

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Saya menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan dalam penelitian skripsi yang akan saya teliti, mempunyai kemiripan pada penelitian skripsi yang lain. Adapun yang pernah meneliti sebelumnya yaitu sebagai berikut.

2.1.1 Venny Yunita telah meneliti tentang “Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak Kanan” pada tahun 2018. Fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui isi pesan-pesan dakwah yang terdapat pada buku percepatan rezeki dalam 40 hari dengan otak kanan. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas tentang dakwah dan pesan-pesan dakwah. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan dimana penelitian ini meneliti tentang analisis isi pesan-pesan dakwah pada buku percepatan rezeki dalam 40 hari dengan otak kanan dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik kajian isi kajian isi sebagai teknik penelitian untuk keperluan mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif, tentang manifestasi komunikasi, dan studi dokumen dimana teknik analisis datanya dengan penelaah, pengurutan dan pengelompokkan data untuk menarik suatu kesimpulan sedangkan dalam penelitian yang akan saya teliti berfokus pada analisis minat mahasiswa mengakses pesan-pesan dakwah melalui *smartphone* dengan teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan

dokumentasi dimana teknik analisis datanya dengan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan¹

2.1.2 Rahayu Suci Miranda dalam penelitiannya telah meneliti tentang “Pemanfaatan *smartphone* dalam meningkatkan kinerja jurnalis kampus” pada tahun 2018. Fokus penelitiannya adalah untuk melihat pemanfaatan *smartphone*. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah membahas tentang *smartphone*. Penelitian ini mempunyai perbedaan dari penelitian peneliti dimana penelitian ini meneliti Pemanfaatan *smartphone* dalam meningkatkan kinerja jurnalis kampus dengan menggunakan aplikasi *whatsapp* dimana teknik pengumpulan datanya hanya observasi dan wawancara tidak ada dokumentasi sedangkan penelitian peneliti Analisis minat mahasiswa mengakses pesan-pesan dakwah melalui *smartphone* dengan menggunakan aplikasi *instagram* dengan teknik pengumpulan datanyan dengan observasi, wawancara dan ada dokumentasi .²

2.1.3 Widyah Astuti dalam penelitiannya telah meneliti tentang “Pengaruh Penggunaan *Smartphone* terhadap Keefektifan Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa Jurusan Dakwah dan Komunikasi” pada tahun 2017. Fokus penelitiannya adalah untuk melihat pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap komunikasi antarpribadi mahasiswa. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah membahas tentang *smartphone* dimana adanya teori mengenai *smartphone*. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa

¹Venny Yunita, *Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak Kanan* Perguruan Tinggi Di Banda Aceh 2018, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.

²Rahayu Suci Miranda, *Pemanfaatan Smartphone Dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus* Perguruan Tinggi Di Banda Aceh 2018, Universitas Islam Negeri (Uin) Ar-Raniry.

tingkat pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap keefektifan komunikasi anatarpribadi mahasiswa rendah. Penelitian ini ada perbedaan dengan penelitian yang akan saya teliti, penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang fokus penelitiannya adalah keefektifan komunikasi antarpribadi bagi pengguna *smartphone* sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti dengan penelitian kualitatif dengan fokus pada minat mahasiswa mengakses pesan-pesan dakwah melalui *smartphone*.³

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Determinasi Teknologi

Teori determinasi teknologi dikemukakan oleh Marshall Mc Luhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Gutternberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. Ide dasar teori ini merupakan perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi yang akan membentuk individu bagaimana cara berperilaku dan berpikir dalam bermasyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia berinovasi bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lebih canggih.

Determinasi teknologi merupakan teori yang menegaskan bahwa dari perubahan yang terjadi dalam sebuah perkembangan teknologi sejak zaman dahulu sampai saat ini memberikan pengaruh yang besar terhadap manusia. Perkembangan teknologi seperti inovasi, penemuan-penemuan baru, dan hal-hal lain yang bertujuan dalam mengembangkan beberapa teknologi untuk mempermudah kegiatan-kegiatan manusia, memberikan pengaruh yang besar akan perkembangan nilai-nilai sosial dan kehidupan bermasyarakat.

³Widya Astuti, *Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Keefektifan Komunikasi Antar Pribadi* Perguruan Tinggi Di Parepare 2017, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Determinasi teknologi juga diartikan sebagai suatu susunan berdiri sendiri yang berbasis teknologi yang kemudian menyatakan bahwa teknologi sebagai suatu faktor yang berpengaruh kuat dari terjadinya perubahan-perubahan sosial yang pengaruhnya sendiri berangkat dari makna kebudayaan dan kegunaan yang bisa diberikan oleh teknologi tersebut, sebab pada dasarnya dalam determinasi teknologi, penemuan baru yang ditemukan oleh para penemu di dalam masyarakat juga ditujukan kepada masyarakat. Maka itu, determinasi teknologi menganggap pentingnya ide-ide dari manusia dalam menciptakan sebuah teknologi yang kemudian teknologi tersebut mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat.⁴

Jadi, teori ini menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dari sejak zaman dahulu sampai saat ini dimana perkembangan itu dengan memunculkan sebuah inovasi-inovasi dan penemuan-penemuan baru yang dapat memudahkan seluruh kegiatan atau aktivitas manusia, seperti halnya perkembangan *smartphone* yang kini dapat mempermudah seseorang dalam mengirim pesan yang disampaikannya dengan secara aman, baik dan cepat.

2.2.2 Teori Minat

Pada kamus besar Bahasa Indonesia, minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan, dan gairah. Minat adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Rupa-rupanya minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, kalau tidak demikian minat itu tidak mempunyai arti sama sekali. Oleh sebab

⁴Widya astuti, “*Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Keefektifan Komunikasi Antar Pribadi*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Dakwah dan Komunikasi: Parepare, 2017), h. 13.

itu pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu objek pasti harus ada lebih dahulu daripada minat terhadap orang atau objek tadi.

