

## **Respon Komunikasi Dakwah Teuku Wisnu dalam Akun @teukuwisnu terhadap Pemahaman Keagamaan Followersnya**

Dinni Kamilani

*Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung,*

*Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: dinnikamila17@gmail.com*

**Abstract** . A communication expert defines communication as a process or set of actions by which people are together in the symbols they create through interaction. With the internet community is easy to know things that are beyond the reach and time as can face to face that is not only done when dealing, but also when not facing can be done, the internet is a very efficient, effective and relatively inexpensive if in comparison with the results to be in can. Not infrequently the celebrities use their Instagram as a media campaign, business, until preaching. One of the celebrities who use instagram as a media campaign, business, once dowwow that is Teuku Wisnu in his Instagram account named @teukuwisnu Teuku Wisnu often upload post that has da'wah.

**Keywords:** Communication, Da'wah, and Social Media

**Abstrak.** Seorang pakar komunikasi, mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses atau seperangkat tindakan dimana masyarakat bersama-sama dalam simbol-simbol yang mereka ciptakan melalui interaksi. Dengan adanya internet masyarakat dimudahkan untuk mengetahui hal-hal yang berada di luar jangkauan dan waktu seperti dapat bertatap muka yang tidak hanya dilakukan ketika berhadapan, tetapi juga saat sedang tidak berhadapan dapat dilakukan, internet merupakan sebuah jawaban yang sangat efisien, efektif dan relatif murah jika di dibandingkan dengan hasil yang akan di dapat. Tidak jarang para selebritis memanfaatkan instagramnya sebagai media promosi, berbisnis, hingga berdakwah. Salahsatu selebritis yang memanfaatkan instagram sebagai media promosi, bisnis, sekaligus berdakwah yaitu Teuku Wisnu di dalam akun Instagramnya yang bernama @teukuwisnu Teuku Wisnu seringkali mengunggah postingan yang bermuatan dakwah.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Dakwah, dan Media Sosial

### **A. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi komunikasi di era modern kini semakin pesat, sehingga dalam perkembangannya menyuguhkan media komunikasi yang semakin variatif. Dengan Internet terjadilah satu dimensi media baru yang disebut dengan media sosial. Media sosial yang biasa kita kenal saat ini merupakan salah satu bentuk berkomunikasi di dalam media digital. Media sosial adalah sebuah media daring, di mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media baru pada masa sekarang perkembangannya semakin pesat. Internet sebagai sarana inovatif bagi masyarakat untuk berkomunikasi, penggunaan media sosial seperti Blackberry messenger, Line, Whatapp, Facebook, Twitter, dan Instagram digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Pengguna media sosial dapat meng-upload dan memposting foto maupun kegiatannya untuk berbagi bersama pengguna akun media sosial yang lain.

Salah satu media yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Instagram, Dengan jumlah pengguna yang masif, Indonesia menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan. Padahal, pengguna aktif di awal tahun 2016

hanya 22 juta.<sup>1</sup> dengan fakta yang ada membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sudah sudah terbuka akan perkembangan zaman khususnya media sosial Instagram. Fungsi sebenarnya dari Instagram yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat, tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini, selain itu Instagram memiliki fitur lain yang membedakannya dengan media sosial serupa, dimana di dalam Instagram, mulai dari pemakaian filter hingga optimalisasi hashtag untuk mengelompokkan tema foto, yang paling menarik dari Instagram adalah fitur *followers* di mana fitur ini menjadi kebanggaan karena semakin banyaknya *followers* menentukan eksistensi dari pemilik akun tersebut. Dengan banyaknya *followers* dimanfaatkan sebagian pengguna untuk berbagai macam tujuan, seperti, mencari popularitas, mempertahankan eksistensi, hingga berbisnis.

Dengan kelebihan yang di tawarkan oleh Instagram, tidak hanya masyarakat umum yang memanfaatkannya akan tetapi banyak selebritis yang turut memanfaatkan media sosial ini, pemanfaatan media sosial Instagram oleh selebritis membuat penggemar merasa lebih dekat dengan idolanya, yaitu dengan mengikuti akun Instagram selebritis tersebut maka mereka dapat melihat segala aktivitas yang diposting melalui Instagramnya. Followers sendiri dapat dijadikan tolak ukur seberapa populer pemilik akun tersebut, dengan banyaknya followers yang dimilikinya tidak jarang para selebritis memanfaatkan Instagramnya sebagai media promosi, berbisnis, hingga berdakwah.

