

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *State of the Art*

Banyak penelitian yang mengkaji tentang komik, media sosial *Instagram*, dan dakwah. Namun belum ditemukan penelitian yang membahas tentang fungsi kompleks dari komik strip dakwah untuk diketahui fungsinya sebagai metode dakwah di dalam media sosial *Instagram*. Beberapa dari penelitian lain membahas tentang semiotika komik dan komik sebagai media pembelajaran.

Meyta Pritandhari (2016), dengan jurnalnya yang berjudul *Penerapan Komik Strip Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Metro* yang diterbitkan oleh Program Studi S-1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro. Dalam mengkaji data, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan bentuk berupa *case study*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumen. Sebagai pengujian keabsahan data digunakan dengan cara triangulasi data antara sumber, metode, dan teori. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis interaktif. Jurnal ini membahas tentang komik strip yang digunakan sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar para mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi. Mahasiswa yang awalnya merasa bosan dengan metode pembelajaran biasa yang cenderung monoton, menjadi lebih aktif ketika materi pembelajaran diubah bentuknya dalam bentuk komik strip. Mahasiswa lebih berminat untuk mengetahui bagaimana bentuk gambar dan cerita yang akan ditampilkan dalam media komik strip sehingga ketika mahasiswa membaca media komik strip secara tidak langsung mereka mempelajari materi pembelajaran. Pelajar yang awalnya sering pasif ketika kegiatan belajar, menjadi lebih aktif menanyakan materi yang belum dipahami. Komik strip menjalankan fungsinya sebagai media pembelajaran dalam jurnal ini. Dengan begitu dapat memudahkan dalam kegiatan belajar mengajar di dalam kelas.

commit to user

Rulli Nasrullah dan Novita Intan Sari (2012), dengan jurnal yang berjudul *Komik Sebagai Media Dakwah : Analisis Semiotika Kepemimpinan Islam dalam Komik “Si Bujang”* yang diterbitkan oleh UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode kajian semiotika sebagai kajian pendekatan. Penelitian ini membahas tentang perkembangan dakwah dahulu dan sekarang. Lalu jurnal ini menyuguhkan solusi berupa komik sebagai media dakwah agar pesan dakwah dapat lebih mudah tersampaikan tanpa mengurangi esensi dari dakwah yang telah diterapkan sebelumnya. Pada penelitian ini fokus pembahasan terletak pada analisis semiotika dari sebuah komik berjudul “Si Bujang” di mana komik tersebut memiliki tema dakwah terutama dalam materi kepemimpinan Islam. Pembahasan menjelaskan panel demi panel adegan dalam komik untuk dikaji percakapan karakter protagonis dan antagonis sehingga didapatkan pesan dakwah yang dicari. Pembahasan dilakukan dengan menganalisis perilaku yang dapat dijadikan pelajaran kepada pembaca baik dari tokoh protagonis maupun antagonis. Setelah itu barulah disimpulkan bahwa komik “Si Bujang” memiliki fungsi sebagai media penyampai dakwah.

Eka Ariyanti (2018), dengan skripsi yang berjudul *Komik Sebagai Media Dakwah : Studi Analisis Pesan Dakwah Iqomic Di Instagram* yang diterbitkan oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, pengumpulan dokumen, dan wawancara. Penelitian ini menganalisa pesan dakwah komik strip pada akun *Instagram Iqomic* yang memiliki banyak sekali postingan dakwah di dalam berandanya. Ariyanti menggunakan Teori Wacana dari Van Dijk sebagai landasan teori dalam menganalisa pesan dakwah yang terkandung dalam komik strip tersebut. Ariyanti menjelaskan tentang sejarah akun *Instagram Iqomic* yang merupakan singkatan dari *Islam In Comic*. *Iqomic* merupakan himpunan para komikus dakwah di Indonesia yang bertujuan untuk berdakwah melalui komik strip. Lalu nilai-nilai Islam pada komik strip yang dipilih dijabarkan dengan sajian data berupa narasi yang jelas. Terdapat beberapa nilai-nilai yang disebutkan diantaranya adalah *aqidah* yang berupa *ilahiyyat*, *Nubuwwat*, *ruhaniyyat*, dan *sam’iyat*. Adapun