Menurut Slameto, minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan itu secara konsisten dan diikuti rasa senang yang dihubungkan dengan kebutuhan atau keinginannya sendiri dan minat dianggap sebagai sebuah perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak suatu perilaku seseorang. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri atau dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat dengan hubungan tersebut maka semakin besar minat seseorang.⁵ Menurut Widyawati dkk, minat menunjukkan seberapa keras seseorang dalam berani mencoba sesuatu dan minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukannya.⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu rasa ketertarikan pada suatu hal aktivitas atau kegiatan yang muncul secara tiba-tiba dan dihubungkan dengan kebutuhannya diri sendiri. Ketika seseorang yang memiliki rasa minat terhadap suatu hal maka dia akan melakukannya dengan secara konsisten dan diikuti rasa senang.

Menurut Crow and Crow, ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu “faktor yang timbul dari dalam diri seseorang, faktor motif sosial dan faktor emosional yang ketiganya mendorong timbulnya minat”. Pendapat tersebut sejalan

⁵Amir Mahmud, “Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntan”, Vol. 3 no. 1 (mei 2008), h. 24. <https://scholar.google.co.id> (Diakses 28 April 2019).

⁶Fifi Chairunnisa, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Sebagai Akuntan Public”, Vol. 3 no. 2 (desember 2014), h. 5. <https://jurnal.untan.ac.id> (Diakses 11 April 2019).

dengan yang dikemukakan oleh sudarsono, faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut: (1) Faktor kebutuhan dari dalam, kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan; (2) Faktor motif sosial, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan *reward* dari lingkungan dimana ia berada; (3) Faktor emosional, faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Menurut Rosyidah, timbulnya minat pada diri seseorang pada prinsipnya dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni: (1) Minat yang berasal dari pembawaan timbulnya dengan sendirinya dari setiap individu karena hal ini biasanya dipengaruhi oleh faktor keturunan atau bakat alamiah. (2) Minat yang timbul karena adanya pengaruh dari luar diri individu timbul seiring dengan proses perkembangan seseorang yang bersangkutan. Minat ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, dan kebiasaan atau adat.⁷ Menurut Safari bentuk minat ada empat, yakni perasaan senang, ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan pada hal yang diminati.⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat menimbulkan minat seseorang yakni, Faktor kebutuhan dari dalam diri seseorang, Faktor motif sosial atau dari luar individu, dan Faktor emosional yang dimana bentuk dari minat tersebut adalah perasaan senang, perhatian, ketertarikan, dan keterlibatan pada suatu hal diminati.

⁷Murni Safitri Amin S, “*Minat Menonton Mario Teguh Golden Ways Dan Pengaruhnya Terhadap Cara Komunikasi Mahasiswa IAIN Parepare*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Parepare, 2014), h. 23-25.

⁸Safari, *Penulisan Butir Soal Berdasarkan Penilaian Berbasis Kompetensi* (Jakarta: APSI Pusat, 2005), h. 152.

Unsur-Unsur Minat Abdul Wahid mengemukakan bahwa seseorang dikatakan berminat terhadap suatu bila individu memiliki beberapa unsur seperti berikut: 1) Motif, Kata motif diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Sardiman menyatakan bahwa motif dapat dikatakan sebagai daya pendorong dari dalam dan di dalam subyek untuk melakukan kreativitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Dalam hal ini motivasi sebagai dasar penggerak yang mendorong seseorang untuk bertindak. Dan minat merupakan potensi psikologi yang dapat dimanfaatkan untuk menggali motivasi bila seseorang sudah termotivasi untuk suatu hal, maka dia akan melakukan aktivitas tersebut dalam rentangan waktu tertentu; 2) Perhatian, Perhatian sangatlah penting dalam mengikuti kegiatan dengan baik, dan hal ini akan dipengaruhi pula terhadap siswa dalam belajar. Sumardi Suryabrata mengemukakan bahwa perhatian adalah banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang dilakukan. Lebih lanjut Wasti Sumarto berpendapat bahwa perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu kepada suatu obyek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktivitas. Seseorang yang menaruh minat pada suatu aktivitas akan memberikan perhatian yang besar. Ia tidak segan mengorbankan waktu dan tenaga melakukan demi aktivitas tersebut. Oleh karena itu seorang siswa yang mempunyai perhatian terhadap suatu pelajaran, ia pasti akan berusaha keras untuk memperoleh nilai yang bagus yaitu dengan belajar; 3) Kemauan, Sardiman mengemukakan bahwa kemauan adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu obyek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat individu yang bersangkutan; 4) Perasaan, Sumadi mendefinisikan perasaan sebagai gejala psikis yang bersifat

subjektif yang umumnya terhubung dengan gejala-gejala mengenal dan dialami dalam kualitas senang atau tidak berbagai saraf. Setiap aktivitas dan pengalaman yang akan dilakukan akan selalu diliputi oleh suatu perasaan, baik perasaan senang maupun perasaan tidak senang perasaan umumnya bersangkutan dengan fungsi mengenal artinya perasaan dapat timbul karena mengamati, menganggap, mengingat-ingat atau memikirkan sesuatu, yang dimaksud dengan perasaan di sini adalah perasaan senang dan perasaan tertarik. Winkel mengemukakan bahwa perasaan merupakan aktivitas psikis yang di dalamnya subjek menghayati dari nilai-nilai suatu objek. Perasaan sebagai faktor psikis non intelektual, yang khusus berpengaruh terhadap semangat. Jika seorang siswa mengadakan penilaian yang agak spontan melalui perasaannya tentang suatu hal di sekolah, dan penilaian itu menghasilkan penilaian yang positif maka akan timbul perasaan senang di hatinya akan tetapi jika penilaiannya negatif maka timbul perasaan tidak senang.⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat adalah setiap aktivitas dan kegiatan yang akan dilakukan seseorang akan selalu diikuti oleh suatu perasaan senang yang bersangkutan maka perasaan dapat timbul karena mengamati, menganggap, mengingat-ingat atau memikirkan sesuatu. Unsur-unsur yang dapat menimbulkan minat yaitu: unsur motif, unsur perhatian, unsur kemauan dan unsur perasaan.

