



Jurnal Studi Sosial Keagamaan

Syekh Nurjati

Suitability Of Visual Communication Content On Instagram Against Ministry Of Religion Religious Moderation Concept

Kesesuaian Konten Dakwah Komunikasi Visual Di Instagram Terhadap Konsep Moderasi Beragama Kementerian Agama

Abdu Zikrillah^{1*}, Zaenal Mutaqin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Article Information:

Received : 15 May 2024

Revised : 19 June 2024

Accepted : 25 June 2024

Keywords:

Da'wah; Instagram; Ministry of Religion; Religious Moderation; Visual Communication

***Correspondence email:**

abdu051191zikrillah@gmail.com

Copyright Holder:

© Abdu Zikrillah, Zaenal Mutaqin

First publication right:

Jurnal Studi Sosial Keagamaan Syekh Nurjati

Abstract: This research discusses the suitability of content through visual communication on Instagram social media to the concept of religious moderation. In the dynamics of da'wah using online digital media such as Instagram, several problems have been discovered, one of them is da'wah content which is considered less moderate. Problems occur due to various differences in viewpoints, mazhab, and understanding regarding da'wah material. The delivery of the da'wah material is considered to conflict with the ministry of religion's concept of religious moderation. The aim of this research is to see and discuss the suitability of da'wah content on Instagram to the concept of religious moderation. The research method uses content analysis and semiotics to understand the message in da'wah content on Instagram, then analyzed based on the concept of religious moderation from the ministry of religion. The results of the discussion showed that some content was considered less than moderate due to several factors, namely the lack of explanation in the description or caption section, which could lead to misunderstanding of the meaning and intent of conveying content on Instagram. Apart from that, visualization in the form of illustrations and symbols can provide different interpretations of the understanding received by mad'u, because not all mad'u, especially Instagram users, can understand the message according to what the Da'i conveys.

Pendahuluan

Dakwah di era perkembangan teknologi informasi berbasis internet dan digital saat ini telah berkembang dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat digital. Proses berdakwah yang dilakukan oleh pendakwah (Da'I) telah menyentuh kepada Mad'u yang aktif di dunia maya. Jenis media yang digunakan pun beragam, seperti YouTube, Instagram, Twitter dan memiliki bentuk konten materi dakwah yang berbeda-beda pula. Media digital online Youtube berfokus pada bentuk video, Instagram berfokus dalam bentuk gambar, dan Twitter berfokus dalam bentuk teks singkat. Berdasarkan hasil survei dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023¹. Berdasarkan data tersebut sudah seharusnya pendakwah melakukan kegiatan berdakwahnya melalui media digital online.

Dalam proses berdakwah terkadang muncul dinamika yang terjadi di lapangan antara pendakwah dengan penerima dakwah. Dinamika berdakwah yang biasa terjadi tentunya bersumber dari beberapa hal, yang sering terjadi salah satunya adalah pemilihan sarana dan metode dakwah. Perkembangan teknologi yang serba terbaru mendorong masyarakat untuk berdakwah dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam bentuk media online². Pemilihan sarana dan metode yang digunakan oleh pendakwah perlu dipikirkan dengan matang untuk tercapainya komunikasi yang efektif.

Pada era digital dan media online saat ini, penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh pendakwah bukan lagi hanya dengan metode ceramah yang mengharuskan menampilkan sosok pendakwahnya. Berdakwah saat ini bisa jadi hanya dengan menampilkan gambar atau video ilustrasi dari pesan dakwah yang disampaikan tanpa menampilkan sosok pendakwahnya. Salah satu media yang digunakan untuk berdakwah di era digital dan media online ini adalah Instagram. Karakteristik penyampaian pesan melalui media digital online (gambar dan tulisan) berbeda dengan penyampaian pesan dakwah melalui media lisan. Pesan-pesan dakwah yang tertulis atau berbentuk gambar dapat berulang kali dibaca oleh mad'u atau diposting ulang oleh pendakwah dan mad'u. Dalam perspektif komunikasi, setiap media memiliki daya

¹ Indonesiabaik.id, "Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi," [https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara,sebanyak 210%2C03 juta pengguna.](https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII),%20pengguna%20internet%20di%20Indonesia%20mencapai%20215,63%20juta%20orang%20pada%20periode%202022-20231)

² Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43-55, <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.

kedekatan (intimacy) yang berbeda³. Kedekatan inilah yang menjadikan seberapa besar pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u.