commit to user

terdapat pula pesan *syariat* dan *mu'amalat* yang dijabarkan secara terperinci di dalam penelitian tersebut. Di akhir pembahasan, Ariyanti menjelaskan tentang korelasi data yang didapat dengan pendekatan teori untuk mengidentifikasi konteks sosial pada unggahan akun *Instagram Iqomic*, yang menjelaskan bahwa komikus di media sosial *Instagram* dapat secara leluasa untuk membuat konten dakwah karena muslim di Indonesia adalah mayoritas. Dengan metode yang tepat, komikus mampu menyampaikan dakwah melalui gambar dan tulisan dalam komik strip secara jelas dan dapat diterima oleh masyarakat.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Anang, 2016: 142). Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Aditya, 2015: 2). Ardianto dalam sebuah jurnal yang berjudul *Periklanan Dalam Media Baru, Advertising In The New Media* (2011) mengungkapkan bahwa media sosial disebut sebagai jejaring sosial *online* bukan media massa *online*, karena media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku masyarakat yang terlibat di dalamnya. Media sosial mampu memancing opini masyarakat terhadap isu yang beredar (Ardianto, 2011:12).

2. Klasifikasi Media Sosial

Haenlein dan Kaplan di dalam skripsi berjudul *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja* (2018) menjelaskan klasifikasi media sosial yang terbagi dalam 6 bagian (Haenlein dan Kaplan, 2010: 53,59, & 68), yaitu :

commit to user

a) Collaborative projects (Projek Kolaborasi)

Projek kolaborasi merupakan bentuk media sosial yang memberikan akses kepada para penggunanya untuk membaca dan mengedit konten di dalamnya. Salah satu contoh yang mungkin dapat kita temukan adalah situs *Wikipedia*. Yakni sebuah *website* yang memuat seluruh ensiklopedia *online* dalam berbagai bahasa.

b) Blogs (Blog)

Blog adalah salah satu bentuk media sosial yang populer pada era sebelum *Instagram* terbentuk. *Blog* menyediakan media bagi penggunanya untuk memperbarui isi berupa artikel ataupun tulisan sehari-hari (*diary*) berdasarkan urutan waktu penulisan. *Blog* juga digunakan sebagai media jual beli *online* yang populer sebelum adanya situs jual beli seperti saat ini.

c) Community Content (Konten Komunitas)

Konten komunitas adalah media sosial yang berisi tutorial atau *guide* dari pembuat konten untuk pengguna lain yang mengakses media sosial tersebut. Contoh konten komunitas yang populer saat ini adalah *YouTube* untuk berbagi konten video, *Pinterest* untuk berbagi konten gambar, *Google Drive* untuk berbagi segala jenis file, dan lain sebagainya.

d) Dunia Game Vritual (Virtual Game Worlds)

Dunia ini disebut juga dunia *game online* yang menjadi media bagi para pemain untuk membuat karakter di dalam *game* sehingga dapat berkomunikasi ataupun beraktivitas di dalam *game* dengan pemain lain melalui karkater tersebut. Terdapat misi yang dapat diselesaikan secara berkelompok (*party*) bersama dengan pemain lain. Ada banyak contoh dunia *game virtual* saat ini seperti *Defence of the Acient*, *Monster Hunter World*, dan *Grand Theft Auto 5*.

commit to user

e) Dunia Sosial Virtual (*Virtual Social Worlds*)

Dunia ini hampir sama seperti dengan *virtual game worlds*. Namun dunia sosial *virtual* berfungsi sebagai media bagi para pengguna untuk menjadi orang lain dan menjalankan kehidupan sosial sebagai karakter yang dibuat sendiri oleh pengguna tersebut. Contohnya adalah game *The Sims*, dan *The Second Life*.

f) Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Site*)

Situs jejaring sosial adalah media bagi para penggunanya untuk memiliki profil pribadi yang berisi informasi seperti nama, tanggal lahir, dan juga alat kelamin serta dapat berkomunikasi dengan pengguna lain dengan pesan teks, gambar, suara maupun video. Pengguna juga dapat memperbarui kegiatan sehari-hari dengan menambahkan status sehingga dapat dilihat oleh teman atau pengguna lain. *Instagram* termasuk dalam situs jejaring sosial ini. Contoh lain adalah *Facebook*, *Twitter*, dan *Whatsapp*.