Salah satu selebritis yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, bisnis, sekaligus berdakwah yaitu Teuku Wisnu di dalam akun Instagramnya yang bernama @teukuwisnu Teuku Wisnu seringkali mengunggah postingan yang bermuatan dakwah, hal tersebut diperkuat dengan biografi yang ditulisnya di dalam Instagramnya, dimana di dalam biografi Instagram miliknya Teuku Wisnu menuliskan “Bukan ustadz, bukan motivator, hanya berusaha untuk menjadi bermanfaat”. Akun @teukuwisnu sendiri terhitung hingga 1 Januari 2018 telah memiliki 1,5 juta followers atau pengikut.

Upaya yang dilakukan oleh Teuku Wisnu dalam Instagramnya selaras dengan firman Allah SWT dalam surat Ali Imran ayat 104 : 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. Ma'ruf sendiri memiliki arti segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah SWT, sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bermula dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas, penulis membatasi penulisan dan penelitian ini pada hal-hal berikut: Bagaimana latar belakang media Instagram @teukuwisnu? Bagaimana tampilan postingan Instagram Teuku Wisnu? Bagaimana respon komunikasi dakwah Teuku Wisnu dalam akun Instagram @teukuwisnu terhadap pemahaman keagamaan followersnya?

## **B. Landasan Teori**

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin

<sup>1</sup> <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>  
Diakses 01/15//2018 Pukul 10.32

lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.<sup>2</sup> Teori Stimulus-Organisme-Respon (teori SOR) merupakan reaksi yang terjadi pada seseorang atau audiens setelah terkena exposure stimulus tertentu. Mc Quail menjelaskan bahwa elemen-elemen utama dari teori ini adalah :

1. Pesan ( stimulus: S)
2. Komunikan (organisme: O)
3. Respon ( R )<sup>3</sup>

Secara terminologi pengertian respon adalah rangsangan-rangsangan yang menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan sikap.<sup>4</sup> Respon juga bisa diartikan sebagai goresan dari pengamatan membentuk sikap setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang, menerima atau tidak menerima.

Setiap perilaku yang dapat berubah melalui pembelajaran disebut respons. Bentuknya dapat terbuka atau terselubung (perilaku tersembunyi seperti berpikir). Kita memilih respons berdasarkan situasi yang mungkin atau berguna. Manusia memiliki hierarki respons. Hierarki dimulai dari respons yang sangat dominan sampai pada respons yang kurang dominan. Hukuman atas respons yang dominan akan menghasilkan tanggapan alternatif, sesuai dengan apa yang dipikirkan paling memuaskan dan paling sedikit menghasilkan hukuman. Jadi, tanggapan berubah posisi dalam hierarki. Hierarki yang direvisi disebut dengan resultan hierarki. Hadiah akan menggerakkan hierarki respons ke arah yang lebih tinggi. Sementara hukuman akan menggerakkan ke arah yang lebih rendah.<sup>5</sup>

Respon sangat erat kaitannya dengan stimulus, karena dengan adanya stimulus seseorang akan mempunyai persepsi tentang suatu peristiwa yang membangkitkan respon atau reaksi. Respon dalam proses komunikasi berfungsi dan disebut dengan istilah umpan balik (feed back), sedangkan feed back dalam proses komunikasi merupakan komponen komunikasi.<sup>6</sup> Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator.

Teori Stimulus-Respon yang sering juga disebut teori penguat (*reinforcement-theory*) dapat digunakan untuk menerangkan berbagai gejala tingkah laku sosial. Dalam sub-bab ini akan jelaskan bagaimana teori penguat menerangkan sikap (*attitude*). Maksud disini adalah kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu kalau ia menghadapi suatu stimulus tertentu, misalnya, seseorang yang mempunyai sikap positif terhadap makanan pedas akan selalu mengambil atau membeli dan makan setiap kali ia menemui makanan pedas. Sebaliknya, orang bersikap negatif terhadap makanan pedas selalu akan menghindari kalau ia menjumpai makanan pedas. Sikap ini bisa terjadi terhadap benda, , situasi, orang kelompok, nilai-nilai, dan semua hal yang terdapat disekitar manusia.

Menurut H. Harvey dan William P. Smith, sikap adalah kesiapan merespon secara konsisten dalam bentuk positif atau negatif terhadap objek /situasi. Sedangkan

<sup>2</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014, hlm. 46

<sup>3</sup> Saefuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta Pustaka Pelajar, 1997, hlm. 63.

