahannya. Sumber-sumber tersebut mencakup data utama (primer) dan data pendukung (sekunder).

1) Sumber Data Primer

Husein Umar (2002) menjelaskan Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber awal, baik individu maupun perseorangan, contohnya melalui wawancara atau pengisian kuesioner. Dalam konteks penelitian

ini, data primer mengacu pada rincian mengenai wacana dakwah dalam media sosial, dengan fokus pada konten dakwah yang diposting oleh akun @masjidnusantara. Data ini diperoleh melalui proses wawancara dan pengamatan.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang berasal dari data primer yang telah diolah lebih jauh dan dipresentasikan oleh entitas yang mengumpulkan data awal atau oleh pihak lain. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder terdiri dari informasi yang diperoleh dari beragam sumber terkait, seperti materi yang diposting oleh akun @masjidnusantara, sumber-sumber pustaka seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber-sumber internet dan lainnya.

5. Informan atau Unit Analisis

a. Informan

Informan merujuk pada individu yang diwawancarai dan diminta memberikan informasi, diperkirakan memiliki pemahaman yang mendalam terhadap data, informasi, atau fakta terkait suatu objek penelitian (Bungin, 2008:10). Informan utama pada penelitian ini adalah tim kreatif atau tim media yang mengelola akun Instagram @masjidnusantara.

b. Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan yang diteliti, yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini. Unit analisis ini dapat berupa individu, kelompok, objek, atau suatu konteks peristiwa sosial, seperti aktivitas individu atau kelompok yang menjadi subjek dari penelitian (Hamidi, 2005:75-76).

Unit analisis yang diteliti dalam penelitian ini adalah dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam konten dakwah akun Instagram @masjidnusantara berdasarkan model analisis wacana Teun A. Van Dijk sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari teknik pengumpulan data adalah untuk memperoleh informasi di lapangan melalui pendekatan yang terencana dan efektif, sesuai dengan langkah-langkah yang sesuai dengan jenis metode penelitian yang sedang digunakan (Alaslan, 2021:73). Adapun macam-macam teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian. Pendekatan observasi juga melibatkan untuk mengidentifikasi masalah serta membandingkannya dengan realitas yang terlihat di lapangan (Alaslan, 2021:74).

Teknik ini digunakan untuk mengetahui semua data konten dakwah yang telah diposting ke dalam akun media sosial @masjidnusantara untuk mengetahui komponen apa saja yang berkaitan dengan wacana dakwah dalam sebuah konten visual pada akun tersebut. selain mengobservasi pada akun instagramnya, penulis juga melakukan observasi secara langsung kepada pengelola akun Instagram di kantor Yayasan Masjid Nusantara.

b. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah salah satu metode yang bisa diterapkan untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada individu lain, baik melalui interaksi langsung tatap muka maupun melalui teknologi yang ada (Alaslan, 2021:77).

Teknik ini digunakan oleh penulis untuk mengetahui informasi-informasi terkait yang belum diketahui. Penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik/pengelola, tim media Yayasan masjid Nusantara atau siapa saja yang memiliki kaitannya dengan akun @masjidnusantara melalui wawancara terkait pengelolaan dalam pembuatan konten dakwah pada akun Instagram @masjidnusantara tersebut.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dapat berfungsi sebagai tambahan dari teknik observasi dan wawancara dalam pengumpulan data. Teknik ini melibatkan pencatatan mengenai peristiwa yang telah berlalu dalam bentuk tertulis atau berbagai dokumen seperti catatan harian, catatan sejarah, narasi, biografi, aturan, serta kebijakan yang berhubungan dengan isu yang sedang diteliti (Alaslan, 2021:79).

Dokumentasi menjadi sumber data yang berperan dalam melengkapi penelitian, mencakup berbagai bentuk seperti dokumen tertulis, film, gambar, serta karya monumental. Semua elemen ini menyediakan informasi yang berkontribusi dalam tahapan penelitian (Nilamsari, 2014:178). Pada penelitian ini cara penulis dalam mendokumentasikan untuk memperoleh data dengan

mengumpulkan informasi-informasi yang diposting oleh akun @masjidnusantara termasuk poster/gambar pada konten.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Validitas adalah parameter yang mengindikasikan sejauh mana instrumen tersebut akurat. Instrumen yang memiliki validitas yang tinggi dianggap sah. Sebaliknya, instrumen yang memiliki validitas rendah menunjukkan kurangnya ketepatan dan mungkin menimbulkan keraguan (Arikunto, 1998:60).

Untuk mendapatkan validitas yang tinggi dan akurat, peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam menentukan keabsahan data. Kahija (2016) menjelaskan bahwa triangulasi adalah strategi untuk memverifikasi data dengan memanfaatkan beragam sumber, pendekatan, dan jangka waktu yang berbeda. Dalam metode ini, peneliti akan menjelajahi perspektif-perspektif tambahan yang dapat diperoleh dari literatur, konsultasi dengan para ahli yang terbuka untuk diskusi, atau metode lain untuk mengonfirmasi keakuratan data yang telah dikumpulkan.

Teknik triangulasi relevan digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan terjadinya kesalahpahaman data sehingga diperlukannya melakukan pengecekan kembali data dengan wawancara dan observasi ulang. Sehingga data yang diperoleh menjadi lebih kuat dan akurat.

8. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998) menyebutkan definisi analisis data sebagai usaha sistematis dalam mencari dan mengatur catatan hasil pengamatan, wawancara, dan sumber lainnya. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman peneliti

mengenai kasus yang tengah diselidiki dan untuk menyajikan temuan ini kepada orang lain. Untuk memperdalam pemahaman ini, langkah berikutnya dalam analisis adalah berupaya menggali makna yang tersembunyi.

Dalam penelitian ini, analisis data digunakan secara objektif dan sistematis terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @masjidnusantara. Hal ini dilakukan dengan beberapa langkah yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dalam penelitian ini digunakan untuk merangkum, memilih hal yang lebih penting. Dilakukan agar mempermudah penulis jika suatu saat membutuhkan data yang telah dikumpulkan.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan akan diuraikan dalam uraian yang singkat agar dapat dengan mudah dipahami dan jelas. Dengan begitu akan mempermudah peneliti dalam menjelaskan terkait data-data yang diperoleh jika telah diuraikan secara singkat dan jelas.

Kesimpulan adalah akhir dari tahapan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menguraikan semua kesimpulan dari setiap data yang diperoleh. Tahapan ini dimaksudkan untuk mencari arti dengan tujuan mendapatkan hubungan, perbedaan, dan persamaan dari sebuah penelitian.