

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi berlangsung dengan cepat. Komunikasi menjadi unsur kunci dalam segala aspek kehidupan manusia, melibatkan percakapan sehari-hari hingga transmisi informasi global. Komunikasi merupakan pertukaran pesan antara pihak-pihak dengan tujuan menyampaikan informasi, gagasan, perasaan, atau instruksi agar dipahami oleh pihak penerima. Melibatkan elemen seperti pengirim pesan, penerima pesan, saluran komunikasi, konteks, dan umpan balik. Dalam konteks komunikasi, pesan tidak hanya kata-kata, melibatkan aspek non-verbal seperti bahasa tubuh dan ekspresi wajah. Terjadi dalam berbagai bentuk dan saluran. Aspek kunci melibatkan pengkodean pesan, penyampaian melalui saluran, dan dekode oleh penerima.

Konteks situasional penting dalam interpretasi pesan, sementara umpan balik memungkinkan evaluasi efektivitas komunikasi. Komunikasi berperan penting dalam pembentukan hubungan, pemahaman bersama, dan pemecahan masalah, sering ditentukan oleh kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas dan dipahami oleh pihak terlibat.

Komunikasi dan citra diri saling berhubungan dan membentuk kesatuan yang kompleks komunikasi, baik lisan maupun non-verbal, memengaruhi citra diri melalui

umpan balik, pemilihan bahasa, dan gaya komunikasi. Sementara itu, citra diri yang positif atau negatif tercermin dalam interaksi sosial dan media sosial, memengaruhi cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Citra diri sendiri adalah pandangan dan persepsi individu terhadap dirinya, melibatkan cara melihat, menilai, dan merasakan diri sendiri, serta keyakinan terhadap pandangan orang lain. Faktor-faktor yang memengaruhi citra diri termasuk pengalaman hidup, interaksi sosial, umpan balik, dan norma budaya, dengan aspek-aspek kunci mencakup pemahaman tentang kekuatan, kelemahan, keterampilan, nilai-nilai, dan identitas personal. Citra diri tidak selalu mencerminkan realitas objektif dan dipengaruhi oleh interpretasi individu terhadap pengalaman.

Komunikasi berperan dalam pembentukan citra diri. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan pesan tentang dirinya kepada orang lain. Pesan tersebut dapat berupa apa yang dilakukan, apa yang dipikirkan, dan apa yang dirasakan. Pesan-pesan tersebut akan membentuk persepsi orang lain terhadap diri seseorang. Persepsi tersebut akan mempengaruhi citra diri seseorang. Melalui media sosial, seseorang dapat menyampaikan pesan tentang dirinya kepada orang lain dalam skala yang lebih luas. Pesan tersebut dapat berupa foto, video, tulisan, atau komentar. Pesan-pesan tersebut akan membentuk persepsi orang lain terhadap diri seseorang. Persepsi tersebut dapat berpengaruh pada citra diri seseorang, baik positif maupun negatif.

Media sosial berperan sebagai alat untuk membentuk citra individu, memberikan dorongan untuk meraih pandangan yang lebih luas terhadap suatu hal. Pendapat yang muncul melalui dorongan ini termanifestasi dalam penggunaan media sebagai alat pencitraan dan penarikan pandangan dari masyarakat. Pendapat tersebut menjadi dasar pembentukan pendirian seseorang, yang disebut sebagai sikap atau opini yang sebenarnya masih tersembunyi dalam pikiran seseorang. Pendirian ini mencerminkan keyakinan seseorang untuk mengambil tindakan atau mempertimbangkan suatu hal.

Dengan berkembangnya media sosial sekarang banyak masyarakat yang menggunakan media sosial seperti *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*. Nama *Instagram* sendiri berasal dari *insta* dan *gram*, “*insta*” yang berasal dari kata instant dan “*gram*” yang berasal dari telegram, Miliza Ghazali (2018:8) jadi *instagram* merupakan gabungan dari kata *insta-gram*.

