

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari segi bahasa, kata "da'wah" berasal dari bahasa Arab yang dalam bentuk masdar mengandung makna sebagai suatu panggilan, seruan, atau ajakan. Dakwah memiliki tujuan untuk mempengaruhi perilaku manusia agar mereka lebih mendekat kepada Allah dan Rasul-Nya melalui ketaatan dalam beribadah. Dakwah juga merupakan bentuk komunikasi, karena terdapat proses pertukaran makna antara da'i sebagai pihak yang menyampaikan pesan dan mad'u sebagai pihak yang menerima pesan menggambarkan interaksi dalam proses komunikasi. *Da'i* berfungsi untuk menyampaikan seruan atau informasi, sedangkan mad'u adalah pihak yang menerima dan menyikapi pesan tersebut (Hendra, 2018).

Proses pertukaran makna ini berlangsung ketika *da'i* menyampaikan pesan dakwah yang berisi nilai-nilai yang diharapkan dapat dipahami oleh mad'u dan diterapkan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Lebih spesifik, jenis komunikasi ini dikenal sebagai komunikasi dakwah. Secara garis besar, komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan-pesan keagamaan dalam berbagai situasi dengan tujuan agar audiens merasa terinspirasi dan memahami pentingnya nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka sehari-hari (Kodir & Rizkianto, 2021).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang dakwah.. Media baru atau *New Media* merupakan istilah yang digunakan pada berbagai teknologi komunikasi yang mengutamakan digitalisasi dan tersedianya secara luas untuk penggunaan individu dalam berkomunikasi (McQuail, 2011, hlm.148).

Dalam hal ini salah satu bentuk media baru yakni media sosial, kini telah menjadi platform populer yang digunakan oleh banyak individu dan institusi untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dari media dakwah tradisional seperti khutbah di masjid atau ceramah di televisi menuju media sosial yang lebih interaktif dan mudah diakses (Anggraini, 2020).

Media sosial, khususnya Instagram, kini telah menjadi platform populer yang digunakan oleh banyak individu dan institusi untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Dengan jumlah pengguna Instagram yang terus meningkat di Indonesia pada Januari 2024 mencapai 89.891.300 pengguna, yang mencakup sekitar 31,8% dari total populasi Indonesia (NapoleonCat, 2024). Sehingga media sosial ini menawarkan potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih muda.

Instagram, salah satu media sosial yang paling populer, dikenal dengan fitur-fitur *visualnya* yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan konten interaktif. Instagram mengalami perkembangan yang menghadirkan

berbagai fitur menarik sesuai dengan kebutuhan zaman. Pada tahun 2016 Instagram berganti logo menjadi lebih *stylish*, kemudian pada tahun 2018, Instagram membuat kemajuan baru dengan memperkenalkan fitur IGTV yang memungkinkan pengguna mengunggah video yang lebih panjang. Untuk bersaing dengan semakin populernya fungsi video pendek, Instagram meluncurkan *Instagram reels* pada Agustus 2020, fitur baru yang mirip dengan aplikasi Tiktok (Rostina Alimuddin, 2022). Fitur-fitur ini memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara lebih menarik dan interaktif, yang sangat relevan dengan tren komunikasi digital modern (Wibowo, 2019).

Dalam era digital saat ini, banyak tokoh agama mulai memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan pesan dakwah. Salah satu di antaranya adalah Ustadz Abi Azkacia, yang juga dikenal sebagai seorang gamer. Melalui akun Instagram @abiazkacia, Ustadz Abi Azkacia memadukan dakwah dengan konten game, sebuah pendekatan yang tergolong unik dan jarang ditemui dalam dunia dakwah tradisional. Kombinasi ini menarik perhatian, terutama di kalangan anak muda, karena memanfaatkan media yang sangat relevan dengan gaya hidup digital mereka.

Dalam konteks ini, game atau permainan digital dapat didefinisikan sebagai bentuk hiburan interaktif yang menggunakan teknologi, baik secara *online* maupun *offline*, dan sering kali memerlukan keterampilan serta strategi (Putri et al., 2021). Salah satu game yang sangat populer di Indonesia saat ini adalah **Mobile Legends: Bang Bang**, yang termasuk dalam *genre Multiplayer*

Online Battle Arena (MOBA). Game ini memungkinkan pemainnya untuk bertarung secara tim dalam sebuah arena digital, memberikan pengalaman kompetitif yang seru dan menantang. Mobile Legends menjadi salah satu game yang paling banyak dimainkan di Indonesia, dengan jutaan pemain aktif setiap hari, terutama dari kalangan anak muda yang juga terlibat dalam tren *e-sports* yang berkembang pesat (Jiwandono & Purwandi, 2020).

Kepopuleran Mobile Legends tidak terlepas dari aksesibilitasnya yang mudah melalui perangkat seluler serta komunitas yang aktif. Pada tahun 2024, game ini telah mencapai lebih dari 500 juta unduhan di *Google Play Store*, menjadikannya salah satu game MOBA yang paling digemari di dunia, termasuk di Indonesia (Rizky, 2023). Fitur kompetitif, turnamen *e-sports*, dan keterlibatan komunitas yang kuat menjadi faktor penting dalam menjaga popularitas game ini (Abdillah, 2024).

Pemanfaatan game *online* untuk dakwah di media baru merupakan pendekatan yang unik, karena game populer di kalangan pengguna *online*, khususnya kaum muda yang mungkin memiliki minat terbatas pada kegiatan keagamaan. Mereka digunakan untuk hiburan dan mengisi waktu luang. Game *online* digunakan sebagai alat untuk menyebarkan prinsip-prinsip Islam adalah suatu perkembangan yang tidak terduga.

Ustadz Abi Azkacia, melalui akun Instagram @abiakazia dengan jumlah pengikut sebanyak 246 ribu (*pada saat penelitian*), memanfaatkan

game sebagai media untuk menyisipkan pesan-pesan keagamaan. Konten yang disajikan dalam bentuk video singkat melalui fitur *reels* memungkinkan dakwah disampaikan secara menarik dan relevan bagi generasi muda, khususnya mereka yang juga merupakan penggemar game.

Instagram



abiazkacia

Ikuti

Kirim pesan

572 kiriman

246 rb pengikut

73 diikuti

abi azkacia

[@abiazkacia](#)

Gamer

990k followers tiktok

140k subscriber youtube

Caster, MC, Motivator, Pemateri.

Bussines: admin 0878-7397-0664

111

youtu.be/UptUewW9gJI + 4

(Gambar I- 1 Sumber : Screenshot Instagram [@abiazkacia/ LinkProfile](#))

Sebagai seorang ustadz yang juga aktif di dunia *gaming*, Ustadz Abi Azkacia sering memadukan aktivitas bermain *game* dengan dakwah. Melalui video singkat yang diunggah di fitur *reels*, Ia menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang disisipkan saat bermain *game*, sehingga memungkinkan dapat menarik perhatian anak muda, khususnya mereka yang juga menyukai *game*. Selain itu, Ustadz Abi azkacia tidak hanya memberikan ceramah keagamaan, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang santai dan penuh humor. Hal ini penting karena kecanduan *game online* dapat membawa pemainnya mengabaikan tanggung jawab kehidupan nyata, termasuk berpegang pada nilai-nilai Islam dan menahan diri untuk tidak menanggapi dengan kasar selama bermain *game*. Gangguan dalam kehidupan

manusia, seperti perilaku asusila, konflik, kekerasan, pemerkosaan, finansial korupsi, ketidakadilan, dan bencana alam di negeri ini, disebabkan oleh putusannya hubungan manusia dengan Tuhan, alam, dan manusia lainnya. Artinya, peristiwa tragis dan meresahkan tersebut merupakan akibat dari hilangnya nyawa, makna Tuhan dan agama dalam masyarakat Islam khususnya di Indonesia (Santoso & Hakim, 2024).

Penelitian ini memilih konten dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @abiazkackia sebagai objek penelitian karena pendekatan yang digunakan oleh Ustadz Abi Azkackia tergolong unik, yaitu memadukan dakwah dengan konten *gaming*. Fenomena perpaduan antara dakwah dan konten game ini belum banyak dieksplorasi, terutama dalam hal bagaimana audiens, khususnya mahasiswa, menerima pesan-pesan keagamaan yang disisipkan melalui game. Mahasiswa dipilih sebagai subyek penelitian karena mereka merupakan bagian dari generasi muda yang sangat aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan tinggi pada konten-konten yang tidak konvensional, termasuk konten yang menggabungkan agama dan hiburan seperti game.

Namun, penelitian ini tidak mengikutsertakan semua mahasiswa sebagai subyek penelitian. Fokus penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (IKOM UMM) yang juga merupakan followers Instagram @abiazkackia. Kelompok ini dipilih karena mereka mewakili generasi yang aktif di dunia digital dan memiliki kemampuan

analitis untuk menafsirkan pesan dakwah yang disampaikan melalui medium yang mereka kenal dengan baik, yaitu media sosial.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada penerimaan mahasiswa pada pesan dakwah Ustadz Abi Azkacia melalui konten video di media sosial Instagram @abiazkacia.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana penerimaan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMM pada pesan dakwah Ustadz Gamer Abiazkacia melalui Instagram @abiazkacia.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Proses pesan dakwah yang dilakukan Ustadz Abi Azkacia melalui media instagram.
2. Memahami penerimaan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMM pada pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz gamer Abiazkacia melalui akun Instagram @abiazkacia, serta mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat mereka dalam menerima pesan dakwah tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam pengembangan studi komunikasi dakwah di era digital, khususnya terkait dengan pemanfaatan media sosial dan gaming sebagai medium dakwah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang tersebut dan menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut mengenai perpaduan dakwah dan konten digital.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peraktisi Dakwah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para *da'i*, mengenai cara efektif memanfaatkan potensi media sosial sebagai medium dakwah. Sehingga dapat membantu praktisi dakwah mengembangkan strategi yang menarik serta relevan, khususnya untuk kawula muda.

b) Bagi Audiens (Mahasiswa dan Pengguna Media Sosial)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa dan pengguna media sosial tentang pentingnya bersikap kritis dalam menerima konten dakwah digital. Dengan sikap tersebut, audiens dapat lebih selektif dalam menyaring informasi dan lebih fokus pada pesan inti yang disampaikan, sehingga memiliki dampak positif pada pembentukan pola pikir bahkan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

E. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus penerimaan mahasiswa IKOM UMM pada pesan dalam konten dakwah "**Dakwah Mengajak Pada Perkataan yang Baik**" yang dipublikasikan melalui Instagram.