3. Karakteristik Media Sosial

Wahid di dalam skripsi Abdul Ghoni yang berjudul *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah* (2018) menjelaskan bahwa terdapat lima karakter yang membedakan media baru dengan media lama atau media tradisional pada umumnya, yaitu (Wahid, 2016: 81):

a) *Packet Switching*

Packet Switching adalah cara terbaru dalam menyampaikan pesan yang dihantarkan dengan koneksi internet. Pesan yang berupa teks, gambar dan suara dapat dikirimkan dengan baik tanpa adanya kekurangan dalam kualitas pesan.

b) Multimedia

Pesan yang dikirim melalui internet dapat berupa suara, video, maupun gambar. Semuanya dapat disajikan dalam serentak di dalam beberapa saluran atau *channel*.

c) Interaktif

Media lama tidak dapat menjadi penghubung antara pemberi informasi dengan konsumen. Media baru menjadi sarana baru dalam menghubungkan konsumen ketika membaca berita dengan si pemberi berita. Lalu muncullah istilah *procumer* (*produsen dan consumer*).

d) Synchronity

Informasi dan komunikasi di media baru dilakukan dengan media internet. Sehingga tidak terbatas ruang dan waktu. Pengaksesan informasi dan hubungan dengan orang lain bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja. Terdapat dua tipe komunikasi online, yakni *Synchronous Communication* yaitu pengguna yang berjumlah lebih dari dua dapat berhubungan secara bersamaan. Lalu terdapat pula *Asynchronous Communication* yang berarti tidak dapat menghubungkan pengguna satu dengan yang lainnya dalam waktu bersamaan.

e) Hypertextuality

Media internet mempersembahkan pengiriman bentuk pesan yang sangat bebas dalam segi aturan penulisan. Pengguna dapat mengirimkan pesan dengan gambar saja ditambahkan sedikit tulisan penjelas, hingga pesan kepada teman dengan menulis 'hai' untuk memulai pembicaraan. Berbeda dengan media lama yang sangat memperhatikan tata cara penulisan dalam sebuah penulisan segala bentuk pesan teks.

C. Komik

1. Pengertian Komik

Indira Maharsi menyebutkan bahwa maestro komik Will Eisner pada tahun 1986, membuat buku yang berjudul *Comics and Sequential Art*. Eisner mengartikan komik sebagai *sequential art*, yaitu gambar yang disusun berurutan sehingga dapat menceritakan sebuah ide. Pada tahun 1996 Eisner mendefinisikan komik dalam buku yang berjudul *Graphics Storytelling* sebagai tatanan gambar yang disusun secara berurutan yang dibuat dalam sebuah buku sehingga dapat disebut komik. Scott McCloud dalam bukunya yang berjudul *Understanding Comics* mendefinisikan komik sebagai gambar dan tanda yang diletakkan berdekatan dan berurutan tertentu yang bertujuan untuk menyampaikan pesan untuk mencapai kepuasan estetik pembaca dalam membaca komik (Maharsi, 2010: 3-4).