2.2.3 Pengertian Dakwah

Dilihat dalam segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a yad'u- da'watan*, yang berarti menyeru, memanggil, dan mengajak. Secara terminologi dakwah adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh umat manusia yang

⁹Benediktus, "Upaya Guru Meningkatkan Minat Baca Pada Siswa Kelas III A SD Negeri Kotagede 1 Yogyakarta" (Skripsi Sarjana; Jurusan Pendidikan Sekolah Dasar: Yogyakarta, 2017), h.18-21.

secara merasa tahu dalam rangka untuk menyampaikan pesan-pesanagama Islam kepada umat lain supaya mereka memahami, menerima, dan menjalankannya dengan baik dan benar dalam berkehidupan individu maupun bermasyarakat dalam menggapai suatu kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat, dengan menggunakan media maupun tidak menggunakan media dengan cara-cara tertentu.

Menurut M. Natsir dakwah adalah sebuah usaha dengan menyerukan dan menyampaikan kepada individu maupun seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara menggunakan media yang diperbolehkan, akhlak dan membimbing pengalamannya dalam berkehidupan bermasyarakat dan berkehidupan bernegara. Setelah diketahui dakwah itu secara bahasa maka yang menjadi titik fokus bahasan dalam tulisan atau penelitian ini yaitu dakwah diartikan menyeru dan mengajak. Walaupun beberapa *takrif* mempunyai berbeda dalam redaksinya akan tetapi disetiap redaksinya memiliki beberapa unsur pengertian yang pokok yakni, dakwah adalah sebuah proses dalam penyampaian agama Islam dari individu kepada individu lain, dakwah adalah penyampaian ajaran Islam yang berupa ajaran kepada kebaikan, dan usaha tersebut dilakukan oleh manusia secara tahu dengan tujuan membentuk suatu individu atau masyarakat yang taat dalam mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran-ajaran Islam. Dalam konteks istilah “*amar ma'ruf nahi mungkar*” secara lengkap dan populer dipakai adalah yang terekam dalam Q.S. Ali Imran ayat/3:104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Terjemahannya:

*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung.*¹⁰

Ayat di atas, mengandung beberapa esensi dakwah yaitu, pertama, “hendaklah ada di antara kamu segolongan umat”. Kedua yang tugasnya menyeru kepada kebajikan. Ketiga, yaitu menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah kepada yang *mungkar*. Keempat, merekalah orang-orang yang Berjaya.¹¹ Dakwah sebagai sarana dalam penyebaran informasi kebenaran dan kebaikan dan tentu saja tidak terbatas pada medium lisan saja, tetapi juga pada medium tulisan dan medium-medium informasi lainnya. Tujuan dakwah yang secara umum merupakan tercapainya kebahagiaan kehidupan umat di dunia maupun di akhirat dan di ridhoi oleh Allah SWT.¹²

Pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada sasaran dakwah (*mad'u*) atau audiens dapat disebarakan melalui media atau media online. Pada masa permulaan Islam, Rasulullah dan Sahabatnya menggunakan media oral dan kontak langsung. Dengan kemajuan sains dan teknologi yang diperoleh pada saat ini, pesan-pesan dakwah bisa disampaikan melalui media televisi, radio, surat kabar, film, novel, teater, bahkan dengan melalui jaringan internet.¹³

¹⁰Departemen Agama RI, *Al Qur'an & Terjemahannya* (Jakarta: Cv Darus Sunnah, 2002), h. 64.

¹¹Venny Yunita, “*Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak Kanan*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018), h. 12-14.

¹²Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 59.

¹³Abdurrazaq, “*Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel-Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy*,” *Studia Islamika* 19, no. 2, 2013), h. 207.

2.2.4 Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah terbagi menjadi lima unsur, yakni: *da'i*, *mad'u*, *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

2.2.4.1 *Da'i* (Subjek Dakwah)

Kata *Da'i* berasal dari bahasa Arab yang berarti orang yang mengajak atau menyeru. Dalam istilah ilmu komunikasi disebut sebagai komunikator. Di Indonesia, *da'i* disebut seperti, kiai, guru, ustadz, *syaiikh*, dan lain-lain. Hal ini berdasarkan misi dan keberadaannya sama seperti *da'i*. Padahal pada hakikatnya disetiap sebutan tersebut mempunyai kadar kharisma dan keilmuan tersendiri dan pemahaman masyarakat Islam yang berbeda-beda. Pada definisi Islam, *da'i* merupakan seseorang yang menyeru orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung dengan lisan dan perilaku kearah yang baik atau lebih baik yang sesuai Al-quran dan Sunnah.

2.2.4.2 *Mad'u* (Objek Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, pendengar, dan sebagai komunikan penerima dakwah, baik secara perorangan ataupun berkelompok dan baik yang beragama Islam maupun tidak.

2.2.4.3 *Maddah* (materi dakwah)

Materi Dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u* dan dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat pokok yaitu: aqidah, syariah, muamalah, dan akhlak.

2.2.4.4 *Wasillah* (media dakwah)

Kata media, berasal dari bahasa latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi berarti alat perantaraan. Media dakwah

merupakan peralatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau materi dakwah kepada audiens. Menurut Hamzah Yaqub membagi wasilah dakwah menjadi lima, yaitu: (1) Lisan, media dakwah dengan berbicara dimana contohnya adalah dengan berceramah, berpidato, penyuluhan, kuliah, dan lain-lain; (2) Tulisan, media dakwah dalam bentuk tulisan seperti buku, surat kabar, majalah, spanduk, dan lain-lain; (3) Lukisan, seperti gambar, karikatur, dan lain-lain; (4) Audio visual, media dakwah yang merangsang indera penglihatan, pendengaran, maupun keduanya yang contohnya seperti televisi, radio, internet, dan lain-lain; dan (5) Akhlak, merupakan semua bentuk perbuatan yang nyata dan mencerminkan ajaran Islam dan dapat didengarkan dan dinikmati oleh Mad'u.¹⁴

Jadi, media dakwah (*wasillah*) merupakan peralatan dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran agama Islam kepada mad'u yang dimana media dakwah yang digunakan seperti, lisan dalam bentuk ceramah, pidato, penyuluhan dan lain sebagainya tulisan dalam bentuk buku surat kabar, spanduk dan lain sebagainya, audio visual dalam bentuk video, televisi dan lain sebagainya, dan akhlak dalam bentuk perbuatan yang baik.