Media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *instagram*. *Instagram* sebagai salah satu aplikasi paling populer di dunia, mencatat pencapaian luar biasa dengan jumlah pengguna global mencapai 1,64 miliar pada akhir Januari 2023. Fenomena ini mencerminkan daya tarik *universal platform* ini sebagai wadah bagi masyarakat global untuk berbagi momen, ekspresi, dan kreativitas.

Menariknya, Indonesia menempati posisi keempat di peringkat dunia dengan memiliki 137,460 juta pengguna *Instagram* pada periode yang sama. Keberhasilan ini menandai kontribusi signifikan dari masyarakat Indonesia dalam mengadopsi dan

memanfaatkan *platform* ini sebagai alat komunikasi visual yang kuat. Dengan adanya 137,460 juta pengguna, Indonesia menjelma sebagai salah satu pasar terbesar bagi Instagram di seluruh dunia. Hal ini mencerminkan dampak positif *platform* tersebut terhadap budaya digital Indonesia dan sejalan dengan tren global penggunaan media sosial untuk berinteraksi, berbagi inspirasi, dan membangun komunitas daring.

Pertumbuhan yang pesat ini juga menciptakan peluang besar bagi individu, bisnis, dan pelaku industri kreatif di Indonesia untuk memperluas jangkauan mereka, mempromosikan produk atau jasa, dan berpartisipasi dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Dengan demikian, peran *Instagram* dalam memfasilitasi konektivitas global dan pemberdayaan masyarakat lokal di Indonesia menjadi semakin menonjol.

Penggunaan *Instagram* dapat dijelaskan sebagai penggunaan aplikasi untuk membagikan gambar dan video kepada pengikut dari akun pengguna. Setiap unggahan dilengkapi dengan keterangan di bawahnya, berfungsi sebagai penjelasan dan sarana untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Pengikut juga memiliki kemampuan untuk memberikan komentar dan menyukai unggahan satu sama lain (dikutip dari buku "*Social Media dan Social Network*").

Selain itu, perbedaan aplikasi ini dengan kebanyakan aplikasi pengeditan foto lainnya di internet terletak pada kemudahan penggunaannya dan beragamnya efek tambahan yang disediakan. Efek tersebut memiliki kemampuan untuk mengubah wajah secara signifikan dari tampilan aslinya. Meskipun demikian, terdapat juga

dampak positif yang dapat diperoleh, seperti peningkatan kualitas foto. Selain itu, aplikasi ini memudahkan berbagi foto dari *Instagram* ke *platform* lain seperti *Facebook* dengan satu langkah sederhana. Pengguna juga dapat membangun jaringan sosial dengan semua teman yang ada di *Instagram*. Sebagai aplikasi media sosial, *Instagram* memiliki banyak manfaat dan kelebihan, namun perlu diingat bahwa juga dapat memberikan dampak negatif, seperti pembentukan citra diri ketika mengunggah foto pribadi di halaman *Instagram*.



Gambar 1 Plat Form Media Sosial Paling Aktif

Sumber : [1*ERMkP6dlRQK3dDHB0-jYtw.png \(1080x1350\) \(medium.com\)](https://medium.com/@bagusramadhan)

Presentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform internet

berbasis survey diatas sebagai berikut :

1. Youtube : 88%
2. Whatsapp : 84%
3. Facebook : 82%

4. Instagram : 79%

Dilihat dari badan *survey* tersebut bahwa pada akhir bulan oktober 2023 *instagram* sebagai media sosial yang paling aktif urutan ke-4, *platform* ini sangat trend dikalangan anak milenial karena kelebihan dari media sosial lainnya.