2. Sejarah Komik

Perennial dalam bukunya yang berjudul *Understanding Comics* (1993) menuliskan bahwa pada tahun 1519 seorang penjelajah asal Spanyol bernama Hernan Cortes menemukan manuskrip yang bergambar dan berwarna dan memiliki cerita tentang seorang pahlawan bernama *8-Deer "Tiger's Claw"*. Gambar pada manuskrip yang tingginya sekitar 36 kaki itu tersusun dengan berurutan sehingga dapat dibaca seperti gambar yang sedang bercerita seperti komik yang beredar di masa kini. Ratusan tahun sebelumnya ditemukan sebuah permadani bergambar di Perancis. Karya tersebut dikenal dengan *Bayeux Tapestry*. Memiliki panjang sekitar 230 kaki dengan gambar berurutan yang menceritakan kisah penaklukan bangsa Normandia terhadap Inggris pada tahun 1066 (Perennial, 1993: 12).

Didiek Rahmanadji dalam jurnalnya yang berjudul *Awal Eksistensi Komik Indonesia Sebagai Produk Budaya Nasional* (2012) menuliskan bahwa di Indonesia, gambar berurutan terdapat pada relief candi Borobudur dengan total sebelas seri bas-relief yang terdiri dari 1460 adegan. Adegan-adegan dalam relief ini digunakan untuk membimbing para peziarah candi untuk melakukan meditasi

comma to user

dan ritual tolak bala. Pada candi Prambanan yang bercorak Hindu, reliefnya berisi tentang kisah *Ramayana*. Urutan gambar menjelaskan tentang kisah kepahlawanan pahlawan tersebut. Mulai dari memperkenalkan lakon-lakon dalam *Ramayana*, pertempuran Rama dengan Rahwana, dan juga kisah kejahatan. Semua itu terangkum dalam relief yang sangat hidup (Rahmanadji, 2012).

Winata dan Yus dalam buku yang berjudul *Komik Hiburan* (1993) menuliskan bahwa Kisah *Ramayana* dan *Mahabarata* merupakan cikal bakal utama yang berasal dari cerita rakyat India dan tercampur oleh unsur-unsur kebudayaan lokal Nusantara sehingga menjadi acuan utama peradaban Jawa yang awalnya dipengaruhi oleh budaya Hindu, Islam, dan beberapa abad kemudian muncullah budaya kebarat-baratan. Contoh nyatanya terdapat pada lakon wayang di Jawa yang mengambil unsur keagamaan dan legenda Jawa sebelum adanya Islamisasi (Winata, Yus: 1993,23).

3. Jenis-jenis Komik

Berdasarkan bentuknya, Boneff membagi komik dalam 2 kategori yaitu komik bersambung (*comic strips*) dan buku komik atau *comic-books* (Boneff, 1998: 9).

a) Komik strip bersambung

Indira Maharsi dalam bukunya yang berjudul *Komik Dunia Kreatif Tanpa Batas* (2010) menjelaskan bahwa komik strip merupakan komik yang terdiri dari sedikit panel yang berisi tentang pesan singkat dan biasanya muncul di surat kabar ataupun majalah. Terdapat kategori dalam komik strip yaitu komik strip bersambung dan kartun komik. Komik strip bersambung merupakan komik yang memiliki dua atau tiga panel di setiap episodenya. Komik strip jenis ini memiliki cerita bersambung yang akan muncul di edisi majalah berikutnya sehingga akan mendorong pembaca untuk membeli majalah lagi untuk mengetahui cerita berikutnya (Maharsi, 2010: 15-16).

b) Kartun Komik

Boneff dalam bukunya yang berjudul *Les Bandes Dessinees Indonesiennes* (1998) menuliskan definisi kartun komik di dalam buku Maharsi yang berjudul *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas* (2010) bahwa komik strip jenis ini terdiri atas dua hingga tiga panel yang berisi tentang sindiran terhadap sesuatu atau bisa juga mengandung petuah atau pesan moral kehidupan (Boneff, 1998: 58). Sementara Wijana dalam bukunya yang berjudul *Kartun, Studi Tentang Permainan Bahasa* (2003) menuliskan definisi kartun komik di dalam buku yang sama menuliskan bahwa kartun komik adalah susunan gambar yang terdiri dari empat hingga enam panel yang berisi komedi atau komentar terhadap sesuatu yang sedang ramai dalam perbincangan seperti di dalam berita (Wijana, 2003: 11).

Boneff di dalam buku yang sama menambahkan bahwa komik jenis ini sangat memerlukan pemahaman lebih dari pada pembaca karena memiliki makna tersirat yang berisi tentang masalah yang sedang terjadi di tengah masyarakat sehingga komik ini merupakan komik khusus pembaca cerdas yang mengerti maksud dari pesan yang disampaikan (Boneff, 1998: 59).

c) Buku Komik

Kusrianto di dalam buku Maharsi yang berjudul *Komik Dunia Kreatif Tanpa Batas* (2010) menuliskan pengertian buku komik. Yaitu komik yang tersedia di dalam media buku dan tidak menumpang kedalam media lainnya seperti koran ataupun majalah. Sampul buku komik berisi tentang judul komik lain yang terlihat seperti majalah. Buku komik yang pertama kali terbit berjudul *The Funnies* pada tahun 1929. Setelah itu barulah DC Comics mulai merilis komik mereka dan juga Marvel Comics yang menerbitkan buku komik tak lama setelahnya yang biasa kita kenal dengan judul *Spiderman* (Kusrianto, 2007: 168).

d) Novel Grafis

Maharsi dalam bukunya yang berjudul *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas* (2010) menjelaskan bahwa Novel Grafis pertama kali dikemukakan oleh Will Eisner yang digunakan untuk menamai karyanya yang berjudul “*A Contract With God* “ pada tahun 1976. Hal yang membedakan novel grafis dengan komik lainnya terletak pada tema cerita yang disajikan. Novel grafis memiliki cerita yang diperuntukkan untuk remaja dan orang dewasa yang memiliki alur cerita serius dan penuh konflik. Novel grafis dibuat untuk menepis stigma murapahn pada komik karena diperuntukkan untuk anak-anak saja, namun komik juga dapat menyampaikan cerita yang lebih diminati orang dewasa pula (Maharsi, 2010: 18).

e) Komik Kompilasi

Maharsi dalam bukunya yang berjudul *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas* (2010) menjelaskan bahwa komik kompilasi adalah kumpulan dari beberapa judul komik yang dibuat oleh beberapa komikus yang berbeda. Komik satu dan yang lainnya tidak memiliki keterkaitan dalam alur cerita walaupun sering ditemukan judul yang memiliki tema yang sama. Di Amerika komik kompilasi disebut dengan *RAW Comics* yang terbit pertama kali pada tahun 1980-1991. Sementara komik kompilasi di Eropa disebut dengan nama *Small Press Comics* serta memiliki agenda pameran komik rutin yang bernama *Small Press Expo* (Maharsi, 2010: 19-20).

f) Komik On-line

Maharsi dalam bukunya yang berjudul *Komik, Dunia Kreatif Tanpa Batas* menjelaskan bahwa komik online merupakan komik yang terdapat dalam media internet. Media internet yang digunakan adalaah web yang saat ini lebih diminati karena jauh lebih terjangkau karena tidak perlu membeli buku komik ataupun pergi ke toko buku. Komik ini muncul karena pengaruh *cyberspace* di dunia teknologi komunikasi (Maharsi, 2010: 20).

commit to user

D. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ismail dan Hotman di dalam skripsi yang ditulis oleh Abdul Ghoni berjudul *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah* (2018) menjelaskan bahwa dakwah dalam bahasa al Qur'am berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang secara etimologi sama dengan arti dari kata *al nida* yang artinya menyeru atau memanggil (Ismail&Hotman, 2013: 18). Di dalam skripsi yang sama Munir menjelaskan bahwa dakwah merupakan kewajiban bagi seluruh umat Rasulullah SAW untuk menyampaikan apa yang diterima oleh umat dari Beliau, sebagaimana hadist *Ballighu 'anni walau ayat* (sampaikanlah walau satu ayat) dalam Hadist Riwayat Bukhori No. Hadist 3461. Kewajiban berdakwah ini menjadi urgensi yang sangat penting mengingat hadist tersebut mempermudah umat untuk berdakwah walaupun dengan kemampuan minimal (Munir,2003: 8).

2. Prinsip-prinsip Dakwah

Syukrir di dalam skripsi Abdul Ghoni menjelaskan bahwa terdapat beberapa poin prinsip yang harus diperhatikan untuk menentukan media dan cara berdakwah yang tepat untuk menyesuaikan aktivitas dakwah di segala dakwah, prinsip-prinsip tersebut adalah (Syukir, 1987: 166):

- a) Tidak ada media yang terbaik, semua bergantung pada target dan tempat dakwah.
- b) Media yang dipilih harus sesuai dengan tujuan awal dakwah yang akan dicapai.
- c) Media yang dipilih sesuai dengan bentuk materi dakwah yang disampaikan.
- d) Media yang dipilih sesuai dengan lingkungan atau minat target dakwah.
- e) Pemilihan materi dakwah yang objektif melihat kondisi target dakwah.
- f) Efektifitas dan efisiensi dalam dakwah harus selalu diperhatikan.

3. Metode Dakwah

Munir di dalam skirpsi yang ditulis oleh Eka Ariyanti yang berjudul *Komik Sebagai Media Dakwah, Studi Analisis Pesan Dakwah "Iqomic" Di Instagram* (2019) menjelaskan bahwa metode adalah cara yang telah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan metode dakwah adalah rencana tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (pedakwah) kepada *mad'u* (sasaran dakwah) untuk menyampaikan tujuan dakwah dengan dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengartikan bahwa metode dakwah harus memiliki pondasi pada perlakuan manusia yang baik (Munir, 2006: 6-7).

Allah *Subhanahuwata'ala* berfirman tentang cara untuk berdakwah kepada manusia didalam surat An-Nahl (16) ayat 125 yang dalam terjemahannya berbunyi: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk* (Q.S An-Nahl(16): 125)

Tiga hal yang tercangkup dari ayat di atas di dalam skripsi Eka Ariyanti berjudul *Komik Sebagai Media Dakwah, Studi Analisis Pesan Dakwah "Iqomic" Di Instagram* (2019) cakupan tersebut adalah:

a) Al-Hikmah

Hikmah berarti pengetahuan atau kebijaksanaan, sedangkan secara khusus hikmah berarti ilmiah dan falsafis. Hikmah adalah kebaikan Allah yang senantiasa diberikan kepada manusia. Hikmah dapat dicari dengan usaha seperti mempelajari ilmu pada umumnya.

Dr. Moh. Ali Aziz di dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Dakwah* (2005) menjelaskan bahwa berdakwah perlu memperhatikan kondisi dan kemampuan sasaran dakwah. Sehingga ilmu dakwah yang disampaikan akan sesuai dengan pemahaman sasaran dakwah dan akan dapat diberikan ilmu secara kontinyu sejalan dengan keilmuan yang didapat. Maka sasaran

dakwah tidak akan merasa keberatan karena materi awal yang sulit (Dr. Moh. Ali Aziz, 2005: 136).

b) *Al-Mau'idza Al-Hasanah*

Munir di dalam bukunya yang berjudul *Metode Dakwah* (2006) menjelaskan arti *Al-Mau'idza Al-Hasanah* yakni penyampaian yang memiliki unsur nilai moral, pendidikan, sejarah, kisah-kisah, berita gembira, peringatan yang dapat dijadikan pelajaran dalam kehidupan sehingga dapat dicontoh dan diterapkan di dalam kehidupan sehari – hari agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat (Munir, 2006: 15-16).

c) *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*

Quraisy Shihab dalam bukunya yang berjudul *Tafsir al-Misbah* (2000) menjelaskan definisi *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan* yakni secara bahasa *Mujadalah* memiliki kata dasar “*jadala*” yang memiliki arti *memintal, melilit, dan mengikat*. Mengikat berarti menarik tali dan mengikatnya untuk menguatkan sesuatu kepada benda lain agar tidak lepas. Orang yang berdebat seperti menarik dengan ucapan yang digunakan untuk mengalahkan lawan bicaranya dengan menguatkan pendapat yang ia lontarkan (Shihab, 2000: 553).

4. Materi Dakwah

Saputra di dalam skripsi yang ditulis oleh Yulfiana Ulfatun berjudul *Dakwah Melalui Facebook* (2016) menjelaskan bahwa materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah atau materi yang harus disampaikan pedakwah kepada sasaran dakwah. Materi ini mencakup keseluruhan dari dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Ajaran Islam yang harus disampaikan kepada sasaran dakwah meliputi akidah, akhlak dan syariah. Sumber dari materi ini harus berdasarkan Al-Qur'an, As-Sunnah Rasulullah ﷺ, ijtihad ulama (hadist riwayat shahih), dan juga sejarah peradaban Islam (Saputra, 2011: 13).

Asmuni Syukir dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (1983) membagi materi dakwah menjadi tiga jenis. Yakni akidah materi dasar dari dakwah yang membahas tentang keimanan, akhlak yang membahas tentang adab dan norma kehidupan beragama Islam, dan syariah yang mencakup hukum-hukum Islam seperti hukum bermuamalah (Syukir, 1983: 60).

a) Akidah

Zainuddin dalam bukunya yang berjudul *Al Islam 1: Aqidah dan Ibadah* (2004) menjelaskan bahwa akidah adalah pokok utama yang harus diyakini paling dasar oleh setiap umat Islam. Akidah yang paling mendasar adalah tauhid yang merupakan inti kepercayaan dalam beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa. Akidah secara garis besar membahas tentang rukun iman yang disampaikan oleh Rasulullah ﷺ di dalam Hadist Riwayat Muslim nomor hadist 09 yang berbunyi : *“Iman ialah engkau percaya kepada Allah, Malaikat-Malaikat-Nya, KitabKitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, Hari Akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk “*. (HR. Muslim no.09)

b) Akhlak

Amin di dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Dakwah* (2013) di dalam skripsi yang ditulis oleh Abdul Ghoni berjudul *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah* (2018) menjelaskan bahwa materi ini merupakan materi yang berisi tentang pelajaran budi pekerti atau perbuatan yang baik dalam agama Islam. Akhlak merupakan hal yang sangat diutamakan bahkan sebelum manusia belajar ilmu syariat. Dengan menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan, maka akan mencegah terjadinya penyimpangan moral seperti pencemaran nama baik, pelecehan, penganiayaan dan seterusnya (Amin, 2013: 92-93).

c) Syariah

Mujjeb dalam bukunya yang berjudul *Kamus Istilah Fiqih* (2000) di dalam skripsi milik Yuliana Ulfatun yang berjudul *Dakwah Melalui Facebook* (2016) menjelaskan tentang definisi syariah yaitu menurut bahasa berarti peraturan atau undang-undang. Definisi syariah secara istilah adalah hukum-hukum yang ditentukan oleh Allah SWT untuk mengatur dan menjaga hubungannya dengan Allah SWT, maupun dengan sesama ciptaannya (manusia, hewan, alam) (Mujjeb, 2000: 23).

Rasulullah ﷺ bersabda yang diriwayatkan oleh Imam Muslim di dalam hadist yang artinya : “ *Islam adalah bahwasannya engkau menyembah kepada Allah SWT dan janganlah kau mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, mengerjakan shalat, membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan dan menunaikan ibadah Haji di Mekkah (Baitullah)* (HR. Muslim). Hadist tersebut menggambarkan tentang pentingnya menjaga hubungan dengan Allah dan juga hubungan di dalam kehidupan manusia. Yakni dengan menjaga ibadah kepada Allah dan menerapkan hukum-hukum Allah di dalam kehidupan sehari-hari seperti jual beli, rumah tangga, bersosialisasi dan amalan lainnya berikhtilaf dengan larangan-larangan seperti berzina, mengumpat, membunuh, minum khamr dan lain sebagainya.