Dakwah mempunyai banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Alat tersebut bisa dikatakan sebagai media dakwah bila ditujukan dalam melakukan aktivitas berdakwah dan semua alat itu tergantung dari tujuannya. Selain itu, ada yang mengklarifikasi jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media modern (dengan teknologi komunikasi) dan media tradisional (tanpa teknologi komunikasi).¹⁵

¹⁴Mashita Putri Hatama, “Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Di Instagram Terhadap Tingkat Religiusitas” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Malang, 2017), h. 16.

¹⁵Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 405-407.

Jadi, alat-alat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah itu banyak yang bisa dijadikan sebagai media dakwah dimana itu ditujukan dalam melakukan aktivitas berdakwah dengan jenis media dakwah modern maupun media dakwah tradisional.

2.2.4.5 *Atsar* (efek dakwah)

Efek dakwah merupakan sebagai *feedback* dalam dakwah dimana *feedback* ini seringkali diabaikan oleh da'i, mereka seakan merasa ketika tugas berdakwah selesai maka tanpa *feedback* dakwah akan sia-sia dilakukan oleh seorang da'i. Efek kognitif akan terjadi bila ada perubahan-perubahan pada apa yang diketahui dan dipahami oleh mad'u, hal itu sebagaimana pendapat oleh Jalaluddin Rachmat. Efek behavior merujuk pada perilaku yang nyata dan dapat diamati seperti dari tindakan, kebiasaan, dan perilaku.¹⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa unsur dakwah terbagi menjadi lima, dimana ada da'i yang sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah Islam kepada pendengar, mad'u (pendengar) sebagai komunikan yang menerima pesan dakwah Islam dari seorang da'i, materi dakwah yang berisikan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u, media dakwah adalah sebagai media dalam menyampaikan sebuah dakwah Islam dengan cara lisan, tulisan, audio visual dan akhlak, dan yang terakhir efek dakwah dimana feedbacknya mad'u terhadap dakwah yang telah disampaikan oleh seorang da'i.

2.2.5 Pesan Dakwah

Sebenarnya ada banyak definisi tentang dakwah. Namun dakwah menurut H.M.S Nasaruddin Latif dalam bukunya yang berjudul Teori dan Praktek Dakwah

¹⁶Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 13-14.

Islamiyah dakwah itu memiliki 3 unsur pengertian pokok, antara lain: (1) Dakwah adalah proses penyampaian ajaran islam dari seseorang ke orang lain; (2) Penyampaian ajaran islam tersebut dapat berupa *amar ma'ruf* (mengajak pada kebajikan) maupun *nahi munkar* (mencegah kemungkaran); dan (3) Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya ajaran islam. Dengan demikian dakwah merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran islam dalam semua lapangan kehidupan.¹⁷

Jadi, materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah Islam yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam al-qur'an dan hadits. Pesan-pesan dakwah yang di sampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam. Dalam istilah komunikasi, materi dakwah disebut dengan istilah *massage* (pesan).

Pesan dakwah diklasifikasikan menjadi 4 materi dakwah, yaitu:

2.2.5.1 Aqidah, Aspek akidah ini yang akan membentuk akhlaq manusia dan yang pertama kali untuk dijadikan materi pada dakwah Islam adalah mengenai tentang akidah. Akidah yang menjadi materi utama dalam dakwah memiliki ciri-ciri yang membedakan dari kepercayaan agama lain, yakni: keterbukaan melalui persaksian dengan syahadat, cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah tuhan seluruh alam, dan ketahanan antara iman dan Islam. Dalam bidang Aqidah bukan saja pembahasannya pada masalah yang wajib di imani, tetapi juga

¹⁷Restu Basuki, "*Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial*" (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu sosial dan Humaniora: Yogyakarta, 2015), h. 11-12.

meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya seperti ingkar, syirik, dengan adanya Tuhan dan lain-lain.

2.2.5.2 Syariah (Ibadah), semua hukum dan perundang-undangan yang ada dalam agama Islam, baik itu yang berhubungan manusia dengan tuhan, maupun manusia dengan manusia. Materi dakwah dalam syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar dan pandangan jernih sehingga tidak berjalan kepada kejelekan karena yang diinginkan dalam sebuah dakwah merupakan kebaikan. Adapun yang masuk dalam syariah yaitu, Thaharah (bersuci), Shalat, Zakat, Shaum (puasa), dan Haji.

2.2.5.3 Muamalah, Islam merupakan agama yang menekankan pada urusan muamalah lebih besar dari porsinya daripada urusan ibadah. Muamalah merupakan suatu interaksi sosial yang mengatur hubungan sesama manusia dan antara manusia dan benda. Bentuk ajaran muamalah seperti, muamalah (hukum jual beli), waratsah (hukum waris) munakahat (hukum nikah), khilafah (hukum negara), jinayah (hukum pidana), pengembangan ilmu pengetahuan teknologi (IPTEK) Islam, dan jihad (hukum perang dan damai).

2.2.5.4 Akhlak, Pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah kondisi perubahan batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Akhlak dalam sebuah aktivitas dakwah yang sebagai materi dakwah adalah pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Akhlak yaitu meliputi, akhlak terhadap makhluk, yang meliputi: diri sendiri, masyarakat lainnya, dan akhlak terhadap bukan manusia seperti tumbuhan dan hewan dan akhlak terhadap khaliq.¹⁸

¹⁸M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2006), h. 24-28.