<sup>4</sup> M. Damyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, Yogyakarta BPFE, 1980, hlm. 58.

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm. 138

<sup>6</sup> Sumarto dan Djoenasih, *Komunikasi Persuasi dan Retorika*, Yogyakarta Liberty, 1983, hal. 2.

menurut Doob sikap pada hakekatnya adalah tingkah laku balasan yang tersembunyi (*implicitits response*) yang terjadi langsung setelah ada rangsang.<sup>7</sup>

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Gambaran Umum Mengenai Instagram Teuku Wisnu @teukuwisnu

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto, instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu Burbn, Inc. Instagram lebih berbeda dengan jejaring sosial yang lain seperti facebook, twitter, dan berbagai macam media sosial lainnya. Karena umumnya, media sosial instagram khusus hanya bisa mengunggah foto beserta tulisan-tulisan yang terdapat di dalam gambar/foto tersebut.

Tulisan-tulisan tersebut menjadi pesan yang akan disampaikan kepada orang lain. Berbeda dengan facebook maupun twitter yang biasanya penggunanya tidak hanya mengunggah foto tetapi juga bisa menulis kalimat yang mereka suka tanpa harus mengunggah foto terlebih dahulu. Terlepas dari kegunaan instagram itu sendiri. Ternyata tidak sedikit pula, aktivis-aktivis dakwah yang menjadikan instagram sebagai media dalam berdakwah.

Seperti halnya yang dilakukan oleh aktor yang kini menjadi presenter Teuku Wisnu, dimana dalam postingan Instagramnya dirinya kerap memposting gambar maupun foto yang bermuatan dakwah, selain memposting gambar bermuatan dakwah Wisnu juga kerap kali menuliskan *caption* ajakan kepada kebaikan dalam postingannya, sehingga tidak jarang mengundang kekaguman dari followersnya di Instagram.

Terhitung pada 24 Januari 2018 akun @teukuwisnu sendiri memiliki pengikut atau *followers* sebanyak 1,5 juta *followers*, dan telah memposting sebanyak 2101 postingan yang termasuk didalamnya foto dan Vidio. Selain memposting postingan bermuatan dakwah, dalam akunya Teuku Wisnu juga memposting hal lainnya seperti kegiatan sehari-harinya, dan juga mempromosikan bisnis miliknya.

#### Biografi Mengenai Teuku Wisnu

Teuku Wisnu lahir di Jakarta, 4 Maret 1985 adalah pemain sinetron berdarah Aceh. Pria yang mempunyai tinggi 175 cm dan berat 68 kg ini sudah membintangi sejumlah sinetron, film, dan iklan. Teuku Wisnu tercatat sebagai Mahasiswa FISIP Jurusan Hubungan Internasional Universitas Moestopo Jakarta. Wisnu masuk ke dunia hiburan Indonesia berawal dari sebuah kecelakaan mobil. Ketika itu, bungsu dari empat bersaudara ini membawa mobil milik tantenya dan mengalami kecelakaan di jalan tol dalam kota. Karena tidak mempunyai uang untuk memperbaiki kerusakan mobil tantenya, Wisnu, atas saran temannya, mengikuti casting sebuah iklan. Sejak itulah nama dan sosok Teuku Wisnu mulai dikenal masyarakat.<sup>8</sup>

Sejak 2010 mereka telah resmi menjalin hubungan. Tahun 2013, pria yang akrab disapa Wisnu ini resmi bertunangan dengan Shireen, tak lama kemudian mereka akhirnya bersatu di pelaminan pada November 2013 dengan menggunakan Adat Aceh. Setelah menikah, Teuku Wisnu jarang sekali tampil di televisi. Ia pun mengubah penampilannya dengan memelihara jenggot. Penampilan barunya sempat

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 11

<sup>8</sup> <https://www.lihat.co.id/biodata/teuku-wisnu.html> diakses 18/01/2018 pukul 22.00

menjadi sorotan fansnya di dunia maya. Meski begitu Wisnu tetap pada pendiriannya. Sebetulnya Wisnu sudah mendalami agama sebelum menikah dan kini makin rajin. Ia rajin datang ke pengajian dan mulai menjalani hidup sesuai pemahaman agama yang diperolehnya. Dunia glamor selebriti, ia mulai kurangi. Kini ia banyak berperan layaknya seorang ustadz atau motivator. Tak lagi jadi selebriti peran, Wisnu didaulat menjadi pembawa acara program sosial keagamaan di sebuah televisi swasta. Selain itu, ia juga fokus mengembangkan bisnis kue-nya. Wisnu berusaha agar bisa bermanfaat bagi banyak orang.<sup>9</sup>