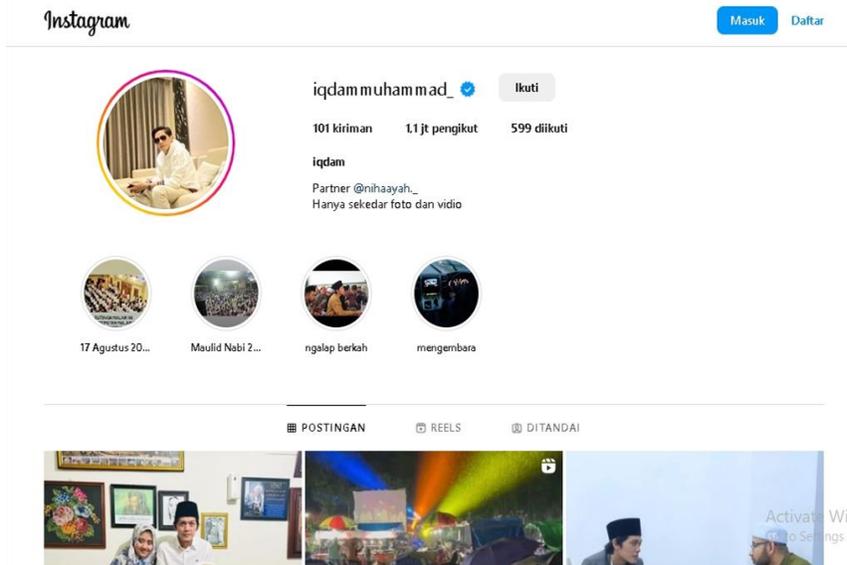
Salah satu toko agama yang berdakwah melalui media sosial *instagram* adalah Gus Muhammad Iqdam Kholid, atau lebih dikenal sebagai Gus Iqdam, beliau telah berhasil mencuri perhatian masyarakat, terutama kaum muda, daya tarik utama dari ceramah-cerama, pendekatan dakwah modern yang ia gunakan. Ia memiliki gaya komunikasi yang sesuai dengan anak muda zaman sekarang, menjadikannya sangat dicintai oleh jamaahnya.

Muhammad Iqdam Khalid, yang lahir pada 27 September 1994, adalah pemilik nama asli. Beliau adalah anak dari seorang kyai di Pondok Mamba'ul Hikam II, di desa Karanggayam, kecamatan Srengat, kabupaten Blitar, yang bernama Khalid. Awalnya, Iqdam adalah seseorang yang hidup dengan kehidupan yang biasa saja. Ia akrab dipanggil dengan sebutan Gus, sebuah gelar yang melekat karena ia merupakan cucu dari seorang kiai terkemuka, yakni Romo Kiai Zubaidil Abdul Ghofur, yang juga merupakan pendiri Pesantren Mambaul Hikam di Manten, Blitar. Pesantren ini dikenal sebagai salah satu pesantren tertua di Blitar Barat dan menjadi pusat pengembangan spiritual, di mana Kiai Abdul Ghofur juga menjabat sebagai mursyid thoriq.

Kisah keluarga Gus Iqdam semakin menarik, karena setelahnya, Kiai Abdul Ghofur memiliki seorang putri yang kemudian menjadi ibu dari Gus Iqdam. Ibu Gus Iqdam melahirkan beliau sebagai anak terakhir dalam keluarga tersebut. Melalui garis keturunan ini, Iqdam pun mengenakan gelar Gus, menghormati warisan spiritual dan tradisi keagamaan yang diwariskan oleh keluarganya.

Selain berdakwah secara langsung Gus Iqdam juga dikenal sebagai pendakwah kekinian dikarenakan aktifnya beliau berdakwah melalui jaringan sosial seperti instagram, youtube, facebook. Gus Iqdam mencapai ketenaran yang luas karena ceramah-ceramahnya yang inspiratif dan kerap muncul di berbagai platform media sosial. Dengan gaya penyampaian yang khas dan kata-kata yang menyentuh hati, beliau berhasil menyentuh banyak kalangan, terutama anak muda. Keunikan dalam setiap ceramahnya membuatnya diakui dan dihargai oleh banyak orang.

Tak heran jika anak muda memiliki keinginan besar untuk selalu mendengarkan dakwah dari Gus Iqdam. Pesan-pesan positif yang disampaikannya tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga membimbing generasi muda untuk menjalani kehidupan dengan nilai-nilai moral yang kuat. Semangat dan energi positif yang diusungnya mampu merangsang keinginan para pendengar untuk terus meningkatkan kualitas hidup dan berkontribusi positif dalam masyarakat.