Jadi, Pesan dakwah itu adalah materi dakwah itu sendiri yang dibawakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan kebaikan-kebaikan dan dimana ada empat klasifikasi materi dakwah, yaitu tentang *aqidah*, *syariah*, *muamalah* dan *akhlak*.

Materi dakwah secara rinci yang menjadi tema pembahasan dakwah islam, dapat bersifat masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan pada umumnya. Menurut Barmawi Umari, materi dakwah islam antara lain: (1) Aqidah, menyebarkan dan menanamkan pengertian aqidah Islamiyyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala perinciannya; (2) Akhlak, menerangkan mengenai *akhlak mahmudah* dan *akhlak madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah; (3) Ahkam, menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal, ibadah, *al-ahwal as-syahsiyah*, muamalah yang wajib diamalkan oleh setiap muslim; (4) Ukhuwah, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain; (5) Pendidikan, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktikkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam dimasa sekarang; (6) Sosial, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam tolong menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al qur'an dan Hadits; (7) Kebudayaan, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu; (8) Kemasyaratan, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama; (9) *Amar ma'ruf*, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh *sa'adah fi ad-darain* (kebahagiaan di

dunia dan akhirat); (10) *Nahi munkar*, melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat.¹⁹

Jadi, materi dakwah yang menjadi tema pembahasan dakwah islam yang dibawakan oleh seorang da'i dimana bersifat masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan individu maupun kehidupan masyarakat dan pada umumnya pembahasannya tentang Aqidah, Akhlak, Ahkam, Ukhuwah, Pendidikan, Sosial, Kebudayaan, Kemasyaratan, *Amar ma'ruf*, dan *Nahi munkar*.

2.2.6. Sumber pesan dakwah

Pesan dakwah pada mempunyai sumber sebagai pesan dakwah, yakni: Al-qur'an, hadits, dan pendapat para ulama.

2.2.6.1 Al-Quran dan Hadis

Alqur'an dan hadis merupakan pedoman dan sumber hukum serta sumber utama tentang ajaran-ajaran Islam bagi umat muslim. Oleh karena itu, pesan atau materi dakwah yang pada intinya dalam melakukan aktivitas berdakwah dengan menyampaikan ajaran-ajaran islam tidak akan terlepas dari al qur'an dan hadis tersebut, jika seluruh aktivitas dakwah tidak berpedoman atau tidak berpegang teguh pada al qur'an dan hadis maka hal itu akan menjadi sia-sia.

2.2.6.2 Pendapat para ulama

Islam menganjurkan umatnya untuk berpikir dan berijtihad dalam menemukan hukum-hukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dan akwil al qur'an dan hadis. Dengan kata lain, penemuan baru yang tidak bertentangan dengan al qur'an dan hadis dapat dijadikan sebagai sumber pesan atau materi dakwah. Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun

¹⁹Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: AMZAH, 2009), h. 92-93

maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya.²⁰

Seorang da'i dalam menyampaikan sebuah dakwah dengan bersumber atau diambil dari Al-qur'an, hadits, dan pendapat para ulama dan menjadikannya sebagai penguat dalam menyampaikan dakwah tersebut.

2.2.7 *Smartphone*

2.2.7.1 Pengertian *Smartphone*

Definisi lain yang juga disebutkan bahwa *Smartphone* merupakan telepon yang menyediakan akan beberapa *fitur* yang berada diatas yang di luar kemampuan sedang untuk membuat sebuah panggilan telepon. Selama perkembangan zaman, konsep *smartphone* kini terus berkembang sebagai perangkat yang digunakan tangan telah menjadi lebih canggih.

Dengan kemampuan *Smartphone* yang dimiliki akan kecanggihan teknologi ini membuat beberapa besar orang memiliki akan ketergantungan yang disebabkan oleh kemampuannya dalam menyediakan sebuah jaringan aplikasi-aplikasi yang selalu bisa dikembangkan. Bagi beberapa orang yang lainnya bahwa *Smartphone* ini hanyalah sebuah telepon pintar yang menyediakan beberapa *fitur* yang bisa digunakan seperti *email*, internet, *ebook* dan memiliki kemampuan VGA (*Virtual Grapich Array*) sehingga bagi beberapa besar orang *Smartphone* ini memiliki arti sebagai komputer kecil yang memiliki kemampuan sebagai telepon.

Smartphone merupakan sebuah alat komunikasi dari jarak dekat maupun jarak jauh dimana alat ini adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dapat

²⁰Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 299.

menyimpan pesan dan mengirim pesan yang sangat praktis untuk dipergunakan sebagai alat komunikasi karena dapat dibawa kemana saja.

2.2.7.2 Aplikasi *Smartphone*

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi kebutuhan pada konsumen akan *Fitur*, kini dapat dengan mudah menambah beberapa aplikasi baik yang *online* maupun *offline* pada *Smartphone*. Kecenderungan orang untuk menyampaikan apa yang dirasakan dan dialami membuat aplikasi-aplikasi tersebut digunakan setiap saat. Seiring dengan perkembangan media sosial, banyak orang menggunakannya untuk berbagi foto maupun video. Pada *iPhone /iPod Touch* dan *ipad* terkenal dengan *Apps Store* dan pada *Android* dikenal dengan istilah *Android market*. Kemudian pada awal Maret 2012, *Google* resmi mengumumkan melalui iklan elektroniknya, bahwa *Android market* resmi akan berubah nama menjadi *Google Play*.

Google Play inilah yang sebagai sebuah aplikasi yang menyediakan macam-macam aplikasi baik secara *online* maupun *offline* yang dapat langsung di unduh untuk handset keluaran terbaru dari *Android*, biasanya aplikasi *Google Play* sudah terinstall tersendiri di dalam *smartphone* itu sendiri. Berikut aplikasi *Smartphone* antara lain:

a. *Google Chrome*

Google Chrome adalah sebuah pencaharian atau penjelajah *web* sumber terbuka yang dikembangkan oleh *Google* dengan menggunakan mesin *rendering WebKit*. *Google Chrome* merupakan *browser* yang dikeluarkan oleh *Google*, sebuah perusahaan search engine terkemuka didunia. *Google Chrome* juga dirancang agar berjalan secepat mungkin: Cepat dimulai dari desktop, memuat laman web dalam sekejap, dan menjalankan aplikasi web yang rumit dengan sangat cepat.