Berdakwah menggunakan gambar (dapat disebut juga dakwah bil qalam/bil kitabah) melalui media sosial Instagram telah banyak dilakukan oleh pendakwah, terutama pendakwah milenial yang memiliki sasaran penerima dakwah dari golongan anak muda. Problematika yang muncul sama halnya dengan yang dibahas sebelumnya di atas, berupa gangguan pemahaman terhadap pesan dakwah serta nilai moderasi beragama dalam pesan dakwah yang ditampilkan. Pesan dakwah yang disampaikan melalui komunikasi visual di media Instagram ini diharapkan menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan konsep moderasi beragama. Melihat dari penerima dakwah yang didominasi oleh golongan anak muda, yang masih kurang terhadap pemahaman agama Islam dibandingkan golongan penerima dakwah di lingkungan beragama seperti pesantren. Ketidaksesuaian konten dakwah terhadap konsep moderasi beragama dapat memberikan dampak yang kurang baik terhadap pemahaman agama bagi generasi muda yang selalu mengakses konten dakwah melalui media online. Konten dakwah yang baik tentunya harus memiliki prinsip adil dan berimbang. Kata 'adil' dapat diartikan: 1) tidak berat sebelah atau tidak memihak; 2) berpihak kepada kebenaran; dan 3) sepatutnya atau tidak sewenang-wenang. Sedangkan 'keseimbangan', merupakan istilah untuk menggambarkan cara pandang, sikap, dan komitmen untuk selalu berpihak pada keadilan, kemanusiaan, dan persamaan⁴.

Permasalahan atau tantangan dalam moderasi beragama yang menjadi pembahasan pada penelitian ini adalah: 1) adanya pemahaman keagamaan yang berlebihan dan ekstrem, yang mengingkari nilai kemanusiaan dengan mengatasnamakan agama; 2) munculnya klaim kebenaran atas tafsir agama; dan 3) pemahaman yang justru merongrong atau mengancam, bahkan dapat merusak ikatan kebangsaan. Hal ini berdasarkan perkataan Lukman Hakim Saifuddin dalam Rapat Koordinasi dan Percepatan Pelaksanaan Program Moderasi Beragama⁵. Konten dakwah yang tersebar di media Instagram dianalisis berdasarkan konsep moderasi beragama, dengan melihat

³ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012).

⁴ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019).

⁵ Moh Khoeron, "Tiga Tantangan Moderasi Beragama Di Indonesia," kemenag.go.id, 2021, <https://www.kemenag.go.id/read/tiga-tantangan-moderasi-beragama-di-indonesia-orvva>.

apakah ada potensi permasalahan seperti di atas yang menjadi tantangan dalam moderasi beragama

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis menggunakan analisis isi dan analisis semiotika Barthes. Penggunaan pendekatan kualitatif dilakukan karena penelitian dibutuhkan pengamatan terhadap permasalahan dan meneliti lebih dalam kepada substansi permasalahan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, analisis visual dan studi pustaka. Pemilihan objek yang menjadi bahan analisis adalah konten dakwah komunikasi visual yang terdapat di media Instagram, dengan asumsi dari peneliti bahwa konten dakwah komunikasi visual yang terpilih terindikasi belum memenuhi konsep moderasi beragama.

Analisis data dilakukan secara induktif, yaitu tidak dimulai dari deduksi teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan dengan melihat beberapa sampel konten dakwah komunikasi visual yang terpilih, mempelajarinya, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari permasalahan yang ada di lapangan⁶. Analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa teori, seperti teori semiotika untuk memahami pesan secara visual dan tekstual yang terdapat pada konten dakwah. Selain itu dilakukan menganalisis kesesuaian pesan dakwah berdasarkan konsep moderasi beragama dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Analisis juga dilakukan dengan melihat konsep dan konteks dakwahnya, yang didasari oleh teori-teori dakwah dan keilmuan agama Islam yang bersumber dari al Qur'an dan Hadis.

Konsep moderasi beragama yang ditekankan pada penelitian ini berdasarkan pada 9 nilai moderasi beragama, yaitu tengah-tengah (tawassuth), tegak-lurus (i'tidal), toleransi (tasamuh), musyawarah (syura), reformasi (ishlah), kepeloporan (qudwah), kewargaan/cinta tanah air (muwathanah), anti kekerasan (la 'unf) dan ramah budaya (i'tibar al-'urf). Kesembilan nilai moderasi beragama tersebut tujuh diantara sembilan dirumuskan oleh para ulama peserta KTT Bogor 2018 dan dua nilai tambahan (anti kekerasan dan menghormati adat) berasal dari sumbang saran para ahli kepada Kementerian Agama. Kesembilan nilai moderasi itu dipilih berdasarkan kepentingan

⁶ Masayu Rosyidah and Rafiq Fijra, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021).

membangun kualitas mental terbaik bangsa Indonesia. Islam mengajarkan bahwa yang terbaik dari segala sesuatu adalah pertengahannya (awsath)⁷.

Sampel objek kajian yang akan dibahas adalah konten dakwah dari akun Instagram @thequran_path, yang telah memiliki jumlah followers sebanyak 743K dengan jumlah postingan sebanyak 18.062 postingan⁸ yang memiliki ciri khas postingan berupa flyer dengan ilustrasi foto dan penerapan tipografi. Akun Instagram yang menjadi objek kajian bukan berarti akun tersebut terindikasi tidak moderat. Sampel diambil bukan berlandaskan ketidaksukaan terhadap konten tertentu dari akun-akun tersebut, melainkan hanya sebagai contoh untuk bahan kajian yang memunculkan pertanyaan, apakah konten dakwah yang disebar melalui media Instagram telah memenuhi konsep moderasi beragama dari Kementerian Agama Republik Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Instagram Sebagai Media Dakwah

Pemilihan sarana dan metode dakwah oleh pendakwah melalui media Instagram tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penyampaian pesan dakwahnya. Seperti halnya dalam praktik komunikasi selalu terjadi gangguan (*noise*) dalam proses penyampaian pesan hingga pesan tersebut diterima. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor, seperti penolakan pesan dakwah oleh mad'u (penerima pesan) yang dikarena oleh perbedaan ideologi kepasrahan pada Allah yang tidak sesuai dengan zaman, pendekatan dakwah yang kurang bijak, pemahaman fikih yang mengabaikan masalah keduniawian, karena simbol-simbol yang dipakai oleh pendakwah penyebab mad'u menghindar⁹. Faktor lain yang dapat mengganggu ketersampaian pesan dakwah adalah kemampuan mad'u dalam memahami pesan dakwah, kemampuan pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah, kekeliruan dalam menggunakan simbol dan ilustrasi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui komunikasi visual, dan toleransi terhadap perbedaan pendapat dalam beragama.

Berdakwah yang pada mulanya menggunakan komunikasi verbal, merupakan bentuk komunikasi yang didominasi oleh kekuatan kata-kata, teks atau ucapan lisan.

⁷ Abdul Azis and A. Khoirul Anam, *Moderasi Beragama Berlandaskan Nilai-Nilai Islam*, ed. Anis Masykhur (Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI, 2021).

⁸ Saat diakses pada tanggal 30 Mei 2023

⁹ Bukhari, "PENERIMAAN DAN PENOLAKAN PESAN DAKWAH DALAM INTERAKSI SIMBOLIK DA'I DAN MAD'U PADA JAMA'AH TABLIGH DI KOTA PADANG," *MIQOT Jurnal Ilmu Keislaman* 39, no. 2 (2015): 377-89, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/miqot.v39i2.31>.

Komunikasi verbal paling banyak digunakan dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata dan tulisan, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud, untuk menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, juga sebagai cara untuk saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar¹⁰. Berdakwah dengan metode komunikasi verbal (ceramah atau bil lisan) dianggap kurang efektif di era teknologi digital dan media online saat ini. Masyarakat saat ini lebih tertarik terhadap bentuk visual dibandingkan dengan hanya mendengarkan bentuk verbal. Efek superioritas dari gambar (visual) paling terlihat pada kemampuan untuk dapat diingat, dibandingkan dengan kata-kata. Visual yang kuat dapat menghubungkan atau memberikan pemahaman kepada khalayak lebih cepat dan dengan lebih banyak emosi yang dapat disampaikan dibandingkan hanya dengan kata-kata. Visual juga berdampak dalam meningkatkan pemahaman informasi secara rinci¹¹.

Kegiatan berdakwah merupakan suatu keharusan bagi umat muslim, sebagaimana Allah telah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 104 "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." Berdasarkan ayat tersebut, setidaknya sebagai umat muslim melakukan ajakan atau himbauan untuk melakukan perbuatan yang makruf dan mencegah perbuatan yang mungkar. Proses berdakwah tersebut harus berpegang dan berpedoman pada al Qur'an dan Hadis, karena dalam menjalankan dakwah al Qur'an telah memberikan rambu-rambu mulai dari metode, materi, dan pendekatan dakwah. Dengan demikian, al Qur'an dapat disebut sebagai kitab dakwah. Terkait hal ini, sejalan dengan pandangan Sayyid Qutub, yang dimaksud dengan al Qur'an sebagai kitab dakwah, di dalamnya telah mengandung prinsip-prinsip, filosofi dan metodologi dakwah¹².

Beragam media di era globalisasi saat ini pada dasarnya memberikan kemudahan bagi siapapun yang ingin berdakwah. Selain kemudahan dalam penggunaan media dakwah, penyebaran materi atau konten dakwah yang dilakukan oleh pendakwah memiliki lingkup yang cukup luas. Hal tersebut berkat kecanggihan teknologi informasi

¹⁰ Tri Indah Kusumawati, "KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL," *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 6, no. 2 (2016): 83–98, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v6i2.6618>.

¹¹ PwC, *The Power of Visual Communication* (Australian: PricewaterhouseCoopers, 2017), <https://www.pwc.com.au/the-difference/the-power-of-visual-communication-apr17.pdf>.

¹² Abdul Wahid, *GAGASAN DAKWAH Pendekatan Komunikasi Antarbudaya* (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019).

melalui internet secara daring atau *online* yang dapat diakses dengan mudah oleh siapapun dan di manapun penerima dakwah berada. Penggunaan media digital atau *online* yang sering digunakan untuk media berdakwah salah satunya adalah melalui Instagram. Pengguna Instagram di tahun 2023 berdasarkan Napoleo Cat¹³ berjumlah 106,72 juta pengguna yang didominasi oleh kelompok umur 18-24 tahun dengan jumlah 37,8% dan kelompok usia 25-34 tahun dengan jumlah 29,7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sasaran dakwah melalui media Instagram adalah generasi muda (generasi milenial dan generasi z) dari umur 18-34 tahun.

Instagram termasuk ke dalam jenis media sosial, dari beragamnya jenis media *online* yang ada saat ini. Instagram dapat menjadi media dakwah yang paling diminati, hal ini didasari dari beberapa fenomena yang terjadi di masyarakat digital saat ini. 1) Generasi milenial dan z memiliki kecenderungan mencari informasi tentang ajaran agama Islam melalui media sosial, yang dinilai mudah untuk diakses; 2) Instagram sebagai media dakwah sangat efektif dan bermanfaat bagi pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya; 3) Konten isi dari akun-akun dakwah di Instagram sesuai atau *relate* dengan kehidupan mereka sebagai generasi milenial dan z. 4) Penyampaian materi dakwah melalui visual memiliki daya tarik lebih dibandingkan dakwah melalui ceramah.

Analisis Pesan Dakwah Konten Instagram Terhadap Konsep Moderasi Beragama

Kondisi berdakwah saat ini banyak menggunakan berbagai media, terutama media elektronik, digital dan online yang menjadi tantangan tersendiri bagi Da'I dalam menanamkan nilai-nilai Islam di masyarakat. Jika dilihat dari situasi sosial yang menjadi sasaran utama berdakwah, kondisi masyarakat justru memperlihatkan gambaran yang berbeda, bahwa banyaknya proses dakwah yang terjadi di berbagai media tidak memberikan pengaruh yang positif secara signifikan¹⁴. Berdakwah yang baik sudah seharusnya mengedepankan nilai-nilai moderasi beragama agar terciptanya nilai toleransi dan kerukunan dalam masyarakat yang memiliki pendapat beragama yang berbeda. Hashim Kamali dalam Sutrisno¹⁵ menjelaskan moderat tidak terlepas dari dua

¹³ Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna Instagram Di RI Capai 106,72 Juta Hingga Februari 2023," dataindonesia.id, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.

¹⁴ Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)*.

¹⁵ Edy Sutrisno, "Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru," *AL-INSAN* 1, no. 1 (2020): 56–83, <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/alinsan/article/view/41>.

kata kunci lainnya, yakni berimbang (*balance*), dan adil (*justice*). Moderat di sini bukan berarti kita dapat berkompromi dengan prinsip-prinsip pokok (ushuliyah) ajaran agama yang diyakini demi bersikap toleran kepada umat agama lain; melainkan moderat berarti “... *confidence, right balancing, and justice...*” Tanpa keseimbangan dan keadilan, seruan untuk moderasi beragama akan menjadi tidak efektif. Dengan demikian, moderat berarti seorang pendakwah atau penerima dakwah tidak boleh ekstrem di masing-masing sisi pandangnya. Keduanya harus mendekat dan mencari titik temu sehingga dapat tercapainya nilai-nilai toleransi dan persatuan.

Konten dakwah dalam bentuk Desain Komunikasi Visual di Instagram yang dibahas pada penelitian ini didominasi oleh konten dalam bentuk gambar. Dari sekian banyak postingan konten diambil dua sampel konten yang penulis asumsikan kurang memenuhi konsep moderasi beragama. Hal ini diambil dari proses pemilihan bentuk materi yang disampaikan yang berkaitan dengan materi syari’ah dan akhlak, dan konten dakwah yang dianggap memiliki perdebatan atas landasan pemikiran yang berbeda pendapat dari suatu golongan tertentu. Selain itu penggunaan gambar ilustrasi dan penjelasan teks yang dianggap memiliki makna yang memungkinkan multitafsir.

Pesan Dakwah Pada Feed Instagram @thequran_path Berjudul “Lebih Hina Dari Nanah”

Konten dakwah berjudul “Lebih Hina dari Nanah” yang telah diposting oleh akun Instagram @thequran_path berkaitan dengan hukum terhadap bermain musik atau bersyair (nyanyian). Berdasarkan gambar 4, terlihat adanya bentuk gambar nada, alat musik berupa seruling/flute, ditambah dengan efek petir/listrik, juga terdapat gambar rantai dan api yang menyala. Latar belakang gambar berwarna merah gelap seperti warna darah yang menghitam. Teks yang terdapat pada flyer bertuliskan “LEBIH TERHINA DARI NANAHAH” dengan huruf kapital. Selain itu terdapat hadis Rasulullah yang diriwayatkan oleh Imam Bukhary “Perutmu penuh dengan nanah sampai rusak itu lebih baik daripada engkau penuh dengan syair (nyanyian).”



Gambar 1. Feed Instagram Akun @thequran_path Tanggal 13 Februari 2023

Berdasarkan makna denotasinya bentuk gambar nada merupakan simbol dari jenis nada yang digunakan untuk membentuk rangkaian tanda irama musik. Gambar seruling/*flute* merupakan salah satu jenis alat musik yang dimainkan dengan cara ditiup. Makna denotasi dari gambar rantai adalah potongan logam yang saling saling berkaitan dan berguna untuk mengikat sesuatu, gambar api adalah panas dan cahaya yang berasal dari sesuatu yang terbakar, dan petir adalah kilatan listrik di udara disertai bunyi gemuruh karena bertemunya awan yang bermuatan listrik positif dan negatif. Makna denotasi pada teks “LEBIH TERHINA DARI NANAH” bila di fokuskan kepada dua kata ‘TERHINA’ dan ‘NANAH’, arti sesungguhnya kata ‘TERHINA’ dalam KBBI adalah dihina; direndahkan. Arti dari kata ‘NANAH’ adalah cairan berbau busuk yang keluar dari luka, kudis, bisul, dan sebagainya berwarna putih kehijauan. Makna denotasi dari hadis Rasulullah merupakan sabda, perbuatan, takrir (ketetapan) Nabi Muhammad saw. yang diriwayatkan atau diceritakan oleh sahabat untuk menjelaskan dan menetapkan hukum Islam, dalam hadis tersebut berkaitan dengan hukum syair atau bermusik.

Makna konotasinya dari keseluruhan gambar yang terdapat pada flyer tersebut, yaitu bentuk nada menjelaskan bagian dari lantunan syair atau musik yang diperkuat dengan adanya seruling/*flute* yang merupakan tanda dari mitos yang menyebutkan bahwa “musik adalah seruling setan.” Sebagaimana hadis Nabi SAW. :

“Abu Bakar mengunjungi rumah Aisyah dan Nabi Shallallahu’alaihi Wasallam ada di sana. Ketika hari Idul Fitri atau Idul Adha. Ketika itu ada dua wanita penyanyi dari kaum Anshar yang sedang bernyanyi dengan syair-syair kaum Anshar di hari Bu’ats. Maka Abu Bakar berkata: mengapa ada seruling setan? mengapa ada seruling setan? Maka Nabi Shallallahu’alaihi Wasallam bersabda: biarkan mereka wahai Abu Bakar! Sesungguhnya setiap kaum memiliki hari raya, dan inilah hari raya kita” (HR. Bukhari no. 3931).

Makna konotasi dari teks “LEBIH TERHINA DARI NANAH” dilihat dari bentuknya yang ditulis dengan huruf capital, dan difokuskan kepada kata ‘HINA’ dan ‘NANAH’ dengan ukuran yang lebih besar memberikan penekanan terhadap sesuatu yang hina dalam hal ini adalah bersyair atau bermusik, yang disamakan dengan nanah sebagai objek persamaan. Hal tersebut diperkuat dari latar belakang *flyer* yang berwarna merah gelap menyerupai darah yang kotor, sebagaimana nanah berasal dari darah yang kotor. Nanah di sini merupakan perumpamaan objek yang dianggap menjijikan, sesuatu yang bau, sesuatu yang busuk dan tidak disukai oleh kebanyakan manusia. Mitosnya nanah merupakan suatu najis, karena nanah merupakan darah yang telah berubah. Oleh sebab itu nanah perlu dibersihkan sebagaimana membersihkan najis dalam ajaran agama Islam. Makna konotasi dari gambar yang lain seperti rantai, api, dan petir seolah-olah memberikan makna bahwa melakukan bermusik atau bersyair merupakan perbuatan buruk yang berdampak adanya hukuman diikat menggunakan rantai dan dibakar oleh api dan petir.