Gambar 2 Akun *Instagram* @Iqdammuhammad_ (*Gus Iqdam*)

Pada tahun 2015, Gus Iqdam memposting foto-foto pribadinya yang saat itu masih belum banyak diketahui orang. Namun, pada tahun 2022, Gus Iqdam meraih popularitas dan kepopulerannya di media sosial melesat setelah video ceramahnya viral, membuatnya dikenal luas di masyarakat.

Citra yang dibangun melalui media sosial *instagram* sebagai media dakwah. Foto dan vidio yang di posting selalu memiliki makna yang berisi pesan-pesan agama disampaikan dengan bahasa yang akrab, lugas, dan kemas yang menarik. *Gus Iqdam* bukanlah mubaligh biasa. Ia sering diundang untuk mengisi acara keagamaan di pondok-pondok pesantren terkemuka di Jawa Timur dan bahkan di luar pulau Jawa.

Ceramah-ceramahnya tidak hanya menjangkau kalangan Saleh, tetapi juga menarik perhatian orang-orang luar yang mungkin belum begitu paham mengenai

agama Islam. Gus Iqdam menghadirkan majelisnya sebagai tempat mengaji bagi orang-orang yang berideologi jalanan, marginal, dan kerap berurusan dengan dunia kriminal. Dengan ciri khas dakwahnya yang lemah lembut, sopan dan lucu, Gus Iqdam mencoba untuk mengajak mereka agar mau mengaji bersama-sama. Beliau mengibaratkan ngaji sebagai bensin yang sangat dibutuhkan mobil atau motor untuk menggerakkannya. Sebab bagaimana mobil bisa bergerak jika tidak ada bensin, beliau menjelaskan bahwa ngaji menjadi salah satu cara untuk mengatur jiwa, mengolah pikiran dan ruhani.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat dakwah sangat efisien, khususnya untuk para pendakwah yang menzyasar generasi milenial. Platform seperti *Instagram* memiliki kemampuan membentuk citra seseorang melalui berbagai aktivitas yang dibagikan. Media sosial mampu membentuk dan memengaruhi pandangan umum dengan presentasi *visual* yang menarik dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik akun.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji akun media sosial Instagram Muhammad Iqdam Khalid, yang akrab disapa Gus Iqdam, karena saat ini beliau aktif melakukan dakwah melalui platform media sosial. Peneliti bertujuan untuk menganalisis bagaimana pembentukan citra di media sosial *instagram* yang dimiliki oleh Muhammad Iqdam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

“ Bagaimana pembentukan citra religius milenial pada media sosial instagram @iqdammuhammad_ periode postingan januari 2023 dibentuk? “

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam proses pembentukan dan pemeliharaan citra religius dalam platform media sosial Instagram @iqdammuhammad_ selama periode postingan Januari 2023. Peneliti melakukan serangkaian langkah, analisis konten, evaluasi sentimen, metode kualitatif, analisis tematik, dan analisis frekuensi. dan pola-pola yang muncul dari postingan tersebut. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana citra terbentuk dan dipertahankan dalam konteks media sosial, khususnya pada akun @iqdammuhammad_.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dengan memperkaya wawasan dalam ilmu komunikasi, terutama dalam konteks pembentukan citra di media sosial.. Dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori dan praktik komunikasi yang lebih efektif, memberikan manfaat konkret untuk perkembangan ilmu

komunikasi, dan menjadi sumber informasi berharga bagi mahasiswa yang mempelajari pembentukan citra di era media sosial. Harapannya, penelitian ini tidak hanya berkontribusi ilmiah, tetapi juga memiliki nilai yang berkelanjutan dalam bidang humas dan pembentukan citra tokoh publik.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga sebagai umpan balik bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pembentukan citra seseorang. Selain itu, diharapkan akan menjadi sumber referensi utama untuk penelitian lebih lanjut yang mengkaji masalah serupa. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan panduan dan masukan yang berguna bagi para pengikut Gus Iqdam di *Instagram*, memfasilitasi mereka untuk meresapi pesan-pesan positif yang disampaikan melalui media sosial akun tersebut.