Google Chrome pertama kali di rilis oleh *Google* pada tanggal 2 September 2008, yang saat itu hanya untuk *Microsoft Windows* karena masih dalam status beta. Lalu pada 11 Desember pada tahun yang sama *Google Chrome* di luncurkan untuk semua sistem operasi karena telah mencapai versi stabil. Dan pada bulan Januari 2012, *Google Chrome* diperkirakan telah berhasil meraih presentase 25-28% dari keseluruhan pengguna browser dunia, membuatnya sebagai browser kedua atau juga ketiga paling banyak di gunakan setelah *Mozilla Firefox*.

Google Chrome aplikasi searching apa saja yang diinginkan seperti informasi terkait pesan-pesan dakwah baik itu dalam bentuk tulisan maupun video yang dimana bisa juga diambil lalu dibagikan atau menyampaikan pesan dakwah tersebut kepada orang lain.

b. *UC Browser*

UC Browser merupakan sebuah aplikasi penjelajah web untuk telepon genggam yang diluncurkan pada tahun 2004. *UC Browser* dapat digunakan di semua sistem operasi telepon genggam. Pada Juni 2011, *UC Browser* merilis U3 kernel, produk hak milik perusahaan (mirip seperti mesin mobil). Browser yang memiliki U3 dapat memberikan user pengalaman web surfing yang cepat, nyaman dan aman.

Saat ini, *UCWeb* terus berkembang dengan cepat, 80% dari 1000 lebih karyawannya terus aktif dalam penelitian dan pengembangan produk. *UCWeb* telah mendapatkan dan sedang dalam proses pengajuan lebih dari 200 paten di bidang mobile browser. *UCWeb* telah membangun jaringan server independen di Asia, Amerika Utara dan Eropa. melayani lebih dari 500 juta user di lebih dari 150 negara dan wilayah di seluruh dunia. *UC Browser* tersedia dalam 11 bahasa termasuk Bahasa Indonesia, Inggris, Rusia dan Vietnam. Sejak September 2011, *UC Browser* telah

didownload lebih dari 1.5 milyar kali di seluruh dunia dan *page view* setiap bulannya lebih dari 160 milyar. Dengan dibukanya kantor cabang luar negeri pertamanya di India pada September 2011, *UCWeb* berharap dapat terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk basis pengguna internasionalnya.

UC Browser adalah pencaharian cerdas ini sama kinerjanya dengan google yang menyesuaikan dengan perangkat dan koneksi jaringan yang digunakan, dengan aplikasi ini apapun yang ingin di unduh akan dapat merasakan unduhan dengan lebih cepat seperti halnya aplikasi IDM yang terdapat pada komputer maupun laptop.

c. *WhatsApp Messenger*

Aplikasi ini tidak begitu banyak mengurangi memory internal dan memiliki banyak menu. Dimana dengan menggunakan aplikasi *whatsapp* ini kita bisa langsung chat dengan orang yang sudah tersimpan nomornya di kontak *smartphone*. Pengiriman suara, file, video, photo, musik juga sangat mendukung dan *emotion* sangat banyak yang sesuai dengan pilihan kita. *Maps* juga dapat kita kirimkan atau tunjukkan kepada teman untuk keberadaan kita.²¹ *Whatsapp messenger* adalah aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena aplikasi ini menggunakan data internet yang sama untuk mengakses email, *browsing* web, dan lain-lain. Jika dibandingkan dengan beberapa aplikasi obrolan online yang lain, *whatsapp* yang tetap menjadi aplikasi chatting yang banyak digunakan oleh orang-orang.²² Aplikasi *whatsapp* ini banyak digunakan oleh masyarakat dimana aplikasi

²¹Rahayu Suci Miranda, “*Pemanfaatan Smartphone Dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018), h. 14-18.

²²Isna Hasanah, “*Pesan Dakwah di Media Sosial*” (Skripsi Sarjana; Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam: Yogyakarta, 2017), h. 14-15.

berbasis online yang bisa melakukan chattingan, kirim video, *videocall*, *update story*, dan lain-lain.

d. *Instagram*

Instagram terbagi menjadi dua kata *insta* dan *gram*. Kata *insta* berasal dari kata instan yang berarti bahwa ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata telegram yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah *instagram* dapat mengacu ke kata *insta-telegram*. *Instagram* juga dapat memberikan menginspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Media sosial sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi tapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada seperti: 1) Mendapatkan informasi, Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend an dibicarakan banyak orang; 2) Menjalin silaturahmi, Melalui sosial media, kita sebagai user dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan user lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga; 3) Membentuk komunitas, Bagi yang memiliki kesukaan dan hobi yang sama, dapat membentuk suatu perkumpulan atau komunitas yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Misalnya, teman-teman yang suka *travelling* membentuk komunitas yang berisi orang-orang yang juga memiliki hobi *travelling*. Media sosial menjadi berperan untuk

koordinasi, *sharing*, dan interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung;

4) Kegiatan sosial, Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan untuk kegiatan sosial menjaditerpenuhi.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang dibagikan oleh para pengguna *Instagram* tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi maupun radio. Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi yang diposting tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya. Hal ini pun terjadi dalam proses dakwah dalam aplikasi Instagram, dimana konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik hati banyak di minati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam *Instagram* menjadi konten-konten yang banyak diminati dan menjadi tren. Pada intinya *Instagram* memberikan manfaat positif bagi pengguna nya. *Instagram* sebuah aplikasi jejaring sosial yang bisa dengan berbagi foto maupun video, saling memberikan like pada foto maupun video, membuat *story*, dan juga saling bertukar pesan seperti halnya *Whatsapp*.