Makna konotasi dari ditampilkannya hadis Rasulullah adalah sebagai penegasan pesan yang disampaikan, yaitu terkait melakukan kegiatan bermusik atau bersyair yang diibaratkan lebih hina dari nanah. Karena pada hadis Rasulullah tersebut, bila dimaknai secara tersirat bahwa perut yang dipenuhi nanah sampai rusak lebih baik daripada perut yang dipenuhi dengan sya’ir. Penjelasan terhadap hadis tersebut pada hakikatnya perlu dipahami lebih dalam, karena hadis tersebut menggunakan bahasa perumpamaan. Selain itu perlu dilihat *asbabul wurud* dari hadis tersebut sehingga dapat dimaknai dengan baik.

Pesan yang ingin disampaikan pada flyer berjudul “Lebih Hina dari Nanah” menjelaskan bahwa melakukan sya’ir atau bermusik merupakan perbuatan yang hina, digambarkan bahwa bermusik atau melakukan sya’ir lebih buruk dari adanya nanah dalam tubuh. Serta perbuatan tersebut dapat memberikan dampak atau hukuman seperti di neraka (diikat dengan rantai dan dibakar oleh api dan petir).

Penyampaian pesan yang dilakukan pada konten gambar 1 dalam memahami dan menjelaskan hadis dapat dikatakan berlebihan, karena menggiring opini kepada hal yang dianggap sangat buruk. Bila melihat sudut pandang lain terdapat beberapa pendapat lain terkait hukum musik.

Dalam konteks moderasi beragama, teks “Lebih Terhina dari Nanah” sangat tidak sesuai dengan kondisi masyarakat terletak pada nilai penghormatan terhadap tradisi lokal. Masyarakat muslim Indonesia yang majemuk, sebagian masih menjunjung kearifan

lokal (*local wisdom*) dengan kesesuaian latar belakang suku dan budaya yang berbeda seperti Melayu, Jawa, Bugis, dll yang memiliki akar tradisi dan kebudayaan yang kuat.

Moderasi beragama berpandangan bukan kepada halal atau haram suatu hukum dalam bermusik, melainkan lebih kepada keadilan (*l'tidal*) dan keberimbangan (*tawaazun*) pesan yang disampaikan dalam *flyer* tersebut di atas. Karena dalam aktifitas dakwah atau syiar Islam, banyak aktifis-aktifis dakwah menggunakan lagu atau musik sebagai media dakwah, yang menurut keyakinan mereka media tersebut dapat sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, sehingga pesan mudah diterima dengan mudah.

Pesan Dakwah Pada Feed Instagram @thequran_path Berjudul "Couple Dunia Maya"

Konten dakwah berjudul "*Couple Dunia Maya*" yang telah diposting oleh akun @thequran_path termasuk dalam jenis materi dakwah Amar Ma'ruf dan Nahyi Mungkar. Pesan yang disampaikan berisikan tentang anjuran dalam berbuat baik dan mencegah melakukan kemungkaran atau kesalahan. Anjuran kebaikan yang disampaikan adalah untuk mencari jodoh secara langsung bukan melalui dunia maya, agar mencegah beberapa kemungkaran yang mungkin terjadi.

Berdasarkan gambar 2, terdapat ilustrasi foto berupa tangan yang sedang memegang *handphone* seolah-olah sedang melakukan *chatting* (percakapan melalui media daring). Terdapat teks dengan ukuran besar bertuliskan "COUPLE DUNIA MAYA" ditulis dengan huruf kapital dan *italic* (miring). Selain itu terdapat teks tambahan berupa kutipan yang dikatakan oleh Ustadz Raehanul Bahraen bertuliskan "Sebaiknya jangan cari jodoh di dunia maya, keshalihannya belum tentu nyata." Latar belakang gambar berwarna putih dengan padanan warna coklat yang sedikit terlihat transparan.



Gambar 2. Feed Instagram Akun @thequran_path Tanggal 27 Januari 2023

Makna denotasi dari gambar tangan memegang *handphone* adalah tangan sebagai salah satu anggota tubuh manusia yang memiliki salah satu fungsi untuk menggenggam, sedangkan *handphone* merupakan alat komunikasi yang digunakan manusia untuk berinteraksi sosial. Makna konotasi yang muncul karena adanya penanda berupa tangan yang memegang *handphone*, menjadikan makna pada petanda berupa kegiatan melakukan interaksi sosial menggunakan alat elektronik (dalam hal ini terlihat seperti sedang melakukan *chatting*).

Unsur visual lain berupa teks "*Couple Dunia Maya*" memiliki makna denotasi dari kata '*Couple*' merupakan kata berbahasa Inggris yang memiliki arti 'pasangan' dan kata Dunia Maya yang memiliki arti ruang informasi dan komunikasi dalam internet. Sehingga dapat diartikan sebagai pasangan di ruang informasi dan komunikasi yang terhubung dalam internet. Makna konotasi dari teks tersebut menjelaskan konsep bahwa pada zaman internet terdapat dunia yang dianggap semu yaitu dunia maya, dan terdapat pasangan-pasangan atau jodoh yang bisa didapatkan atau dicari melalui dunia maya tersebut. Pasangan yang didapatkan dari interaksi sosial melalui media daring, yang memungkinkan kita mendapatkan sesuatu tanpa harus bertemu secara langsung.

Unsur teks di bagian kanan bawah *flyer*, tertuliskan kutipan perkataan (*quote*) seorang Ustadz. Memiliki makna denotasi berupa perkataan yang dikutip berasal dari sumber tertentu, dalam hal ini bersumber dari Ustadz Raehanul Bahraen. Makna konotasinya dalam konteks pada *flyer* merupakan pesan yang mendukung dari

keseluruhan pesan pada *flyer*, yang menyampaikan tentang himbauan untuk tidak mencari jodoh melalui dunia maya, karena keshalihannya belum tentu nyata.

Hal tersebut terdapat mitos yang menyatakan bahwa ketika mencari pasangan di dunia maya, tidak bisa menilai keshalihan dari pasangan yang dicari atau didapatkan. Karena dunia maya pada hakekatnya dari segi arti kata 'maya' merupakan khayalan yang berarti dunia khayalan. Sehingga pasangan yang terdapat di dunia maya ada kemungkinan merupakan hasil distorsi atau rakayasa yang menjadikannya sebuah khayalan.

Pesan yang ingin disampaikan pada *flyer* tersebut adalah sebuah himbauan untuk tidak mencari jodoh di dunia maya, yang di dalamnya terdapat khayalan yang memungkinkan adanya kepalsuan. Islam mengajarkan untuk mencari pasangan yang shalih/shalihah, oleh sebab itu pasangan yang shalih/shalihah perlu dilihat dan dinilai secara langsung. Hal ini berbanding terbalik dengan dunia maya yang tidak mudah untuk melihat dan menilai sesuatu dengan baik.

Materi dakwah ini termasuk dalam kategori Amar Ma'ruf dan Nahyi Munkar, yang berarti mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Pesan yang disampaikan menekankan pentingnya berbuat baik dengan menyarankan untuk mencari jodoh secara langsung dan menghindari mencarinya melalui dunia maya. Ilustrasi yang digunakan, yaitu gambar tangan memegang handphone, menggambarkan aktivitas interaksi sosial melalui media daring, yang mencerminkan pesan dalam konten. Teks "Couple Dunia Maya" mengandung makna bahwa pasangan dalam dunia maya dapat menjadi khayalan atau distorsi, sehingga penting untuk menilai keshalihan secara langsung. Kutipan dari Ustadz Raehanul Bahraen memberikan dukungan terhadap pesan utama dalam konten, bahwa keshalihan pasangan dalam dunia maya belum tentu nyata. Pesan ini sejalan dengan nilai moderasi beragama, khususnya prinsip kemaslahatan, yang menekankan pada kebaikan jangka panjang bagi individu dan masyarakat. Islam memberikan solusi ta'aruf sebagai cara untuk menjauhi zina dan memilih pasangan yang shalih/shalihah dengan mempertimbangkan berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, konten tersebut mengajak untuk berhati-hati dalam mencari pasangan dan menekankan pentingnya nilai-nilai kebaikan serta kebenaran dalam Islam.

Pesan yang disampaikan diatas juga sesuai dengan salah satu nilai moderasi beragama yaitu kemaslahatan. Maslahat yang terdapat *flyer* tersebut adalah bersumber dari al Qur'an dan hadits yang dianggap pasti dan tidak dapat diperdebatkan. Maslahat

merupakan suatu dampak positif yang didapat oleh individu dan lingkungannya untuk jangka waktu yang sangat panjang. Tidak ada larangan secara rinci terkait hukum berkenalan lawan jenis atau mencari jodoh dalam Islam. Namun, Islam memberikan solusi bagi laki-laki dan perempuan jika ingin menikah, tawaran solusi yang diberikan adalah dengan cara *ta'aruf* sebagaimana hal tersebut dituangkan dalam Al Qur'an surat Al - Hujurat ayat 13, suatu konsep proses perkenalan calon suami atau istri yang diatur sesuai ajaran Islam dengan tujuan untuk menjauhi zina, *ta'aruf* bukan hanya soal fisik saja melainkan juga soal pemikiran calon pasangan tersebut sampai pada aspek kehidupan.

Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah disampaikan, flyer/konten objek analisis pertama yang diposting pada akun Instagram @thequran_path bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa bermusik atau bersyair dianggap sebagai perbuatan yang terhina, bahkan lebih buruk daripada memiliki perut yang dipenuhi nanah. Pesan ini diperkuat dengan gambaran visual yang menunjukkan simbol-simbol negatif seperti rantai, api, dan petir, serta latar belakang berwarna merah gelap yang menyerupai darah yang menghitam. Konten objek analisis kedua bertujuan untuk menyampaikan pesan himbauan agar berhati-hati dalam mencari jodoh melalui dunia maya, karena adanya indikasi ketidaksesuaian informasi.

Penafsiran dari konten dakwah tersebut bisa saja berbeda tergantung dari sudut pandang penerima pesan, karena memiliki latar belakang, pemahaman ilmu, pengalaman, dan kondisi yang berbeda-beda. Oleh karenanya, penting untuk mencatat bahwa penafsiran terhadap konten dakwah dan penyebaran pesan tersebut mungkin tidak selalu sesuai dengan pandangan yang moderat dalam Islam, terutama jika tidak mempertimbangkan konteks budaya dan tradisi lokal. Moderasi beragama menekankan pentingnya keadilan, keberimbangan, dan penghormatan terhadap beragam pandangan dan praktik keagamaan dalam masyarakat. Selain itu, dalam konteks dakwah atau syiar Islam, penggunaan musik atau syair sebagai media komunikasi dapat dianggap sah oleh beberapa aktivis dakwah, karena dianggap efektif dalam menyampaikan pesan agama kepada masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan keragaman pandangan dan praktik keagamaan dalam menyikapi isu seperti ini.

Kesimpulannya, sementara flyer tersebut mungkin memiliki tujuan yang baik dalam menyebarkan pesan agama, penting untuk memperhatikan konteks budaya, tradisi

lokal, serta keragaman pandangan dalam menafsirkan dan menyebarkan pesan-pesan agama agar tidak menimbulkan ketegangan atau konflik yang tidak perlu dalam masyarakat.

Daftar Pustaka

- Azis, Abdul, and A. Khoirul Anam. *Moderasi Beragama Berlandaskan Nilai-Nilai Islam*. Edited by Anis Masykhur. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI, 2021.
- Bukhari. "PENERIMAAN DAN PENOLAKAN PESAN DAKWAH DALAM INTERAKSI SIMBOLIK DA'I DAN MAD'U PADA JAMAAH TABLIGH DI KOTA PADANG." *MIQOT Jurnal Ilmu Keislaman* 39, no. 2 (2015): 377-89. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/miqot.v39i2.31>.
- Indonesiabaik.id. "Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi." [indonesiabaik.id](https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna.), 2023. [https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara,sebanyak 210%2C03 juta pengguna.](https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna.)
- Kementerian Agama RI. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- Khoeron, Moh. "Tiga Tantangan Moderasi Beragama Di Indonesia." [kemenag.go.id](https://www.kemenag.go.id/read/tiga-tantangan-moderasi-beragama-di-indonesia-orvva), 2021. <https://www.kemenag.go.id/read/tiga-tantangan-moderasi-beragama-di-indonesia-orvva>.
- Kusumawati, Tri Indah. "KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL." *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 6, no. 2 (2016): 83-98. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/al-irsyad.v6i2.6618>.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43-55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.
- PwC. *The Power of Visual Communication*. Australian: PricewaterhouseCoopers, 2017. <https://www.pwc.com.au/the-difference/the-power-of-visual-communication-apr17.pdf>.
- Rizaty, Monavia Ayu. "Pengguna Instagram Di RI Capai 106,72 Juta Hingga Februari 2023."

dataindonesia.id, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.

Rosyidah, Masayu, and Rafiq Fijra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021.

Sutrisno, Edy. "Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru." *AL-INSAN* 1, no. 1 (2020): 56-83. <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/alinsan/article/view/41>.

Wahid, Abdul. *GAGASAN DAKWAH Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.