### **Analisis Deskriptif nilai-nilai dakwah**

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.<sup>10</sup>

Komunikasi dakwah itulah yang banyak dilakukan oleh Teuku Wisnu dalam akun Instagram miliknya @teukuwisnu, dalam konteks dakwah terdapat berbagai macam metode pada penyampaianannya, diantaranya dakwah bil qalam dan dakwah bil hal.

Dakwah bil qalam yaitu metode dakwah melalui tulisan, seperti menulis artikel, buku, menulis di blog, status di media sosial, dan sebagainya, adapun dakwah bil hal yaitu metode dakwah melalui sikap, perbuatan, contoh, atau keteladanan, misalnya segera mendirikan sholat begitu terdengar adzan, membantu kaum dhuafa atau fakir-miskin, mendanai pembangunan masjid atau membantu kegiatan dakwah, mendamaikan orang yang bermusuhan, bersikap Islami.

Dalam komunikasi dakwah sendiri selain metode, tidak lepas dari materi dakwah atau pesan dakwah, yang merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah pesan tersebut harus sampai kepada tujuan akhir dari komunikasi.<sup>11</sup> Secara global pesan dakwah di klasifikasikan menjadi 3 berdasarkan nilai pokok dalam ajaran Islam yaitu, Aqidah, Syariah, dan Akhlak.

Aspek akidah dibagi dalam 6 kategori yaitu Iman kepada Allah, kepada Malaikat, Kitab, Rasul, hari kiamat serta qadha dan qadar Allah. Kemudian aspek syariat yang terbagi dalam 2 kategori yaitu aspek ibadah dan muamalah, dimana yang termasuk didalam aspek ibadah yaitu thaharah (bersuci), shalat, zakat, puasa, haji dan muamalah yaitu meliputi urusan keluarga, pusaka, harta benda, pertukaran, hubungan dalam jamaah (kesatuan) kaum Muslimin sendiri atau dengan orang lain (bukan seagama). Terakhir aspek yang akan diteliti adalah aspek akhlak meliputi akhlak kepada al-khaliq dan makhluk (manusia dan non manusia), mencakup akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia, dan alam sekitar

<sup>9</sup> <https://www.viva.co.id/siapa/read/543-teuku-wisnu> diakses 18/01/2018 pukul 22.00

<sup>10</sup> <http://emmarachmatika.blogspot.co.id/2013/06/komunikasi-dakwah.html> 26/01/18 21:56

<sup>11</sup> Widjaja, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bina Aksara, 1986) hlm. 14

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan terhadap postingan yang disajikan sebagai sampel penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan terhadap 52 postingan yang disajikan sebagai sampel penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa dalam komunikasi dakwah sendiri selain metode, tidak lepas dari materi dakwah atau pesan dakwah, yang merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Terdapat juga didalamnya pesan dakwah yang di klasifikasikan menjadi 3 berdasarkan nilai pokok dalam ajaran Islam yaitu, Aqidah, Syariah, dan Akhlak. Adanya respon positif followers setelah membaca postingan yang ada di dalam akun @teukuwisnu diantaranya tidak jarang followers mendoakan kebaikan bagi pemilik akun.

#### Daftar Pustaka

- <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> Diakses 01/15//2018 Pukul 10.32
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014, hlm. 46
- Saefuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta Pustaka Pelajar, 1997, hlm, 63.
- M. Damyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, Yogyakarta BPFE, 1980, hlm. 58.
- Sumarto dan Djoenasih, *Komunikasi Persuasi dan Retorika*, Yogyakarta Liberty, 1983, hal. 2.
- <https://www.lihat.co.id/biodata/teuku-wisnu.html> diakses 18/01/2018 pukul 22.00
- <https://www.viva.co.id/siapa/read/543-teuku-wisnu> diakses 18/01/2018 pukul 22.00
- <http://emmarachmatika.blogspot.co.id/2013/06/komunikasi-dakwah.html> 26/01/18 21:56
- Widjaja, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. ( Jakarta: Bina Aksara, 1986) hlm. 14