e. *Facebook*

Facebook adalah salah satu aplikasi dan situs sosial *networking* yang terbesar yang ada pada saat ini. Di *facebook* ini kita dapat melakukan *chat*, berbagi

story, berbagi foto, membuat grup, dan *sharing* informasi seperti halnya juga aplikasi *instagram* dan *whatsapp*.²³ Media sosial *facebook* juga adalah salah satu sarana komunikasi melalui media internet, yang bisa menghubungi teman-teman dan keluarga, bahkan orang tidak pernah sekalipun, menerima informasi, dan menyebarkan informasi. *Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan februari 2004, dimana memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon. Pengguna harus registrasi terlebih dahulu sebelum menggunakan situs *facebook* ini.²⁴ Aplikasi *facebook* merupakan aplikasi berbasis online dimana penggunaanya juga banyak sekali. Aplikasi ini kegunaannya banyak sekali bisa *chattingan*, *videocall*, *update story*, dan lain-lain.

f. YouTube

Layanan aplikasi yang merupakan aplikasi pemutaran video dapat secara *online* maupun *offline* jika kita menyimpan file video tersebut yang dimiliki *Google* dan lain-lain.²⁵ Aplikasi ini merupakan aplikasi konten video semua berbasis online kita bisa menonton video apa saja yang ingin kita tonton dari aplikasi tersebut.

Youtube sebuah media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti *videoclip*, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna *Youtube* dapat dengan bebas mengakses video baik itu yang di unggah sendiri maupun video yang di unggah oleh berbagai pihak. Di era millennium ini hampir semua orang sudah mengenal *youtube*. Apalagi dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih

²³Rahayu Suci Miranda, “*Pemanfaatan Smartphone Dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018),h. 19.

²⁴Muhammad Asbar, “*Peran Facebook Terhadap Perilaku Remaja Mesjid Nurul Amal*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Dakwah dan Komunikasi: Parepare, 2015), h. 11.

²⁵Rahayu Suci Miranda, “*Pemanfaatan Smartphone Dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018), h. 19-20.

praktis dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan rohani. Didalam media youtube sendiri banyak fitur-fitur yang di gunakan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa aplikasi-aplikasi yang sering digunakan dalam mengakses pesan-pesan dakwah seperti, *whatsapp* aplikasi ini adalah aplikasi mengirim pesan atau *chatting* dengan meyimpan kontak seseorang dan bisa mengambil postingan dakwah yang diposting oleh teman kontak dan menyebar atau membagi postingan dakwah tersebut, *instagram* aplikasi ini juga sama halnya dengan aplikasi *whatsapp* kita bisa mengakses pesan dakwah melalui postingan teman sesama *instagram* dan juga membagi pesan dakwah tersebut, *facebook* aplikasi ini juga sama dengan aplikasi *whatsapp* dan aplikasi *instagram* dimana bisa mengakses pesan dakwah melalui postingan teman dan juga bisa membaginya, *google searching* aplikasi ini adalah aplikasi untuk mencari atau mengakses pesan-pesan dakwah yang diinginkan, *youtube* aplikasi ini berupa aplikasi *online* dalam bentuk video, kita juga bisa mencari pesan-pesan dakwah melalui *youtube* tapi dalam bentuk video saja, dan lain sebagainya.

2.2.5.3 Fungsi-fungsi *smartphone*

Perkembangan *smartphone* ini mempunyai banyak fungsi-fungsi yang digunakan oleh kebanyakan masyarakat, dimana fungsi-fungsinya yaitu:

- a. *Browsing* internet, mesin pencaharian untuk mengakses internet dari *handphone* dimana saja dan kapan saja asalkan terhubung dengan koneksi jaringan internet.
- b. Media sosial, yang sudah menjadi *trend* gaya hidup masa kini pada setiap individu baik itu mulai dari anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Media sosial sebagai salah satu jenis dari media yang dapat digunakan untuk menyebarkan atau mempublikasikan konten berupa profil, aktivitas, ataupun pendapat pribadi dalam

jejaring sosial di ruang siber. Media sosial mempermudah interaksi antar individu, maupun individu dengan kelompok dengan beberapa macam *fitur* yang ditawarkan dalam aplikasi yang terdapat di dalam media sosial itu sendiri. Perkembangan media sosial saat ini membuat para *user* mengakses dengan mudah untuk mengetahui tentang bermacam-macam informasi, pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya.²⁶

c. Menonton video, karena *smartphone* saat ini memiliki layar dan tak jarang pengguna *smartphone* juga memanfaatkan *smartphone* untuk menonton film yang ada di *Youtube* maupun film yang tersimpan dalam memori *smartphone*.

d. Mendengarkan musik, perangkat *smartphone* menyediakan aplikasi pemutar musik MP3 yang bisa digunakan oleh pengguna *smartphone* untuk mendengarkan musik.

e. Fotografi ponsel, kamera ponsel semakin hari semakin baik kualitas gambarnya dan mampu menyaingi kamera. Pada akhirnya orang mulai tidak juga membawa kamerakarena kamera di *handphone* juga sama baiknya dengan kamera *pocket*, dankarena itulah kita bisa berfoto kapanpun dan dimanapun dengan kamera *smartphone* sampai muncul dengan istilah *Selfie* dalam fotografi.²⁷

Jadi, *Smartphone* mempunyai banyak fungsi dimana fungsinya terdiri *Browsing* internet dengan *browsing internet* kita bisa mencari atau searching mengenai dakwah yang ingin diakses, Media sosial digunakan sebagai salah satu media dalam memposting foto profil, menyebar informasi dakwah, dan juga mengakses pesan-pesan dakwah yang telah diposting oleh sesama teman media sosial, Menonton video terdapat dalam *smartphone* dimana kita bisa menonton video

²⁶Isna Hasanah, “*Pesan Dakwah di Media Sosial*” (Skripsi Sarjana; Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam: Yogyakarta, 2017), h. 9-10.

²⁷Rachmat Tri Wahyu Thalib, “*Smartphone sebagai gaya hidup di kalangan Mahasiswa Stikper Gunung Sari Jurusan Keperawatan*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi: Makassar, 2016), h. 16-17.

dakwah yang sudah disimpan atau bisa nonton secara *online*, Mendengarkan musik adalah fungsi dari *smartphone* yang banyak diminati oleh orang-orang dalam mendengarkan musik, Fotografi ponsel digunakan dalam pengambilan gambar atau foto, dan juga bisa memuat atau menyimpan file-file penting atau aplikasi-aplikasi yang diperlukan.

2.3 Tinjauan Konseptual

Untuk lebih memahami maksud dari penelitian ini tentang Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-Pesan Dakwah melalui *Smartphone* dalam proses pembuatan skripsi pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah maka akan diberikan penjelasan dari judul tersebut yaitu :

2.3.1 Minat (*interest*) dapat dikatakan lawan dari keengganan (*aversion*) yang dirumuskan sebagai kecenderungan untuk menjauhi terjadinya pengalaman tentang objek-objek. Minat dan keengganan sifatnya dinamik. Pada satu saat mungkin minat lebih kuat daripada keengganan, disebabkan individu yang bersangkutan memusatkan perhatian kepada salah satu objek sehingga tidak ada kesempatan untuk memperhatikan objek lain. Perkembangan minat akan bergantung kepada kesempatan belajar. Dengan kata lain, minat selalu bergantung kepada lingkungan dan orang-orang yang erat pergaulannya dengan mereka.

2.3.1 Mahasiswa adalah pelajar yang paling tinggi tingkat pendidikannya yang memandang segala sesuatu dengan pikiran jernih, positif, kritis yang bertanggung jawab, dan dewasa. Secara moral mahasiswa akan dituntut tanggung jawab akademisnya dalam menghasilkan “buah karya” yang berguna bagi kehidupan lingkungan.

2.3.2 Dakwah sebagai sarana dalam penyebaran informasi kebenaran dan kebaikan tentu saja tidak terbatas pada medium lisan saja, tetapi juga pada medium tulisan dan medium-medium informasi lainnya. Tujuan dakwah yang secara umum merupakan tercapainya kebahagiaan kehidupan umat di dunia maupun di akhirat dan di ridhoi oleh Allah SWT. Dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan menyeru atau mengajak dalam menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.

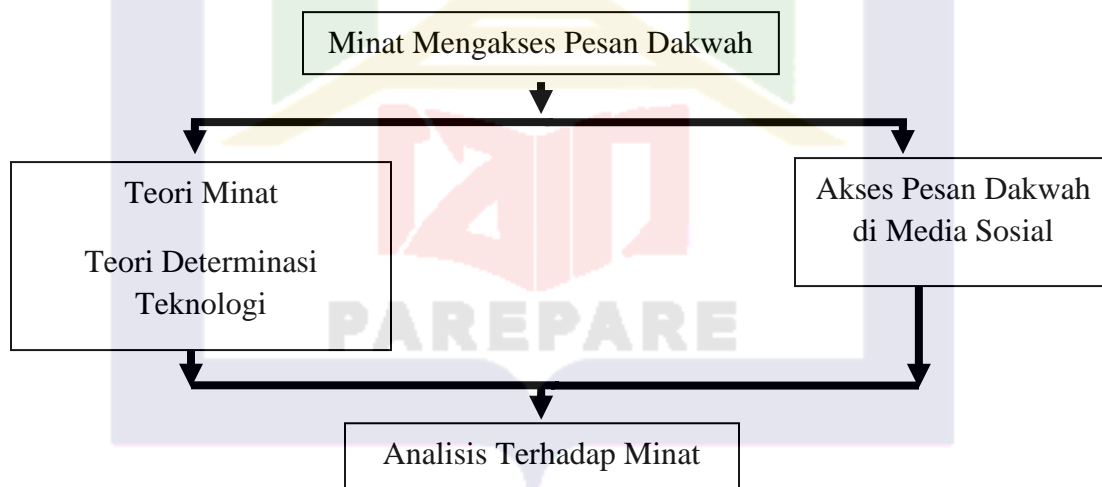
2.3.3 Pesan dakwah adalah pesan-pesan Islami yang disampaikan oleh para da'i sebagai komunikator (pemberi pesan) kepada mad'u sebagai komunikan (penerima pesan). Materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah Islam yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam al-qur'an dan hadits. Pesan-pesan dakwah yang di sampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam. Dalam istilah komunikasi, materi dakwah disebut dengan istilah *massage* (pesan).

2.3.4 *Smartphone* merupakan alat teknologi canggih yang menyediakan *fitur* yang dapat digunakan oleh pengguna. Dimana fitur-fiturnya itu terdapat aplikasi *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *youtube*, *google search*, dan lain-lain. Dengan kemampuan *Smartphone* yang dimiliki akan kecanggihan teknologi ini membuat beberapa besar orang memiliki akan ketergantungan yang disebabkan oleh kemampuannya dalam menyediakan sebuah jaringan aplikasi-aplikasi yang selalu bisa dikembangkan. *Smartphone* merupakan sebuah alat komunikasi dari jarak dekat maupun jarak jauh dimana alat ini adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dapat menyimpan pesan dan mengirim pesan yang sangat praktis untuk dipergunakan sebagai alat komunikasi karena dapat dibawa kemana saja.

2.3.5 Pesan dakwah melalui *smartphone* adalah pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u melalui media sosial yang terdapat dalam *smartphone* misalnya pesan dakwah melalui *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp* dimana aplikasi media sosial tersebut mempunyai banyak pengguna seperti Da'i-da'i, ustadz, dan grup-grup Islami yang bisa diakses pesan-pesan dakwah lalu dibagikan kepada sesama teman media sosial agar mereka juga bisa membacanya. Bentuk pesan dakwah yang diakses atau dibaca dalam bentuk gambar, tulisan, dan video. Minatnya mengakses pesan-pesan dakwah dilihat dari segi materi dakwah dan dari segi desainnya.

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini di fokuskan pada Analisis minat mahasiswa mengakses pesan-pesan dakwah melalui *smartphone*. Adapun kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir