

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

HAYANI SAPUTRI
NIM 1711310071

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
TAHUN 2021 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

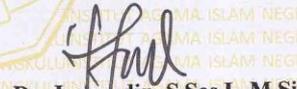
Skripsi atas nama: Hayani Saputri NIM: 1711310071, yang berjudul
“Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah” Program Studi
 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin,
 Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini
 telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing
 II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah/skripsi
 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

Bengkulu, Juli 2021

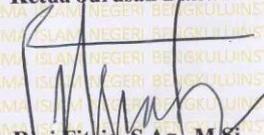
Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Salim B Pili M.Ag
 NIP. 195705101992031001


Dr. Japarudin, S.Sos.L., M.Si
 NIP. 198001232005011008

Mengetahui
 A.n Dekan
 Ketua Jurusan Dakwah


Rani Fitria, S.Ag., M.Si
 NIP. 197510132006042001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp.(0736) 51276, 51171 Fax (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi atas nama: **Hayani Saputri** NIM: 1711310071 yang berjudul **"Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah"**. Telah diuji dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasyah Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Juli 2021

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Bengkulu, 14 Juli 2021

Dekan

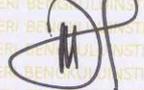
Dr. Subirman, M.Pd
NIP. 196802191999031003

Sidang Munaqasah

Ketua

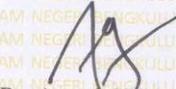
Sekretaris


H. Jonsi Hunandar, M.Ag
NIP. 1972049199803100


Dilla Astarini, M.Pd
NIP. 199001212019032008

Penguji I

Penguji II


Dr. Agustini M. Ag
NIP. 196808171994032005


Rodiyah, MA. Hum
NIP. 19811014200702010

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul **“Instagram Sebagai Media Penyampian Pesan Dakwah”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pada pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2021

Mahasiswa yang menyatakan



Hayani Saputri
NIM : 1711310069



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
• INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu 38211
Telp (0736) 51276, Fax(0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN UJI PLAGIASI SKRIPSI

Bersama ini kami menjelaskan bahwa:

Nama Mahasiswa : Hayani Saputri
NIM : 1711310071
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan : 2017

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul Skripsi:

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Disimpulkan dari hasil uji plagiasi tersebut dinyatakan LULUS dengan hasil kesamaan (*similarity*) 22 % pada tanggal 7 Juli 2021 tahun 2021 sebagaimana hasil terlampir.

Demikianlah surat keterangan ini agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,

An. Dekan
Wakil Dekan 1 FUAD



Dr. Suryani, M.Ag
NIP.196901101996032002

Bengkulu, 7 Juli 2021

Pelaksana Uji Plagiasi Prodi KPI

Gaya Mentari, M.Hum
NIP 199108142019032016

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

“Malas adalah ketenangan saat ini dan kekalahan masa datang”

(Hayani Saputri)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang paling indah selain rasa syukur kepada Allah SWT atas semua nikmat-nikmat yang diberikan dan yang mampu membolak-balikan hati hamba-Nya dan menetapkan hati ini selalu berada di jalan-Nya hingga penulis dapat mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda tercinta Rabisman dan Ibunda tercinta Armawani yang telah memberikan segalanya untuk ku hingga saat ini dan yang selalu senang tiasa berdoa untuk perjalananku hingga saat ini dan keberhasilanku. Terimakasih selalu ada untuk mendengar keluh kesahku hingga saat ini dan selalu memberikan ku motivasi untuk berdiri kuat, untuk selalu tersenyum dan bersabar atas keadaan apapun, terimakasih selalu memberikan semangat dan terimakasih telah memberikan kesempatan untukku mendapatkan pendidikan yang sangat baik ini.
2. Saudara penulis Anidar Darlis, Nopa Julita Marlinda, Mawira Kasuma S.P dan Joko Arian Bowo terimakasih yang selalu ada untuk mendengarkan keluh ku dan selalu memberikan ku semangat untuk pendidikan ini. Terimakasih telah membantu dalam hal apapun itu.
3. Sahabat penulis yang selalu sedia membantuku dalam perkuliahan Yuni Astuti dan Asmarita.
4. Sahabat seperjuangan sejak KKN Rahma septianingsih terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, dan Sahabat penulis Ayu Fitria Sari teman kost dari awal perkuliahan hingga selesai.
5. Sahabat dan teman seperjuanganku Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2017.
6. Teruntuk Agama, Bangsa, dan Almamater kebanggaan IAIN Bengkulu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr, Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan juga hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah”**.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang tiada ternilai kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin, M,M Ag., M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
2. Dr. Suhirman, M.Pd, Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.
3. Rini Fitria, S.Ag., M.Si, Ketua Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu dan selaku Pembimbing Akademik.
4. Bapak Wira Hadikusuma, M,Si, Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.
5. Drs. Salim Bella Pili, M.Ag selaku pembimbing I, dan Dr. Japarudin, M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing, membantu dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis.

6. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada saya, khususnya dosen yang mengajar di prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Staff di lingkungan Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah memberikan petunjuk dan arahan serta memberikan pelayanan dengan baik.
8. Semua pihak yang turut berpartisipasi membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan doanya semoga mendapatkan pahala disisi Allah SWT, Aamiin.

Bengkulu, Juni 2021

Hayani Saputri

ABSTRAK

HAYANI SAPUTRI, NIM : 1711310071, 2021, JUDUL SKRIPSI : "INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PAENYAMPAIAN PESAN DAKWAH".

Pembimbing I: Drs. Salim Bella Pili, M.Ag dan Pembimbing II: Dr. Japarudin, M.Si

Dakwah merupakan jalan untuk tetap mengingatkan manusia agar menjalankan apa yang diperintahkan dan menjauhi apa yang dilarang oleh Allah SWT. Berdakwah bisa dimana saja dan menggunakan apa saja, salah satunya adalah menggunakan media instagram yang sedang trend dalam zaman moderinsasi saat ini, dalam arus modernisasi ini para da'i harus mampu menyesuaikan diri dengan menggunakan serta memanfaatkan media itu. Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan karena sejatinya dakwah harus mampu memasuki ranah kultur sebagai kecenderungan masyarakat dan instagram adalah kecenderungan masyarakat, melalui instagram pendakwah bisa menyampaikan dan menyebarluaskan kegiatan dakwah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja pesan dakwah dalam akun Abdul Somad, Adi Hidayat dan Hanan Attaki (ASAHHA) dan untuk mengetahui bagaimana efek pesan dakwah terhadap *followers*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisi isi. Hasil ini diketahui pesan-pesan dakwah pada akun instagram yang diteliti terdapat pesan dakwah Aqidah, Akhlak dan Syariah. Pesan dakwah aqidah yakni tentang keimanan kepada Allah dan bentuk-bentuk kepercayaan kepada Allah. Pada aspek Syariah itu sedekah, infak dan hukum bermain catur. Pesan Akhlak silaturahmi dan tawwakal. Adapun efek yang ditimbulkan dari postingan dakwah pada akun yang diteliti terdapat efek positif yang cenderung mendukung berdakwah dan mendoakan, memberi motivasi serta memberi dukungan untuk semangat dalam berdakwah.

Kata Kunci : Instagram, Media, Da'wah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAM PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO..	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kajian Penelitian Terdahulu	7
F. Sistematika Penulisan	10
 BAB II KERANGKA TEORI	
A. Perkembangan Teknologi Informasi Sebagai Tantangan Dakwah	11
1. Perkembangan Teknologi Informasi dan Dampak	11
B. Instagram Sebagai Sarana Dakwah	14
1. Sejarah Instagram	14
2. Fitur-fitur Instagram	17
3. Instagram Sebagai Media Dakwah	22
C. Media Dakwah	22
1. Pengertian Media Dakwah	24
2. Macam-Macam Media Dakwah.....	25
3. Macam-Macam Dakwah.....	32
4. Fungsi Media Dakwah	33
D. Unsur-Unsur Dakwah.....	34
1. Pesan Dakwah	34

2. Dai	37
3. Mad'u.....	38
4. Metode Dakwah	39
5. Efek Dakwah.....	40
6. Fungsi dan Tujuan Dakwah	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Sumber Data	44
C. Dokumentasi	46
D. Tehnik Pengelolaan	46
E. Keabsahaan Data	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi tiga Akun Instagram Abdul Somad, Adi Hidayat, Hanan Attaki	48
B. Pesan Dakwah dalam Akun Abdul Somad, Adi Hidayat, Hanan Attaki.....	53
C. Bagaimana Efek Pesan Dakwah	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah berasal dari bahasa arab yaitu *da'a-yad'u-da* yang artinya memanggil, mengundang, meminta tolong, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan

meratapi.¹ Secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mendefinisikan dakwah sebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri. Dakwah merupakan jalan untuk tetap saling mengingatkan manusia agar menjalankan apa yang diperintahkan dan menjauhi apa yang dilarang oleh Allah SWT.

Karena merupakan suatu kebenaran, maka Islam harus tersebar luas dan penyampaian kebenaran tersebut merupakan tanggung jawab umat Islam secara keseluruhan. Sesuai dengan misinya sebagai “*Rahmatan Lil Alamin*”, Islam harus ditampilkan dengan wajah yang menarik supaya umat lain beranggapan dan mempunyai pandangan bahwa kehadiran Islam bukan sebagai ancaman bagi eksistensi mereka melainkan pembawa kedamaian dan ketentrangan dalam kehidupan mereka sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan kehidupan dunia dan akhirat.

Dakwah juga merupakan proses ber-komunikasi, namun tidak semua proses komunikasi adalah dakwah. Karena dakwah bersifat mempengaruhi dan di dalamnya terkandung seruan atau ajakan untuk membuat orang melakukan

¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenade Media Group.2004), hlm.6

perbuatan yang baik. Berdakwah bisa dimana saja dan menggunakan metode apa saja, salah satunya adalah menggunakan media yang sedang trend dalam pada jaman modernisasi saat ini. Dalam arus modernisasi ini, para da'i harus mampu menyesuaikan diri dengan mempergunakan serta memanfaatkan media itu.

Sejatinya, dakwah menjadi sebuah penopang utama dalam komunikasi agama karena melalui dakwah pesan-pesan agama akan tersampaikan. Dakwah disampaikan dengan cara-cara simpatik, bijaksana dan lebih humanis. Konsep dakwah dengan pendekatan sosial dan budaya yang diterima oleh masyarakat luas, memperhatikan ruang dan waktu, topik-topik aktual, menyentuh kebutuhan dasar mad'u dan isu-isu terkini dalam masyarakat, sehingga metode dakwah yang digunakanpun lebih fleksibel disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Meskipun demikian, tujuan dari dakwah tidak tereduksi dengan adanya perkembangan media internet, justru dengan kehadiran media baru ini dapat dimanfaatkan guna pengembangan dakwah ke depan.

Lain halnya dengan kenyataan yang ada saat ini, kegiatan dakwah sering kali diartikan di tengah-tengah masyarakat hanya berupa ceramah agama yakni ulama sebagai pendakwah menyampaikan pesannya di hadapan khalayak. Sejatinya, dakwah bukan hanya kewenangan ulama atau tokoh agama, karena dakwah Islam memiliki wilayah yang luas dalam semua aspek kehidupan. Ia memiliki ragam bentuk, metode, media, pesan, pelaku dan mitra dakwah. Kita sendiri tidak bisa terlepas dari kegiatan dakwah. Apapun yang berkaitan dengan Islam, kita pastikan ada unsur dakwahnya.

Salah satu dari unsur dakwah adalah materi dakwah. Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan kepada mitra dakwah. Dalam hal ini pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Inti ajaran agama Islam adalah meliputi akidah, syariah dan akhlak. Akidah merupakan pondasi utama dalam beragama, yang didalamnya memuat sistem keyakinan atau iman. Syariah meliputi sistem peribadatan makhluk dengan khaliqnya, sedangkan akhlak meliputi sistem relasi antar makhluk. Oleh karena itu penting adanya unsur-unsur dakwah didalam kegiatan sebuah dakwah.

Kehadiran internet bagi para pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Teknologi bukan sesuatu yang dilarang, meskipun dimasa Rasulullah belum ditemukan adanya teknologi yang berkembang pesat dewasa ini.

Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang dihadirkan mudah diterima, dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang dewasa ini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya bagi kehidupan umat manusia. Dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam. Kemajuan teknologi itu ibarat pisau bermata ganda, disatu sisi untuk memudahkan pekerjaan dan sisi lainnya bisa mencelakai orang lain. Kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan ditangan siapa. Ketika berada ditangan orang yang baik maka

baiklah manfaatnya, sebaliknya, ketika ia berada ditangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanyalah yang menentukan ke arah mana ia gunakan, baik atau buruk tergantung ditangan penggunanya. Oleh karena itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya melalui jejaring sosial instagram. Pertimbangan utama untuk menjadikan instagram sebagai media dakwah adalah berkaitan erat dengan posisi instagram itu sendiri sebagai jaringan sosial yang dikenal banyak orang dan paling diminati di seluruh dunia. Memanfaatkannya sebagai media dakwah juga merupakan bagian dari proses kulturasi dakwah, yaitu dakwah yang mempertimbangkan potensi dan kecenderungan kultural masyarakat. Karena memang sejatinya dakwah seharusnya mampu memasuki ranah kultur sebagai kecenderungan masyarakat, maka memilih instagram sebagai media dakwah merupakan suatu keharusan bagi da'i. Atas dasar itulah peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai Fenomenologi dakwah melalui media sosial Instagram

Melalui akun instagram pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Menyebarluaskan kegiatan dakwah dengan melalui Instagram ini merupakan metode yang tepat dikarenakan instagram merupakan media sosial yang sedang trend, dan metode dakwah nya menggunakan audio dan visual yang menarik untuk dilihat, dibaca, dan di perhatikan. Oleh sebab itu, mulai banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan instagram sebagai media untuk berdakwah

melihat kemudahan penggunaan dan pengguna instagram di Indonesia yang menggunakan media sosial ini.

Namun kehadiran media informasi seperti instagram mampu memberi pengaruh terhadap pengguna. Saat sekarang ini setiap orang mempunyai handphone yang didalamnya mempunyai aplikasi instagram terutama bagi anak remaja. Untuk itu unsur Dakwah sangat diperlukan untuk memberikan petunjuk yang benar kepada para pengguna instagram dalam kehidupan bersama.

Memilih instagram sebagai media dakwah karena instagram adalah aplikasi yang sedang trend digunakan dikalangan masyarakat seperti mahasiswa, anak sekolah, para da'i dan khalayak umum. Di instagram juga bisa membagikan dakwah dengan dua metode yakni dengan video atau audio dan dengan gambar, dakwah melalui semakin mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pesan dakwah.

Banyak nya da'i yang menggunakan instagram sebagai media dakwah namun penulis sangat tertarik untuk meneliti akun instagram yang penulis beri nama yaitu ASAHHA yang dimana ASAHHA adalah singkatan dari Ustad Abdul Somad, Adi Hidayat dan Hanan Attaki. Alasan memilih ketiga akun tersebut karena Ustad Abdul Somad suaranya sangat jelas atau tegas dalam menyampaikan dakwahnya sedangkan memilih Ustad Adi Hidayat karena beliau sangat menguasai kitab-kitab dan hadist sehingga dalam menyampaikan dakwahnya beliau selalu melibatkan kitab-kitab dan hadist tersebut, sedangkan memilih akun Hanan Attaki karena cara penyampaian beliau mudah dimengerti oleh kalangan anak remaja dan dakwah yang disampaikan sangat berkaitan

dengan kaum remaja sehingga banyak remaja dan masyarakat menyukai cara beliau menyampaikan dakwahnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul :“**Instagram Sebagai Media Dakwah**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja pesan dakwah dalam akun @ustadzabdulsomad, @hanan_attaki dan @adihidayatofficial
2. Bagaimana Efek pesan dakwah terhadap *followers*

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini adalah akun yang diteliti adalah ASAHHA yang dimana ASAHHA adalah singkatan dari Ustad Abdul Somad, Adi Hidayat dan Hanan Attaki, postingan yang diteliti adalah postingan bulan maret yang berindikator viwers lebih dari 100.000 viwers.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang dijelaskan sebelumnya makatujuan peneliti yang ingin dicapai adalah:

1. Mendeskripsikan Pesan dakwah dalam akun ASAHHA
2. Medeskripsikan bagaimana Efek pesan dakwah terhadap *followers*

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya dan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang berdakwah melalui media sosial, secara praktis penelitian ini bagi penulis diharapkan bisa memenuhi salah satu syarat pelaksanaan pencapaian sarjana satu (SI) IAIN Bengkulu dan diharapkan mampu memberikan gambaran bagaimana cara melihat berdakwah di media sosial juga mampu memberi inspirasi para pengguna media sosial Instagram untuk memperkaya aktivitas di dunia maya dan menyebarkan nilai-nilai Islam.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan disebutkan beberapa penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Semua itu untuk menunjukkan bahwa pokok masalah yang akan diteliti dan dibahas belum pernah diteliti atau dibahas oleh penulis lain sebelumnya. Oleh karena itu tidak layak menulis sebuah skripsi yang sudah pernah ditulis oleh orang lain. Atas dasar itu beberapa penelitian terdahulu dianggap perlu untuk dihadirkan, dan yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain.

Penelitian, Anwar Sidiq dengan Judul *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Studi Pada Akun @fuadbakh*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat kualitatif dengan sumber data primer berupa konten instagram. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Anwar Sidiq adalah media yang digunakan yaitu Pemanfaatan Instagram, sedangkan perbedaannya yaitu jenis dan fokus penelitian dimana Anwar Sidiq menggunakan penelitian pustaka dan berfokus ke akun @fuadbakh sedangkan penulis berfokus ke akun

akun yang melakukan dakwah di instagram dan berfokus ke isi media yang berdakwah.¹

Sedangkan, Nur Rizky Toybah menulis karya dengan judul *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku*. Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan pesan dakwah yang dibagikan melalui gambar pada akun instagram @haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi (*Content Analysis*). Interpretasi dakwah sesuai dengan teks gambar dan diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur visual yaitu memiliki garis, bentuk, ukuran, warna, keseimbangan dan kesatuan. Juga memiliki prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan dan kesatuan.²

Selanjutnya, Tayuh Mustikasari menulis tentang *Diri Kreatif Pada Pengguna Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Pengguna Instagram)*. Tujuan penelitian tersebut untuk mengungkap dinamika diri kreatif pada pengguna instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitiannya adalah dinamika diri kreatif pada pengguna instagram terlihat dari adanya keutuhan ciri khas yang terproses dari pemikiran, perilaku, emosi, kontrol, kedinamisan, humor positif khas, keselarasan dan cara kerja. Diri kreatif pada pengguna instagram

¹ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @fuadbakh)*, skripsi. Lampung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2017

² Nur Rizky Toybah, *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku*, skripsi. Banjarmasin: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Banjarmasin, 2016

sendiri adalah suatu ciri khas yang muncul atau sebuah pemikiran yang melahirkan perilaku dan berimbas padaperasaan individu kemudian dikontrol dalam sebuah kedinamisan disertai ciri khas dari humor positif yang memerlukan keselarasan dalam cara kerjanya.³

Adapun Nur Rohmah melakukan penelitian dengan judul *Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan metode analisis isi dan teknik yang digunakan adalah metode dekumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian.⁴

Karya tulis yang terakhir yaitu Muhammad Imaduddin Mashudi dengan judul *Respon Followers pada Pesan Moral Media Sosial Instagram (studi pada followers akun Instagram Ketimbang Ngemis Malang)*. Pada penelitian ini Muhammad imaduddin Mashudi memfokuskan respon khalayak dan followers dengan menggunakan teori S-O-R. Adapun persamaan dengan penelitian ini sendiri ialah menjadikan Instagram sebagai objek dalam penelitian.⁵

Dari beberapa rujukan skripsi yang peneliti jadikan perbandingan mempunyai relevansi yang sangat kuat ditinjau dari segi pemanfaatan akun-akun media sosial instagram. Muhammad Imaduddin “Respon Followers pada Pesan Moral Media

³ Tayuh Mustikasari, *Diri Kreatif Pada Pengguna Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Pengguna Instagram)*, skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim Malang, 2016

⁴ Nur Rohmah, *Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*, skripsi. Semarang, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, 2016

⁵ Muhammad Imaduddin “*Respon Followers pada Pesan Moral Media Sosial Instagram (studi pada followers akun Instagram Ketimbang Ngemis Malang)*” Skripsi terbitkan, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang 2018.

Sosial Instagram (studi pada followers akun Instagram Ketimbang Ngemis Malang)” Skripsi terbitkan, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang 2018 h. 20

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar lebih mudah mengkaji dan memahami secara keseluruhan proposal penelitian ini, peneliti akan menguraikan tentang sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB 1: Pendahuluan, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi. Sedangkan

BAB II: Terdiri dari Kerangka Teori, Perkembangan teknologi informasi dan dampak, sejarah instagram, media dakwah dan Unsur-unsur dakwah.

BAB III: Metode Penelitian, Menyajikan pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, dokumentasi, teknik pengelolaan serta keabsahan data.

BAB IV: Terdiri dari hasil dan pembahasan, menyajikan deskripsi tiga akun yang diteliti, menyajikan pesan dakwah dalam akun instagram ASAHHA dan menyajikan bagaimana efek pesan dakwah.

BAB V: Penutup, kesimpulan dan saran.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Perkembangan Teknologi Informasi Sebagai Tantangan Dakwah

1. Perkembangan Teknologi Informasi dan Dampak

Arti harfiah teknologi informasi adalah segala daya upaya yang dapat dilaksanakan oleh manusia untuk mendapatkan taraf hidup yang lebih baik. Pengertian informasi sering disamakan dengan pengertian data, yaitu sesuatu yang belum diolah dan belum dapat digunakan sebagai dasar yang kuat dalam pengambilan keputusan.¹

Secara sederhana, teknologi informasi dapat dikatakan sebagai ilmu yang diperlukan untuk mengelola informasi agar informasi tersebut dapat dicari dengan mudah dan akurat. Isi dari ilmu tersebut dapat berupa teknik-teknik dan prosedur untuk menyimpan informasi secara efisien. Informasi tersebut dapat disimpan dalam bentuk tulisan, suara, gambar, sehingga akhirnya dapat berupa ilmu dan pengetahuan.

Teknologi informasi dapat dikatakan sebagai ilmu yang diperlukan untuk mengelola informasi agar informasi tersebut dapat dicari dengan mudah dan akurat. Menurut kamus Oxford, teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama computer untuk menyimpan, menganalisis dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata, bilangan dan gambar. Teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer yang

¹ Lantip dan Riyanto, Teknologi Informasi Pendidikan, 2011 hal 3

digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup juga teknologi komunikasi untuk mengirim informasi.

Secara garis besar, dapat dikatakan bahwa:

- a. Teknologi informasi menggantikan peran manusia, dalam hal ini teknologi informasi melakukan otomatis terhadap suatu tugas atau proses.
- b. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
- c. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi peran manusia, dalam hal ini teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini tidak hanya pada komputer saja, namun televisi dan media sosial merupakan sarana telekomunikasi yang perkembangannya sangat cepat. Karena kita tahu televisi sekarang ini bukan menjadi kebutuhan mewah tapi sebagai kebutuhan pokok. Hampir semua orang mempunyai televisi dan media sosial seperti instagram.

Internet secara gampangnya dapat di artikan sebagai suatu jaringan komputer yang sangat luas, sehingga setiap pengguna komputer dapat berinteraksi dengan komputer lain seluruh dunia. Adapun dampak positif dari internet adalah :

1. Media komunikasi dengan internet kita dapat berkomunikasi dengan seseorang atau sekelompok orang dimana saja.
2. Media pertukaran data, kita dapat mengirim dan menerima data dengan mudah.
3. Media untuk mencari informasi dan berita

4. Media untuk hubungan sosial dan hiburan, aplikasi seperti instagram dapat menjadi penghubung dengan khalayak.

Selain memberikan keuntungan, ternyata peralatan teknologi informasi juga memberikan dampak negatif bagi pengguna. Dampak negatif itu muncul sebagai akibat dari pengguna yang salah dan tidak bertanggung jawab dari yang menggunakan. Bagaimana tidak, belakangan ini banyak masyarakat lebih nyaman mengumpulkan teman-teman didunia maya dari pada aktif pada kegiatan-kegiatan nyata.

Dampak negatif dari perkembangan teknologi informasi tersebut antara lain:

- 1) Anak lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton tv dan bermain media sosial lainnya ketimbang hal lain nya.
 - 2) Anak kehilangan kemampuan berbaur dengan masyarakat dan cenderung nyaman dengan kehidupan online.
 - 3) Kejahatan di internet. kejahatan ini tidak mengenal batas negara dan tetitorial, kapan pun dan di mana pun bisa muncul.
 - 4) Penyebaran pornografi, perjudian, penipuan, tanyangan kekerasan .
2. Instagram Sebagai Temuan Teknologi Informasi Masa Kini

Penemuan teknologi informasi internet yang berkembang secara massal, kemudia teknologi itu mengubah masyarakat dunia loka menjadi masyarakat dunia global. Perkembangan tekonologi informasi tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa di sadari manusia telah hidup di dalam dua dunia kehidupan, yaitu dalam dunia maya dan masyarakat nyata.

Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus satu ruang dan waktu bersamaan. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara fisik, tetapi dapat dilakukan dengan berbagai media sosial seperti dunia maya. Dengan pesatnya perkembangan new media, telah memberikan dampak situs-situs komunikasi dari sekadar chatting dan email, instagram dan lain-lain.

Membicarakan media sosial instagram rasanya tak akan lepas dari beberapa alasan mengapa masyarakat tertarik menggunakan media sosial tersebut. Instagram tak hanya mampu berperan sebagai media berkomunikasi saja, namun mampu membantu menyebarkan dakwah melalui instagram dan membantu khalayak untuk berhubungan sosial dengan kerabat atau teman.

B. Instagram Sebagai Sarana Dakwah

1. Sejarah Instagram

Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata Insta yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara insta layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah “Instagram” dapat mengacu ke kata “Instan-Telegram”.²

Pengguna instagram kini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari fitur instragram. Keunggulannya dapat memberikan

²“Instagram” (Online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.. Diakses pada 15 September 2020

inspirasi bagi penggunaannya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah dan lebih artistic.

Instagram yang berlatar belakang aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto dan video, instagram juga memiliki ciri yakni ada batasan foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9, yang biasanya digunakan untuk kamera ponsel.³

Berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama Burbn inc yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. *startup* teknologi pertama yang didirikannya oleh Kevin Systrom yang berlatar belakang seorang program dia mampu mengelolanya dengan baik.

Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Ternyata *trend* pengguna Burbn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi photo sharing.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan viral marketing yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan datacenter untuk menyimpan

³ Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), hal.47

foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan upgrade. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis CloudAmazon yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama.

Instagram menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke lain yaitu Android, karena *platform* buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke *platform* buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada platform di android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah booming kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook tanggal 09 April 2012.⁴

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk *platform* IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25.000 pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang live filter, instan tilt shift dan resolusi tinggi.

⁴Instagram Handbook. hal.7.

Pertumbuhan pesat Instagram juga terlihat pada saat tiga bulan selanjutnya dimana Instagram mendapatkan lebih dari 1 juta rating di Google Play. Instagram saat itu menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai satu juta peringkat di *Google Play Store*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Instagram diambil alih oleh Facebook senilai hampir 1 Miliar Dollar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini datang Bersama dengan kebijakan untuk tetap membiarkan Instagram dikelola secara mandiri.

2. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan gabungan dari kata Insta-Telegram, penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk berbagi informasi dengan cepat dan berbagi ke jejaring sosial lain.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga Instagram menyediakan beberapa fitur instagram yaitu: aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a. Captions

Captions berfungsi layaknya deskripsi dan dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang akan di posting, caption juga dapat di ubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten

b. Follow

Follow berarti ikut, followers adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain

yang menggunakan Instagram. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.

c. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukaigambar ataupun foto pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati. Menyukai atau likekonten dilakukan dengan cara menekan tombol likedibagian bawah captionyang bersebelahan dengan komentar atau dengan doubletap(mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

d. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send atau kirim.

e. Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam exploreeffectatau umpan explore.

f. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadimaupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu

utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

g. Stories

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto dan video seperti fitur Home, namun dalam jendela Story atau Cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, berbeda dengan foto dan video yang di posting di halaman Home.

h. Mentions

Fitur ini adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil.

Fitur Instagram di atas belum mencakup semua fitur dari Instagram. Fitur di atas adalah fitur yang paling sering digunakan. Hal itu agar peneliti lebih berfokus kepada fitur-fitur yang menonjol atau sering digunakan dalam mengunggah konten dakwah ke jejaring Instagram.

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat yaitu sebagai berikut

1. Mendapatkan informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend dan dibicarakan banyak orang.

2. Menjalin silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan user lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

3. Membentuk komunitas

Bagi yang memiliki kesukaan dan hobi yang sama, dapat membentuk suatu perkumpulan atau komunitas yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Misalnya, teman-teman yang suka travelling membentuk komunitas yang berisi orang-orang yang juga memiliki hobi travelling. Media sosial menjadi berperan untuk koordinasi, sharing, dan interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung.

4. Branding

Branding dalam pengertian umum merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar brand(merek) yang mereka tawarkan dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen atau calon konsumen.

5. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Jika dahulu untuk berjualan harus berada di pinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan memanfaatkan media sosial.

6. Kegiatan sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga

semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan untuk kegiatan sosial menjadi terpenuhi.⁵

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang dibagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi. Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk mengunggah informasi tersebut dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya. Biasanya mereka mengunggah video-video pribadi, informasi, komedi, fashion, dan apa yang sedang hangat diperbincangkan.

Penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu juta lebih tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para Da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna Instagram menggunakan fitur vidgram (video Instagram) ini. Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak diminati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi tren di masyarakat. Masyarakat sangat menyukai konten dakwah yang ada di Instagram terutama mahasiswa yang tentunya mereka tidak ingin ketinggalan zaman dan dirasa dakwah lewat Instagram lebih efektif untuk menarik hati khususnya kaum muda. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk

⁵ Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-social Media*, Jakarta:2016, hlm.135

menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Pada intinya isi pesan Instagram memberikan manfaat bagi penggunanya.

3. Instagram Sebagai Media Dakwah

Internet saat ini telah berkembang sedemikian rupa menjadi teknologi yang mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, realitas ini bukan mistik atau khayalan tetapi benar-benar realistik. Realistik ini bukanlah sebuah perpindahan secara fisik seseorang ke dalam internet.⁶

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba murah, cepat, tepat, akurat. Teknologi komunikasi muktahir telah menciptakan apa yang disebut “publik dunia”. Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkatkan pula kecemasan tentang efek media massa terhadap masyarakat (khalayak). Di era globalisasi saat ini media massa mempunyai peranan penting dalam membentuk pola hidup masyarakat. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Di tengah masih maraknya keberadaan media-media konvensional seperti televisi, koran maupun radio kini masyarakat berada ditengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online, dengan 32 para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Keunggulan dari mediamedia sosial adalah tingkat interaksi yang tinggi antar pengguna yang saling memiliki koneksi, dimana pengguna bisa saling mengirim komentar terhadap

⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: 2006)

posting milik temannya atau langsung chatting serta mengirim pesan seperti email.

Instagram adalah aplikasi baru yang banyak dikenal oleh semua orang diseluruh dunia. Yang dimana Instagram hanya bisa memposting tulisan yang disertai foto. Dengan adanya instagram dakwah tidak hanya melulu tulisan namun juga bisa dengan gambar yang berisikan dalil atau foto yang dijadikan media dakwah, yang menjadikan masyarakat khususnya pengguna Instagram yang tertarik untuk melihatnya ataupun mengikutinya. Kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media. Melalui media 33 instagram, dakwah Islam memiliki berbagai kemudahan. Instagram memiliki berbagai kemudahan dalam menyampaikan dakwah Islam dalam bentuk gambar atau tulisan, dan memberi kemudahan kepada followers untuk berkomentar dan bertanya melauai kajian yang diposting. Sebagai ajang silaturahmi, peluang bisnis dan mencari informasi dan ilmu pengetahuan. Banyak situs dakwah yang bisa diakses umat guna mendapatkan informasi tentang keislaman maupun di bidang dakwah, salah satunya adalah Teladan Rasul, Berani Berhijrah. Situs ini menyediakan berbagai materi pokok tentang keislaman, baik dari masalah yang kecil sampai dengan permasalahan kontemporer saat ini. Sekarang ini banyak para da'i yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, agar dakwahnya bisa menjangkau keseluruhan belahan dunia. Banyak para pengguna Instagram baik masyarakat umum ataupun para da'i kondang yang menggunakan dakwah sebagai

media dakwah, salah satu da'i yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah adalah Ustad Abdul Somad, Ustad Hanan Attaki, dan Ustad Adi Hidayat..

C. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan.⁷

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya. Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u.

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang vital dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur yang lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah kedalam lima kelompok. Pertama objek dakwah atau materi yang disampaikan, kedua juru dakwah atau da'i, ketiga penerima

⁷Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hlm. 163.

dakwah atau mad'u, keempat metodik atau uslub, sedangkan yang kelima media atau wasilah.⁸

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah :

- a. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
- b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah.
- d. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwah.
- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan objektif, artinya pemilihan bukan atas dasar kesukaan da'i
- f. Efektifitas efesiensi harus diperhatikan.

2. Macam-Macam Media Dakwah

1. Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

⁸Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), hlm.17-22

2. Media Nonmassa

Media ini digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, sms, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain.

Menurut Hamzah Ya'qub, media dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

- a. Lisan : Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
- b. Lukisan : Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lainlain.
- c. Tulisan : Buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- d. Audio visual : Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran seperti televisi.
- e. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.⁹

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang telah dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub diatas, Berdakwah di media sosial instagram yang memposting pesan-pesan dakwah merupakan salah satu media dakwah. Media Instagram termasuk dalam klasifikasi audio visual, karena didalam akun Berdakwah pada media sosial Instagram memposting gambar-gambar serta video yang bisa dilihat dan juga bisa di dengar. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah

⁹ Hamzah Ya'qub, *Teknik Dakwah dan Leadrship*, Bandung, 1986

merupakan salah satu upaya agar memudahkan da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, dan memudahkan mad'u untuk melihat pesan dakwah dengan mengakses akun instagram yang berkonten dakwah hanya melalui handphone mereka.

Disamping penggolongan *wasilah* di atas, *wasilah* dakwah dari sifatnya juga dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

Pertama, Media Tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan didepan umum terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, lenong dan lain-lain.

Kedua, media modern, yang diistilahkan juga dengan "media elektronik" yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media modern adalah televisi, radio, pers, dan lain-lain.

Penggolongan diatas didasarkan pada kenyataan bahwa bangsa Indonesia yang memiliki beranekaragam media tradisional. Dapat dipahami bahwa dahulu para Wali Songo menggunakan media tradisional dalam menyebarkan pesan dakwah. Dan ternyata pilihan media dari para wali songo tersebut menghasilkan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam.¹⁰

Dari pengertian media dakwah sebelumnya dapat dipahami bahwa media adalah segala sesuatu yang menjadi perantara, maka ada beberapa macam media dalam suatu proses dakwah. Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah terdiri dari :

¹⁰ Hamzah Tualeha, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Indah Offset, 1993), hlm.58-59

1) Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu:

a) Film Slide

Film slide ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang jelas kepada audiens tentang informasi yang disampaikan oleh seorang juru dakwah.

b) Overhead Proyektor (OHP)

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat sekali untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan selera da'i dan apalagi jika diwarnai dengan seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya yaitu memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik juga menuntut kreatifitas da'i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik.

c) Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik seperti surat kabar,

majalah dan sebagainya. Dalam perkembangannya gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi/pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da'i yang inovatif akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwahnya secara efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan. Kelemahannya, da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, selain itu menuntut kreatifitas dan inovasi da'i.¹¹

2) Media Audio Visual

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran.

a) Radio

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio dia akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikan yang jauh dan tersebar. Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni music, kata-kata dan efek suara.

¹¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009) hlm. 116-117

b) Tape Recorder

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplayback dalam bentuk suara. Dakwah dengan tape recorder ini relatif mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai kebutuhan. Di samping itu da'i dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya disebarakan pada kesempatan lain dan seterusnya.

3) Media Audio Visual

Visual Media audio visual adalah media penyampai informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat menyampaikan pesan dan informasi.¹²

a) Televisi

Di beberapa daerah terutama di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televise. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi.

¹² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: 2004) hlm. 120

b) Film

Jika film digunakan sebagai media dakwah maka harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan.

c) Internet

Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, cultural dan lainnya.

4) Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana

a) Buku

Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Para da'i atau ulama penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya.

b) Surat kabar

Surat kabar beredar dimana-mana, karena di samping harganya yang murah beritanya juga sangat up to date dan memuat berbagai jenis berita. Surat

kabar cepat sekali peredarannya karena jika terlambat beritanya akan out of date. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai penjurur. Karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.

c) Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Majalah biasanya mempunyai ciri tertentu, ada yang khusus wanita, remaja, pendidikan, keagamaan, teknologi, kesehatan, olahraga, dan sebagainya. Sekalipun majalah mempunyai ciri tersendiri tetapi majalah masih dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, bagi majalah bertema umum. Jika majalah tersebut majalah keagamaan, maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang dai'i dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

3. Macam-Macam Dakwah

Secara umum dakwah itu dapat dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu sebagai berikut:

1. Dakwah *bil-lisan*, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khotbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majelis taklim, khotbah jumat di masjid-masjid atau pengajian-pengajian.

2. Dakwah *bil-hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan melalui keteladanan dan tindakan amal nyata. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya bisa dirasakan secara konkret oleh khalayak sebagai objek dakwah, seperti yang dilakukan oleh para relawan pasca bencana alam dalam mengajarkan sikap bersabar dan tetap bersyukur.
3. Dakwah *bil-qalam* yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah bil qalam ini lebih luas daripada melalui media lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya.

4. Fungsi Media Dakwah

Keberagaman media dakwah yang disebut diatas memiliki kreatifitas nya masing-masing. Namun, pada dasarnya semua memiliki fungsi yang sama yakni penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada mad'u. pada akhirnya juga mendukung terealisasinya tujuan dakwah dari sudut system, maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media, objek dakwah, dan sebagainya. Terlebih jika telah memasuki tahap penentuan strategi dakwah yang efektif dan efisien. Adapun fungsi media dakwah yaitu:

a. Fungsi Menyiarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka

terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh mad'u.

b. Fungsi mendidik

Fungsi mendidik yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c. Fungsi Menghibur

Media dakwah Dalam islam memiliki prinsip penyampian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi ini membuat posisi dan status media tidak di pandang remeh. Karena media dakwah dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap mad'u.

D. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam proses dakwah memiliki beberapa unsur-unsur yang melengkapinya, diantaranya:

1. Pesan Dakwah

Maddah adalah isi pesan atau materi dakwah yang akan disampaikan oleh Da'i kepada sasaran dakwah, yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Materi dakwah ini memiliki makna dan fungsi penting dalam menentukan keberhasilan dakwah

yaitu, sejauh mana materi dakwah yang disampaikan da'i membawa atsar (pengaruh) yang baik terhadap objek dakwah (mad'u) itu sendiri. Oleh karena itu, dalam menyampaikan perlu ada kemasan atau tampilan yang menarik mengenai materi (*message*) apa yang akan disampaikan kepada audience (mad'u). Kemasan atau tampilan yang dimaksud bisa melalui video di media sosial Instagram seperti yang akan diurai dalam bahasan selanjutnya.

Menurut Ali Aziz, materi dakwah tergantung pada tujuan dakwah yang hendak di capai. Namun, secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu :

a. Masalah keimanan (Aqidah)

Dalam Islam bersifat erat hubungannya dengan rukun Islam. Aqidah adalah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia oleh karena itu, yang pertama kali yang di jadikan materi dakwah islam adalah aqidah atau keimanan. Secara garis besar dapat di kelompokkan sebagai berikut Iman kepada Allah, Iman kepada malaikat, Iman kepada kitab kitabnya, Iman kepada rasu-rasulnya, Iman kepada hari akhir, dan Iman kepada qodho dan qodar.

b. Masalah keIslaman (Syari'ah)

Syariah erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam menaati hukum Allah SWT. Syariat yang ditujukan untuk umat manusia pada dasarnya satu dan di tunjukkan untuk para Nabi bersifat kekal dan abadi. Utamanya menebarkan nilai keadilan di antara manusia, membuat hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial, secara garis besar syariah dapat

dikelompokkan Ibadah, makna ibadah adalah penghambatan diri, pada hakekatnya segala sesuatu yang di perbuat seorang hamba (manusia) untuk mentaati perintah Allah SWT. Aspek muamalah ini memberikan tuntutan kepada masyarakat sebagai agama dalam hidup bermasyarakat sebagaimana yang di ajarkan agama Islam

c. Masalah budi pekerti (Akhlaqul Karimah)

Akhlaq secara etimologi berasal dari bahasa Arab Jamak dari “*khuluqun*” yang di artikan budi pekerti dan tingkah laku. Secara garis besar, akhlaq meliputi akhlaq terhadap khaliq dan akhlaq terhadap makhluk. Akhlak sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.¹³

Walaupun dakwah selama ini di identikkan dengan ceramah melalui media lisan (dakwah bil lisan). Namun, seiring perkembangan zaman, di era globalisasi ini dimana tren informasi dan komunikasi semakin canggih, media teknologi seperti internet atau media sosial akan segera menggesernya. Sekalipun dakwah dengan lisan masih tetap eksis, maka media teknologi melalui media sosial akan mengambil peranan yang cukup signifikan dalam penyebaran pesan-pesan dakwah. Media sosial Instagram menjadi media yang paling diminati saat ini sebagai media sosial dilihat dari survey dalam pembelian aplikasi di google play store yang mencapai 1 triliun lebih yang mengunduh aplikasi ini dan menjadi Top Media Sosial nomor 2, dan akan segera menjadi media dakwah yang eksis dikalangan masyarakat dan mahasiswa khususnya. Karena mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang selalu update dengan media sosial, tren yang sedang

¹³Asmuni Syukir, hlm. 61

terkenal dan hal-hal baru di era modern ini. Maka tidak heran jika Instagram akan menjadi media dakwah yang cukup efektif.

2. Dai

Kata dai berasal dari bahasa Arab bentuk *mudzakar* (laki-laki) yang berarti orang yang mengajak, kalau *muanas* (perempuan) disebut da'iyah.¹⁴ Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia, da'i adalah orang yang pekerjaannya berdakwah, pendakwah. Melalui kegiatan dakwah para da'i menyebarkan ajaran Islam.¹⁵ Dengan kata lain, da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung, melalui lisan, tulisan, atau perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran Islam atau menyebarkan ajaran Islam, melakukan upaya perubahan kearah kondisi yang lebih baik menurut Islam da'i adalah pelaku dakwah, orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, perbuatan secara individu, kelompok, atau organisasi/lembaga.¹⁶

Secara umum kata da'i ini lebih dikenal dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung ke arah yang lebih baik menurut syariat Islam, Al-Qur'an dan Sunnah. Karena da'i merupakan pionir untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Maka da'i yang sukses biasanya juga berangkat dari kepiawaiannya dalam memilih kata, mengolah kalimat, dan

¹⁴A.W. Munawwir, *Kamus Al-Munawwir: Arab-Indonesia Terlengkap*, (Jakarta: Pustaka Progresif, 1997), hlm. 407.

¹⁵Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 231.

¹⁶M.Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta Kencana, 2006), hlm..24

menyampaikannya dalam kemasan yang menarik.¹⁷ Jadi da'i adalah komunikator yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada sasaran dakwah yaitu mad'u.

3. Mad'u

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau objek yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i, baik individu, kelompok baik beragama Islam atau tidak, dengan kata lain seluruh manusia sebagai makhluk Allah SWT yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan berikhtiar. Kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya sendiri, mulai dari individu, keluarga, kelompok, massa, dan umat seluruhnya.¹⁸ jadi Mad'u adalah komunikan sang penerima pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dari segi sosologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dari kota besar.
2. Dari struktur kelembangaan, ada golongan priyayi, abangan, dan golongan orang tua.
3. Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua.

¹⁷Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hlm.127

¹⁸Enjang, Aliyudin, Op. Cit., hlm. 96

4. Akhlak, yaitu meliputi: Akhlak terhadap khaliq, Akhlak terhadap diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, Akhlak terhadap bukan manusia (flora, fauna, dan lain sebagainya).

4. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa latin *methodos* adalah cara-cara yang digunakan, metode dakwah berarti cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah, agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.¹⁹ Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).

Menurut Jamaluddin Kaffie metode dakwah yang masih tetap hidup dan berkembang adalah:

- a. Metode sembunyi-sembunyi, pendekatan kepada saudara dan orang terdekat.
- b. Metode Bil-lisan dengan ucapan, Bil Qolam dengan tulisan, dan Bil Hal dengan perbuatan atau aksi nyata.
- c. Metode Bil Hikmah dengan lembut, Mauidzoh hasanah dengan nasihat, dan Bil lati hiya ahsan dengan berdebat cara yang baik.
- d. Amar ma'ruf nahi munkar, tawashau bi al-haq wa al-sabr, tadzkirah.²⁰

Metode dakwah sangat dibutuhkan dalam proses dakwah agar seorang Da'i mampu menyampaikan pesan dakwahnya yang sampai pada hati dan pikiran mad'unya.

¹⁹Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 68

²⁰Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993) hal.39

5. Media Dakwah

Media dakwah yaitu, segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Hamzah yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.²¹

Media dakwah merupakan alat yang digunakan para Da'i untuk membantu mensukseskan proses dakwah mereka. Media yang digunakan juga beragam dan efektif dalam berdakwah. Dengan banyaknya media, seorang dai harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

a. Tidak ada satu media lain yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.

b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah.

Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah

c. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.

e. Pemilihan media hendaknya dilakukan berdasarkan penilaian objektif.

f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.

g. Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.

6. Efek Dakwah

Efek dakwah atau atsar berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. Atsar (efek) sering disebut dengan feedback (timbang balik) dari proses

²¹Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hlm. 47

dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). Da'i yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap mad'u. Apabila mad'u setelah mendengarkan pesan yang disampaikan kemudian menerima dan mulai memperbaiki diri menjadi lebih baik lagi maka da'i bisa disebut sukses, daripada da'i yang hanya menyampaikan saja tanpa memikirkan respond atau efek yang terjadi pada mad'u.

7. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Dakwah pada dasarnya mempunyai dua fungsi utama, yaitu fungsi risalah dan fungsi kerahmatan. Secara kerisalahan, dakwah dapat dipahami sebagai proses pembangunan dan perubahan sosial menuju kehidupan yang lebih baik. Sedangkan dakwah dalam fungsi kerahmatan adalah upaya menjadikan islam sebagai konsep bagi manusia dalam menjalankan kehidupannya.

Berdasarkan fungsi diatas, dikembangkan beberapa fungsi lain yaitu:

- a. Fungsi *Informatif* yaitu Menyampaikan suatu informasi kepada objek yang diinginkan.
- b. Fungsi *Tabyin* adalah fungsi kedua setelah syari'at Al-Qur'an diinformasikan kepada publik. Para Da'i harus bertindak sebagai narasumber yang berfungsi

menjelaskan hakikat islam kepada audien. Karena itu tabyin merupakan salah satu konsep dakwah yang diperkenalkan oleh al-Qur'an.

c. Fungsi *Tabisyir* dan *Tanzil* merupakan dua pendekatan dakwah yang berfungsi memberikan berita gembira bagi para penerima dakwah dan sebaliknya menginformasikan tentang ancaman yang akan menimpa orang-orang yang menolak kehadiran dakwah islam.²²

d. Sebagai sebuah petunjuk, dakwah islam mutlak dilakukan agar islam menjadi rahmat penyejuk bagi kehidupan manusia.

e. Menjaga orisinal pesan dakwah dari Nabi SAW.dan menyebarkannya kepada lintas generasi.

f. Mencegah laknat Allah SWT, yakni siksaan untuk keseluruhan manusia di dunia.

Sedangkan tujuan dakwah secara umum adalah menyelamatkan umat manusia dari kegelapan menuju jalan terang benderang dalam ajaran Islam sehingga mereka dapat melihat kebenaran. Tujuan dakwah dibagi menjadi 2 yaitu:

- a) Tujuan khusus dimaksudkan agar dalam pelaksanaan dakwah terarah, jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antar juru dakwah.
- b) Tujuan umum dakwah adalah suatu yang hendak mewujudkan dalam aktivitas dakwah. Tujuan dakwah yang bersifat umum dimana gerakan dakwah harus ditunjukkan dan di arahkan.

²²Rasyidah, *Ilmu Dakwah* (Banda Aceh:Bandar Publishing, 2009), hlm. 71-72

Untuk melihat keberhasilan kegiatan dakwah terutama yang berhubungan dengan tujuan jangka panjang, tentunya memerlukan proses dan waktu yang cukup lama. Melihat perjuangan Rasulullah SAW dihubungkan dengan turunnya Al-Qur'an yang diturunkan secara berangsur-angsur, selama itu pula Rasulullah dan para sahabatnya tekun mengajarkan Al-Qur'an dan membimbing umatnya. Sehingga, pada akhirnya mereka berhasil membangun umat yang di dalamnya terpadu ilmu dan iman, keadilan dan kemakmuran dibawah ridho illahi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis isi yang sering kali digunakan untuk mengkaji pesan-pesan dakwah. Pendekatan ini bertujuan untuk mencari makna kata atau kalimat, serta makna tertentu yang tergantung dalam sebuah media instagram. Metode analisis isi digunakan untuk menelaah isi dari suatu dokumen, dalam penelitian ini dokumen yang dimaksud adalah media social instagram. Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu.¹

B. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang menunjukkan kualitas atau mutu dari suatu yang ada, berupa keadaan, proses, kejadian/peristiwa dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan. Sedangkan bentuk operasional dan penelitian ini ialah melalui pendekatan kualitatif, yang menggunakan jenis data seperti:

¹Burhan Bugin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta, Kencana Prenenada Media, 2008), hlm.302

1. Sumber Data Primer adalah isi social media instagram.
2. Sumber Data sekunder yaitu pustaka-pustaka yang memiliki relevansi dan menunjang penelitian ini, yang berupa berbagai buku dan referensi terkait dengan judul penelitian dan juga media lain.

Dalam penelitian ini terdapat tiga akun instagram yang penulis teliti yaitu, pertama akun instagram @ustadzabdulsomad, kedua akun @adihidayatofficial dan akun instagram @hanan_attaki ketiga akun tersebut cukup populer dan banyak diminati oleh kaum milenial karena cara penyampaian dakwahnya menyesuaikan dengan kaum milenial. Akun tersebut bisa dikatakan populer karena bisa dilihat dari followers ketiga akun tersebut lebih dari 3jt hingga 8jt followers dan viewers postingan mereka 5.000 hingga lebih dari 100.000 viewers perpostingan.

Dalam penelitian ini postingan yang teliti adalah postingan yang di upload pada bulan maret yang dimana berindikator viewersnya 100.000 viewers keatas, dari kriteria diatas postingan pada bulan maret yang didapat yaitu pada akun @ustadzabdulsomad terdapat 45 postingan mulai dari 1 maret hingga 30 maret sedangkan pada akun @adihidayatofficial terdapat 5 postingan mulai dari 2 maret hingga 17 maret dan pada akun @hanan_attaki yaitu 11 postingan dari 5 maret hingga 31 maret.

Pesan dakwah yang diteliti adalah Aqidah, Syariah dan Akhlak, dari tiga ini penulis akan mencari pada akun yang diteliti tersebut.

C. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan meneliti data-data atau dokumen-dokumen tertentu yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Dokumentasi dapat dipakai sebagai alat bukti atau sebuah keterangan.

E. Tehnik Pengelolaan dan Analisis Data

Analisi data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar. Tujuan analisis data adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah di baca dan diimplementasikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pendekatan deskriptif yang merupakan suatu proses menggambarkan keadaan sasaran yang sebenarnya. Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Mereduksikan data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang lebih direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Data display (penyajian data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat diuraikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan

data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga adalah analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan data verifikasi, setiap kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara yang akan berubah bila diperoleh data baru dalam pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan-kesimpulan yang akan diperoleh selama dilapangan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali dan meninjau ulang catatan lapangan sehingga berbentuk penegasan kesimpulan.

F. Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan, penulis menggunakan teknik trigulasi yaitu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Menurut Dwidjiwanto analisis trigulasi terdapat lima macam, yaitu Trigulasi Sumber, Trigulasi Waktu, Trigulasi Teori, Trigulasi Sumber, Trigulasi Periset dan Trigulasi Metode.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Akun Instagram Abdul Somad, Adi Hidayat dan Hanan Attaki

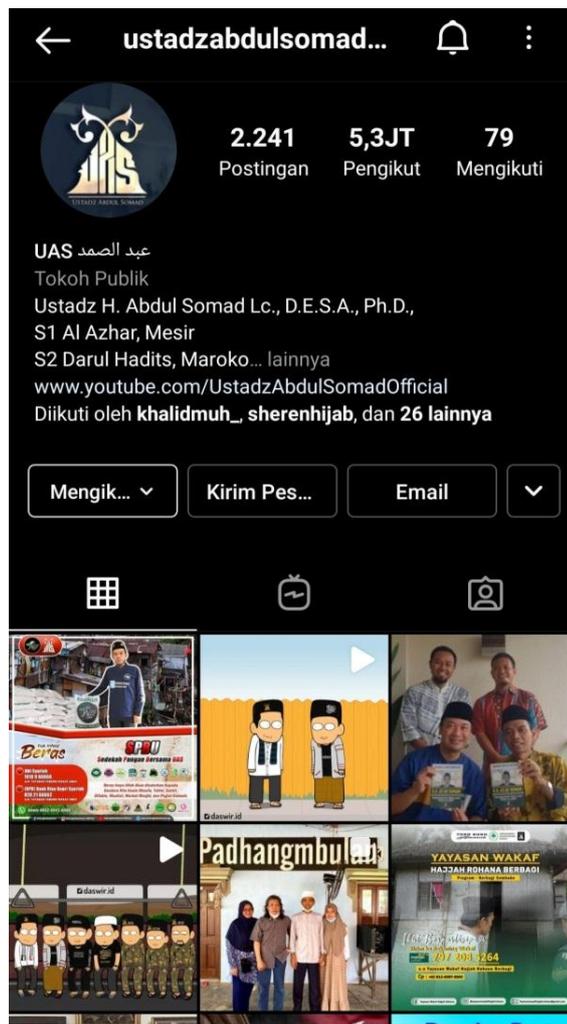
1. Instagram Ustad Abdul Somad

Ustad Abdul Somad adalah seorang pendakwah dan ulama Indonesia berdarahmelayu yang selalu menebarkan berbagai macam kajian agama khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fikih di seluruh Indonesia. Lahir di Silo Lama, Asahan, Sumatera Utara, 18 Mei 1977. Beliau juga salah satu ustad yang rajin mengunggah video dakwah di media sosial Instagram. Beliau juga aktif di media sosial Instagram ia kerap membagikan dakwah yang berbentuk video tak hanya itu ia juga kerap membagikan kegiatan berbagi kebaikan seperti membagi sambako dan pembuatan pesantren, juga kumpul bersama sahabat-sahabat. Karena beliau mengerti bahwa di era internet, kekuatan media sosial merupakan media dakwah yang efektif untuk menyebarkan syiar Islam keseluar dunia. Karakter cara penyampaian dakwah ustad Abdul Somad mudah dimengerti sehingga tak heran jika jamaah yang hadir selalu ramai disaat ia membawakan kajian di majelis.¹

Gambaran umum akun Instagram @ustadzabdulsomad dibuat pada tahun 2019, hingga saat ini ia mempunyai 5,3 juta *followers* dan masih terus bertambah, 76 akun yang diikutinya. Followers nya sangat beragam baik remaja, orang tua dan dari kalangan selebritis sampai pejabat pemerintah. Dalam Instagram @ustadzabdulsomad sudah memposting 2.249 postinganyang terdiri dari foto dan

¹ Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, (Jakarta: Qultum Media), 2018

video, postingan yang berupa gambar lebih banyak tentang kegiatan beliau, sedangkan yang diposting adalah video dakwah dan video kegiatan beliau engan sehabatnya, Dibalik video yang berdurasi 1 menit lebih dan foto yang ia upload selalu ada caption-caption yang memotivasi. Hal ini dilihat dari akun instagram Ustad Abdul Somad yang diakses 1 April 2021, yaitu:



Gambar 1

Gambar akun instgaram ustad Abdul Somad

Sumber:<http://www.instagram.com/@ustadabdulsomad/>

2. Instagram Ustad Adi Hidayat

Ustad Adi Hidayat adalah seorang ulama asal Indonesia yang dapat menguasai isi kitab suci Alquran beserta letak barisnya. Selain itu, ia juga

menguasai ilmu hadis dan berbagai kitab agama beserta makna dan posisinya. Lahir di Pandeglang, Banten. Pada 2013 ia mendirikan Quantum Akhyar Institute dan tiga tahun berikutnya ia mendirikan Akhyar Tv sebagai media dakwah utama. Namun tak hanya itu Ustad Adi Hidayat juga aktif di media sosial instagram sebagai media dakwah nya, karena ia paham di era internet seperti saat ini media sosial merupakan media dakwah yang efektif untuk menyebarkan syiar Islam ke seluruh dunia.² Beliau sering membagikan kegiatan jadwal kajian rutin yang akan ia bawakan selain itu ia kerap membagikan dakwah yang berbentuk video dan foto. Dari video dan foto tersebut ia selalu menuliskan caption-caption dakwah dan ajakan untuk melakukannya kebaikan.

Gambaran umum akun instagram @adihidayatofficial dibuat pada tahun 2016, hingga sampai saat ini *followers*@adihidayatofficial mencapai 3,1 juta dan masih terus bertambah, 19 akun yang dikutinya. *Followers*nya beragam dan adapun akun yang ia follow sebanyak 19 akun itu adalah berupa ustad atau pendakwah. Hal ini dilihat dari akun instagram Ustad Adi Hidayat yang diakses 1 April 2021, yaitu:

² AkhyarTV, *Op.Cit.*



Gambar 2

Gambar akun instagram ustad Adi Hidayat
 Sumber:<http://www.instagram.com/@adihidayatofficial/>

3. Instagram Ustad Hanan Attaki

Hanan Attaki adalah seorang pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan gaya hidup anak muda. Ia merupakan pendiri gerakan Pemuda Hijrah yang aktif dakwah di komunitas pemuda seperti geng motor, anak punk dan hobi lainnya. Beliau populer di kalangan anak muda sebab kajian yang dibawakan menarik dan penyampainya mudah dimengerti. Lahir di Banda Aceh 12 Juli 1981 dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Beliau juga salah satu ustad yang aktif berkawah di instagram. Karena beliau

mengerti bahwa di era internet ini, kekuatan media sosial merupakan media dakwah yang efektif untuk menyebarkan syiar Islam ke seluruh dunia.

Karakter cara penyampaian dengan menarik dan suara khasnya juga mudah di mengerti tak heran jika jammah yang hadir selalu ramai saat ia membawakan kajian di majelis.

Gambaran umum akun instagram @hanan_attaki dibuat pada tahun ia mempunyai *followers* 8,7 juta dan masih terus bertambah. Dengan membagikan sebuah dakwah yang berbentuk video dengan suara khas nya, ia juga kerap membagikan kegiatan yang ia lakukan di instagram, akun yang diikutinya sebanyak 105. *Followers* nya beragam mulai dari anak muda, orang tua dan dari ustad, selebritis. Hal ini dilihat dari akun instagram Ustad Hanan Attaki yang diakses 1 April 2021, yaitu:



Gambar 3
 Gambar akun instgram ustad Hanan Attaki
 Sumber:http://www.instagram.com/@hanan_attaki/

B. Pesan Dakwah Dalam akun instagram ASAHHA

Ustad adalah pemuka agama atau guru yang bertugas untuk membina atau membimbing dan mengayomi umat islam dalam permasalahan agama maupun kehidupan sehari-hari. Ustad berkewajiban untuk mmberi atau menyampaikan dakwah atau kebenaran di jalan Allah. Dakwah adalah menyeru atau mengajak, memanggil manusia kepada kebaikan. Dakwah juga merupakan menyeruh kepada yang makruf dan mencegah kepada yang mungkar.

Salah satu metode berdakwah adalah menggunakan media sosial seperti instagram. Beberapa ustad yang menggunakan instagram dalam berdakwah diantaranya adalah ustad Adi Hidayat dan ustad Hanan Attaki. Ketiganya merupakan pendakwah yang berdakwah di instagram dan mendapatkan dukungan dari masyarakat hal ini di dukung dari jumlah *followers*.

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan beberapa pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui akun instagram ASAHHA.

1. Akidah

Aqidah adalah masalah yang paling fundamental dalam ajaran Islam, karena akidah merupakan dasar konsepsi dari keseluruhan ajaran islam. Dengan demikian akidah merupakan keimanan atau kepercayaan dan sebagai organ tubuh yang berdiri tegak diatas syariat Islam.

Dari instagram yang diteliti terdapat 45 postingan Abdul Somad yang diteliti dan 5 dari akun Adi Hidayat serta 11 dari akun Hanan Attaki. Dari jumlah yang telah penulis teliti terdapat beberapa yang mengandung pesan dakwah Aqidah.

Yaitu pada akun instagram @ustadzabdulsomad terdapat 45 pesan dakwah namun untuk aspek pesan dakwah aqidah didalam postingan tersebut yakni di wakikan dengan bentuk kata iman kepada Allah yang dimana telah kita ketahui Iman kepada Allah adalah keyakinan yang kuat tentang keberadaan Allah, yang dimana Rabb yang berhak atas diibadahi, hati yang selalu tenang dan damai jika bersamanya dalam menjalankan perintahnya dan menjahui segala larangannya. Pada akun @ustadzabdulsomad terdapat postingan yang berbentuk akidah yang

diwakili dengan iman kepada Allah pada tanggal 28 maret 2021 beliau menjelaskan ketika makhluk mejauh darimu, sebenarnya itu hanya cara Allah agar hatimu hanya bergantung pada Allah. Dibalik kesulitan, selalu ada persediaan kemudahan disiapkan Allah. Dapat kita deksripsikan jika ada yang melukaimu, menyakitimu jangan berduka lara karena dibalik itu ada Allah yang selalu mendengar keluh kesah mu mengadu lah kepada Allah. Mendengar adalah sifat yang melekat pada Allah SWT dan tak mungkin hilang, karena sifat mendengar mencakup seluruh makhluk yang ada dimuka bumi ini baik liris maupun dikeraskan Allahpun mendengar dan memahaminya.

Dengan mengetahui sifat Allah yang Maha Mendengar dan Maha Mengetahui maka sejalan dengan postingan ustad Abdul Somad maka tidak ada lagi alasan seleuruh makhluk alam semesta khususnya manusia untuk berdoa dan berharap selain kepada Allah. Karena pendengaran dan pengetahuan Allah tidak dibatasi oleh apapun dan janji Allah itu pasti kepada siapapun yang berharap kepadanya.

Allah SWT berfirman dalam QS. Surat Al-Insyirah Ayat 6

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan³

Sedangkan aspek pesan dakwah akidah pada akun Hanan Attaki diwakilkan dengan kata keyakinan dalam do'a yang dimana do'a adalah bentuk keyakinan hamba nya kepada Allah dan perbuatan yang tidak merugikan hambanya. Pada akun @hanan_attaki pada tanggal 7 maret 2021 tentang kekuatan do'a beliau

³ Kementerian Agama RI, *Al-Quran da Terjemahannya* surah Al-Insyirah :6

menjelaskan segala sesuatu didunia ini akan pergi dan tidak akan kembali kecuali do'a ia pergi namun pasti akan kembali, segala sesuatu didunia kalau sudah pergi tidak akan kembali, beliau menjelaskan pergi disini adalah kembali kepada allah. Tapi kalau doa ia pergi ke allah tapi ia akan kembali kepada yang meminta. satu-satunya didunia ini yang pergi ke Allah dan kembali hanya lah doa. Allah berjanji, apa kata Allah? "Inni qoribun" aku itu dekat gak mungkin aku gak dengar doa kalian. Begitu berdoa kita pikir Allah dengar gak ya? Jangan-jangan doa saya belum dijawab kayaknya Allah ga dengar doa yang kemarin, saya harus kersakan lagi suara saya, enggak. Inni qorib, arti ini qorib aku itu dengar banget apa yang kamu ucapkan.

Telah kita ketahui do'a merupakan perintah Allah kepada hambanya agar selalu meminta kepadanya. Doa merupakan otaknya ibadah, maka Allah memerintahkan kepada manusia agar berdoa kepada-nya dan Allah sangat melarang berdoa dan meminta kepada selain-nya karena hal itu termasuk kepada perbuatan syirik yang artinya menyekutukan atau menduakan Allah. Berdoa merupakan sarana yang paling tepat untuk kita mengajukan permohonan kepada Allah, oleh karena itu Allah berjanji akan mengabulkan doa bagi siapa saja yang meminta kepada-nya.

Dalam melakukan suatu pekerja atau usaha apapun harus diiringi dengan keyakinan kepada Allah, keyakinan bahwa semua yang dikerjkan akan berhasil. Dalam keberhasilan bukan karena kekuatan atau kehebatan diri sendiri dalam pencapaiannya namun karena Allah yang telah membuatnya menjadi keberhasilan.

Maka dari situ harus ada keyakinan agar semua yang dikerjakan berhasil. Apalagi dalam berdoa kita harus ada keyakinan bahwa Allah akan mengabulkannya.

2. Syariah

Istilah Syariah dalam konteks kajian Islam menggambarkan kumpulan tentang norma-norma hukum yang merupakan hasil tasyri. Pesan dakwah dalam bidang syariah ini di maksudkan untuk memberi gambaran yang benar, pandangan yang jernih.

Dari instagram yang diteliti terdapat 45 postingan Abdul Somad yang diteliti dan 5 dari akun Adi Hidayat serta 11 dari akun Hanan Attaki. Dari jumlah yang telah penulis teliti terdapat beberapa yang mengandung pesan dakwah Syariah.

Aspek syariah pada akun instagram ustadz Abdul Somad diwakilkan dengan kata bentuk sedekah, yang dimana dalam postingan beliau pada tanggal 30 maret 2021 anak beliau membuat tebungan sedekah subuh dan memberikan hasil tabungan sedekah subuhnya kepada Yayasan Tabung Wakaf Umat untuk membeli beras bagi dhuafa. Sedekah subuh adalah kegiatan beramal, mengeluarkan harta yang tujuannya untuk kebaikan mereka yang membutuhkan, beramal dengan mengeluarkan harta untuk digunakan di jalan allah yang dilaksanakan se usai salat subuh.

Sedekah merupakan pemberian yang di berikan oleh seseorang lain secara spontan dan sukarela tanpa batasan waktu dan jumlah tertentu. Perlu diketahui manfaat sedekah bagi orang yang mengeluarkan yakni sebagai kesempurnaan

iman dan Islam yang dimana Islam adalah agama yang membawa rahmat bagi semesta.

Karena itu Islam bukan hanya mengajarkan bagaimana seorang muslim itu berhubungan dengan tuhan nya namun Islam juga mengajarkan bagaimana muslim berhubungan baik dengan keluarganya, tetangganya, dan masyarakatnya. Manfaat sedekah bagi yang menerima, manfaat lahir dan batin secara lahir orang yang menerima akan dicukupkan kebutuhan dan diringankan beban kesulitan hidupnya, secara batin orang yang mendapatkan sedekah juga mendapatkan manfaat batin yang dimana mereka merasakan terbantu dan akan tumbuh dalam diri betapa orang lain memperhatikan dan membantunya.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah/2:195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Terjemahannya:

dan hendaklah kamu (bersedekah atau berinfak) di jalan Allah, dan janganlah kamu mencampakan diri kamu ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”⁴.

Sedangkan dalam postingan Hanan Attaki aspek syariah ia berbentuk infak yang terdapat pada postingan tanggal 5 maret 2021 yang dimana didalam postingan itu beliau mengucapkan terimakasih kepada yang telah menyalurkan infak kemanusiaan di dalam negeri dan ke luar negeri dan beliau megatakan semoga syiar dakwah kemanusiaan semakin bergaung di seluruh dunia.

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qu'an da Terjemahannya* surah Al-Baqarah (2):195 Surabaya: Mahkota Surabaya, 1999)

Perlu kita ketahui infaq adalah mengeluarkan harta dengan suka rela yang dilakukan oleh seseorang. Allah memberikan kebebasan kepada pemiliknya untuk menentukan jenis harta, berapa jumlah yang sebaiknya diserahkan, setiap kali ia memperoleh rezeki sebanyak yang ia kehendaknya. Dari itu Allah membiarkan siapapun dan berapapun yang ingin berinfaq.

Sedangkan aspek syariah pada Adi Hidayat ia di wakili dengan Hukum Main Catur, dalam postingan belau pada tanggal 24 maret 2021 ia menjelaskan bagaimana hukum bermain catur. Ia mengatakan Didalam video yang dimainkan kedua rekannya ustad menjelaskan “Jadi hukum catur itu kalau melahirkan perdebatan, perselisihan, apalagi saling mencela, apalagi ada nuansa tempat main judi maka itu hukumnya mutlak haram” Sahabat ali bin Abi Thalib, Ibnu Abas Said bin zubair, mereka semua diantara yang mengharamkan. Namun bermain catur juga diperkenankan jika dilakukan sesuai kondisi tertentu dan tidak melalaikan shalat dan juga menjaga lisan dari perkataan buruk.

Disini dapat kita ketahui bahwa bermain catur hukumnya haram, kita bisa mengantikan dengan permainan lain untuk menjaga syariah kita dalam islam.

3. Akhlak

Akhlak adalah suatu perangkat tata nilai bersifat samawi dan azali, yang mewarnai cara berfikir, bersikap, dan bertindak. Akhlak merupakan kata yang digunakan untuk mengistilahkan perbuatan manusia yang kemudian diukur dengan baik. Dalam islam ukuran yang digunakan untuk melihat baik atau buruknya tidak lain adalah ajara-ajaran Islam itu sendiri (Alquran dan Al-hadist),⁵

⁵ Abdullah Salim, *Akhlak Islami* (Jakarta : *Media Dakwah* ,1994), hal.11

Adapun Akhlak di bagi menjadi dua bagian sebagai berikut :

1. Akhlak terhadap Allah meliputi beribadah kepada Allah, yaitu melaksanakan perintah Allah untuk menyembah-Nya, berdzikir kepada Allah, berdoa kepada Allah, tawakkal kepada Allah dan tawadhu kepada Allah.
2. Akhlak terhadap manusia yaitu meliputi menjaga hubungan dengan tetangga, berbagi kepada orang kurang mampu, jujur dan lain sebagainya.

Dari instagram yang diteliti terdapat 45 postingan Abdul Somad yang diteliti dan 5 dari akun Adi Hidayat serta 11 dari akun Hanan Attaki. Dari jumlah yang telah penulis teliti terdapat beberapa yang mengandung pesan dakwah Aqidah.

Dalam akun @ustadzabdulsomad aspek Akhlak berbentuk bersholawat dengan sahabatnya, yang dimana pada akun 23 maret 2021 beliau menjalin silaturahmi dengan sahabatnya dan bersholawat bersama “Sholallah ala Muhammad, Shollallah ala wasallam, Shollallah ala Muhammad, Shollallah alaihi wasallam, Ya nabi salam‘alaika, Ya Rasul salam‘alaika, Ya habib salam‘alaika, Sholawatullah‘alaika. Dari postingan itu dapat kita simpulan bahwa menjaga silaturahmi dengan para bersaudara adalah suatu kebaikan. Perlu kita ketahui silaturahmi adalah bentuk hubungan atau menghubungkan. Inti atau pokok dari silaturahmi adalah rasa kasih sayang, menyambung tali persaudaraan dan menyambung sanak. Ahklak yang baik harus mampu menjaga tali persaudaraan karena menurut sebagian para ulama, di antara tidak membolehkan

adanya persengketaan selama tiga hari karena terdapat amarah dan akhlak yang jelek. Dengan demikian, tidak dihalalkan bagi muslim bersengketa dengan saudaranya lebih dari tiga hari.

Sesungguhnya tidak berakhlak seseorang diantara umat Islam yang tidak mau mengucapkan shalawat dan salam atas Rasulullah, sedangkan diri telah di beri Allah rahmat agama yang tidak ternilai harganya. Jadi sebagai umat Rasulullah sudah sepatutnya orang-orang Islam selalu membacakan shalawat keapa Rasulullah Saw.

Sedangkan aspek akhlak pada akun instagram @adihidayatofficial diwaliki dengan bentuk silaturahmi bersama atlit-atlit Nasional Tenis Meja Indonesia, disana beliau menjelaskan semoga dengan diadanya ajang ini selain untuk mempererat tali silaturahmi juga dapat memberikan semangat lebih untuk atlit-atlit kita dalam menukir prestasi dalam kancah Internasional dalam bidang olahraga tenis meja. Dari sini dapat kita lihat bahwa menjalin silaturahmi tak hanya dengan mendatangi di rumah saudara namu bisa dengan berolahraga bersama. Selain mempererat silaturahmi tapi juga menyehatkan tubuh.

Adapun Hanan Attaki dalam aspek akhlak ia lebih kepada tawwakal, dalam postingan beliau pada tanggal 23 maret 2021 ia menjelaskan tentang akhlak yang bepegang teguh kepada Allah, ia mengatakan Orang yang mengenal Allah SWT orang yang dzikir dan fikir. Apa itu dzikir dan pikir? dzikir, orang yang selalu ingat Allah. Fikir, orang yang selalu memikirkan tentang kebesaran-kebesaran Allah SWT. Kenapa penting mengenal Allah SWT? karena seseorang yang tidak mengenal Allah maka dia tidak punya pegangan hidup. Pegangan

hidup dia adalah materi, harta, keluarga, teman, makhluk sedangkan makhluk adalah selama-lemah pegangan hidup seseorang. Terus apa pegangan kita yang paling kuat? pegangan kita yang paling kuat adalah Allah SWT, Urwatil Wutsqo dan kita disuruh untuk berpegang kepada tali Allah Wa'tasimu bihablillah sehingga orang yang berpegangan kepada Allah ga mudah kecewa, orang yang berpegang kepada Allah ga akan pernah merasa sendiri, kenapa? Ada Allah SWT.

Ini adalah termasuk pada akhlak kepada Allah yang dimana tetap tawwakal kepada Allah, telah kita ketahui tawwakal adalah menyerahkan diri kepada Allah, mempercayakan dan mewakilkan. Dengan tawwakal kita dapat memahami kekurangan dan kelebihan dari suatu keadaan, orang yang bertawwakal akan lebih menghargai setiap kekurangan dan kelebihan yang ada pada diri manusia. Prilaku tawwakal mencerminkan akhlak yang baik.

C. Bagaimana Efek pesan dakwah terhadap *followers*

Efek positif dan negatif dapat dilihat dari postingan pada akun instagram Ustad Abdul Somad, Hanan Attaki dan Ustad Adi Hidayat. Adapun respon *followers* dari akun instagram Ustad Hanan Attaki dan Ustad Adi Hidayat terkait dengan postingan dakwah yang di syiarkan bersifat positif dan negatif.

Pada ketiga akun tersebut, sangat terlihat berbagai respon dari *followers* baik itu positif maupun negatif. Respon positif dan negatif dapat dilihat dari komentar pada postingan yang mereka upload, dari respon itu dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan dakwah di media sosial sangat lah rentan komentar positif dan negatif. Hal ini menunjukkan kurangnya interaksi secara nyata antara kedua

belah pihak antara Ustad dan *followers* nya sehingga dapat menimbulkan persepsi masing-masing yang turun dari pemikiran dan ha nya berdasarkan media sosial.

Followers sangat bebas berkomentar tanpa adanya landasan bukti yang kuat atau nyata dan ikut dalam informasi yang terkadang bersifat memprovokasi dan menjatuhkan. Namun respon positif dari *followers* di instagram, da'i dapat berkreasi membuat untuk menyampaikan konten dakwah melalui video yang mereka posting.

1. Ustad Abdul Somad

Ustad Abdul Somad adalah seorang pendakwah dan ulama Indonesia berdarahmelayu, ia juga aktif di media sosial instagram di instagram ia kerap membagikan dakwah yang berbentuk video tak hanya itu ia juga kerap membagikan kegiatan berbagi kebaikan seperti membagi sambako dan pembuatan pesantren juga kumpul bersama sahabat-sahabat. Berbagi adalah ciri khas seorang ustad Abdul Somad tak hanya ia yang sering berbagi atau bersedekah anak belai pun bersedekah dengan menyerahkan hasil tabungan subuhnya kepada Yayasan Tabung Wakaf Umat untuk membeli beras bagi dhuafa. ini didukung oleh postingan gambar yang berjudul “berbagi bukaan puasa di bulan ramadhan”



Gambar 4

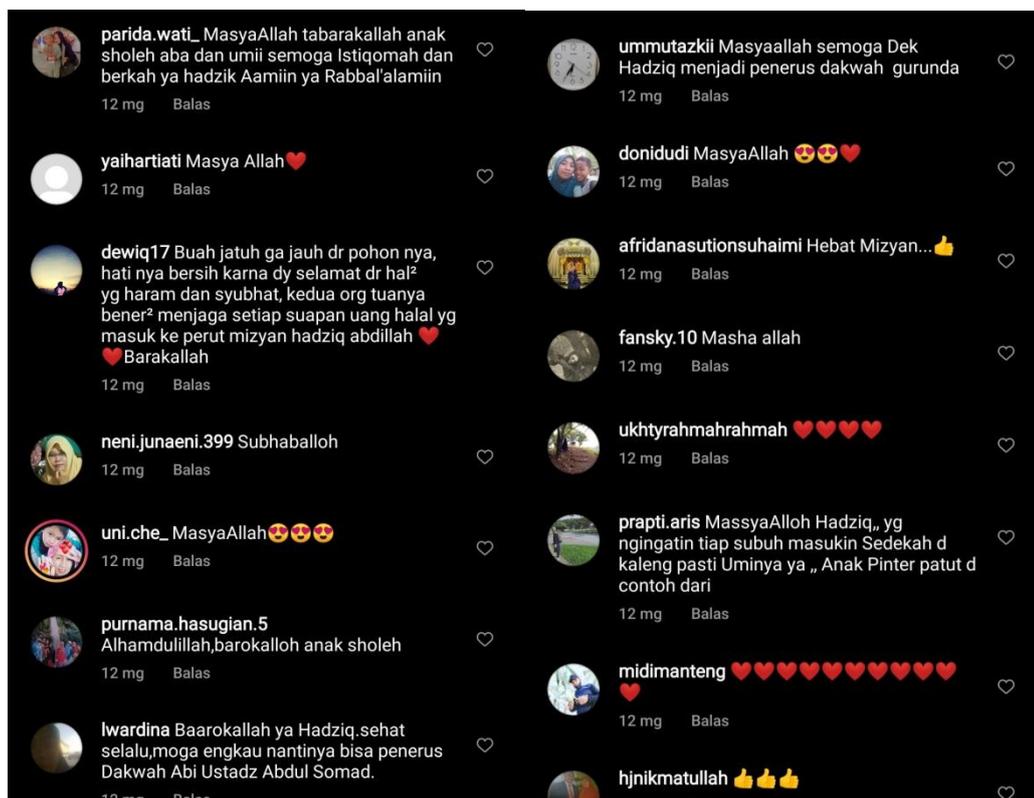
Gambar postingan instagram ustad Abdul Somad
Sumber:<http://www.instagram.com/@ustadzabdulsomad/>

Teks gambar “ Mizyan Hadziq Abdilla, anak UAS masih kelas 1 SD, ikut membuat tabungan sedekah subuh. Hasil sedekah subuh diserahkan kepada yayasan tabung wakaf umat untuk membeli beras bagi dhuafa. Semoga Hadzin terlatih dengan kebiasaan-kebiasaan baik sejak kecil semoga dan istiqomah”

Konten diatas dapat disimpulkan bahwa konten dakwah mengandung ajakan bersedekah seperti berbagi untuk dhuafa, anak yatim santri.

Adapun dari postingan ustad Hanan Attaki mendapatkan berbagai respon positif dan negatif.

a. Efek positif *followers* Ustad Abdul Somad



Gambar 5

Gambar komentar instagram ustad Abdul Somad
 Sumber:<http://www.instagram.com/@ustadzabdulsomad/>

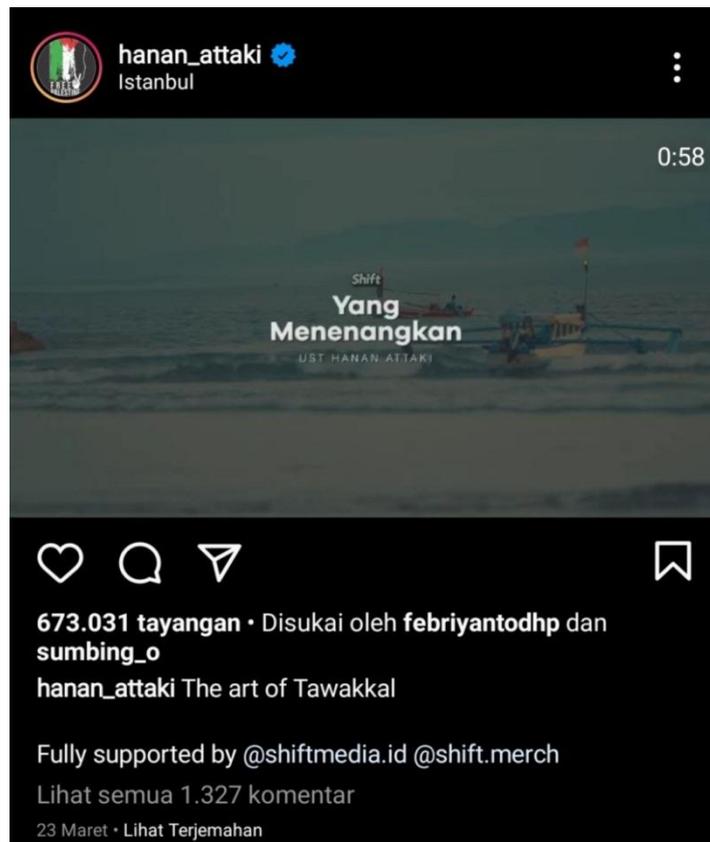
Pada gambar diatas, dapat di simpulkan terdapat komentar *followers* pada akun ustad Abdul Somad yang memiliki persepsi positif terhadap postingannya. *Followers* memberikan pujian kepada anak UAS atas apa yang dilakukannya serta doa selalu sehat serta mendoakan agar meneruskan dakwah dari Ustad Abdul Somad.

Pada postingan ini terdapat 189 followers berkomentar namun tidak ada satupun komentar negatif di postingan ini, bisa dilihat dari postingan ini tidak ada

komentar negatif membuktikan bahwa ustad Abdul Somad sangat dicintai oleh masyarakat.

2. Ustad Hanan Attaki

Hanan Attaki adalah seorang pendakwah Indonesia yang menyampaikan ceramah yang dekat dengan keseharian dan gaya hidup anak muda. Ia aktif berkawah di instagram dengan membagikan sebuah dakwah yang berbentuk video dengan suara khas nya, ia juga kerap membagikan kegiatan yang ia lakukan di instagram. Ustad Hanan Attaki selalu berusaha menginspirasi anak muda dan masyarakat luas untuk lebih tawakal dalam hal apapun ini di dukung dari salah satu postingan video yang berjudul tawakal “yang menenangkan”



Gambar 6

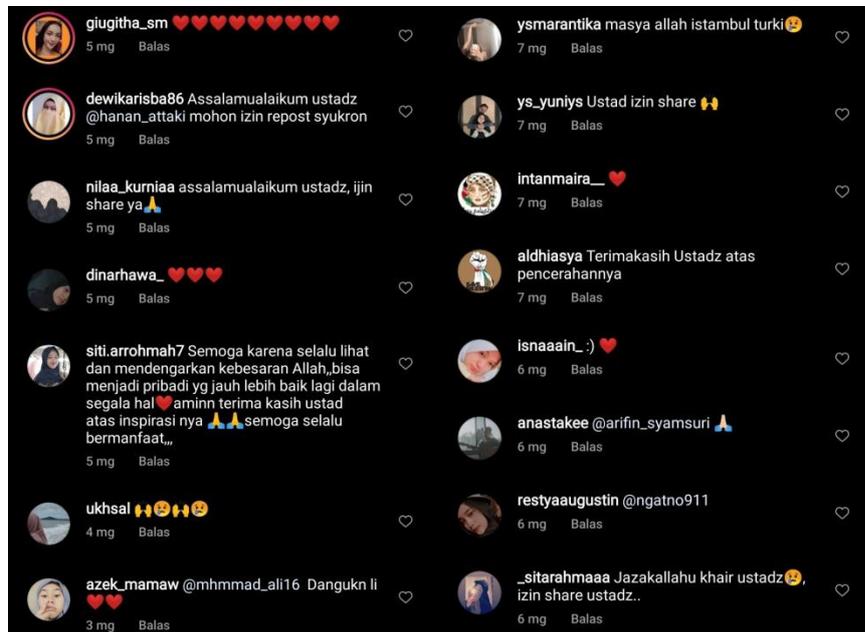
Gambar postingan instagram ustad Hanan Attaki
 Sumber: http://www.instagram.com/@hanan_attaki/

Teks video “Orang yang mengenal Allah SWT orang yang dzikir dan fikir. Apa itu dzikir dan pikir?dzikir,orang yang selalu ingat Allah. Fikir, orang yang selalu memikirkan tentang kebesaran-kebesaran Allah SWT.Kenapa penting mengenal Allah SWT?Karena seseorang yang tidak mengenal Allah maka dia tidak punya pegangan hidup.Pegangan hidup dia adalah materi, harta, keluarga, teman, makhluk sedangkan makhluk adalah selemah-lemah pegangan hidup seseorang. Terus apa pegangan kita yang paling kuat?pegangan kita yang paling kuat adalah Allah SWT, Urwatil Wutsqo dan kita disuruh untuk berpegang kepada tali Allah Wa’tasimu bihablillah sehingga orang yang berpegangan kepada Allah tidak mudah kecewa,orang yang berpegang kepada Allah tidak akan pernah merasa sendiri, kenapa? Ada Allah SWT”

Dari postingan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalani kehidupan kenali lah Allah dan berpegangan lah kepadanya niscaya hidup mu akan sendiri.

Adapun dari postingan ustad Hanan Attaki mendapatkan berbagai respon positif dan negatif.

a. Efek positif *followers* Ustad Hanan Attaki



Gambar 7

Gambar komentar instagram ustad Hanan Attaki
 Sumber: http://www.instagram.com/@hanan_attaki/

Pada gambar diatas, dapat di simpulkan terdapat beberapa akun *followers* ustad Hanan Attaki memiliki persepsi positif terhadap postingannya, *followers* memberikan semangat dan doa kepada ustad Hanan Attaki tak hanya itu tak banyak pula dari *followers* izin untuk mengshare video yang beliau posting.

Pada postingan ini terdapat 1.327 followers berkomentar namun tidak ada satupun komentar negatif di postingan ini, bisa dilihat dari postingan ini tidak ada komentar negatif membuktikan bahwa ustad Hanan Attaki sangat di minati oleh para kaum anak muda dan masyarakat luas.

3. Ustad Adi Hidayat

Ustad Adi Hidayat adalah seorang ulama asal Indonesia yang dapat menguasai isi kitab suci Alquran beserta letak barisnya. Ustad Adi Hidayat sering

membagikan foto acara yang akan ia bawakan selain itu ia kerap membagikan dakwah yang berbentuk video. Dari video dan foto tersebut ia selalu menuliskan caption-caption dakwah dan ajakan untuk melakukannya. Ustad kerap mengajak untuk tetap menjaga ibadah, menjaga silaturahmi dengan persaudaraan ini didukung dari postingan dari salah satu yang berjudul “Silaturahmi bersama Kodam III siliwangi” di video pendek ini ia mengatakan karena bangsa yang hebat tidak akan pernah muncul kehebatan nya, kecuali dijaga dan dimakmurkan oleh orang-orang yang hebat pula.



Gambar 8

Postingan instagram ustad Adi Hidayat

Sumber:<http://www.instagram.com/@adihidayatofficial/>

Dari postingan diatas, dapat di simpulkan bahwa terdapat berbagai respon positif *followers* dari pemilik akun ustad Adi Hidayat yaitu mendapatkan dukungan untuk berdakwah dan berbagai komentar mendoakan masyaallah agar beliau sehat selalu.

Pada postingan ini terdapat 439 *followers* berkomentar namun tidak ada satupun komentar negatif di postingan ini, bisa dilihat dari postingan ini tidak ada komentar negatif membuktikan bahwa ustad Adi Hidayat sangat di minati oleh para kaum anak muda dan masyarakat luas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pesan-pesan dakwah pada akun instagram yang di teliti terdapat pesan dakwah Aqidah, Akhlak dan Syariah. pesan dakwah aqidah yakni tentang keimanan kepada Allah dan bentuk-bentuk kepercayaan kepada Allah. Pada aspek Syariah itu sedekah, infak dan hukum bermain catur. Pesan Akhlak silaturahmi dan tawwakal.

Adapun efek yang ditimbulkan dari postingan dakwah pada akun yang di teliti terdapat efek positif yang cenderung mendukung berdakwah dan mendoakan, memberi motivasi serta memberi dukungan untuk semangat dalam berdakwah.

B. Saran

Adapun saran-saran yang disampaikan peneliti adalah :

1. Untuk pengguna jangan hanya menjadikan instagram sebagai wadah bermedia sosial saja namun dapat menjadikan sebagai wadah menyampaikan hal-hal positif seperti berdakwah.
2. Bagipemilik akun ustad Abdul Somad, ustad Hanan Attaki dan ustad Adi Hidayat agar lebih meningkatkan pesan dakwah dalam bentuk akidah dan syariah karena yang peneliti dapatkan lebih dominan pesan dakwah berbentuk akhlak.
3. Peneliti merekomendasi pada penelitian selanjutnya untuk meneliti perbandingan isi dakwah antara da'i

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sidiq, 2017. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
- A.W. Munawwir, Kamus Al-Munawwir: Arab-Indonesia Terlengkap, (Jakarta: Pustaka Progresif, 1997), hlm. 407.
- "Instagram" (Online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada 15 September 2020
- "Instagram" (Online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.. Diakses pada 15 September 2020.
- Burhan Bugin, Sosiologi Komunikasi, (Jakarta, Kencana Prenada Media, 2008), hlm.302
- Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hlm. 47
- Instagram Handbook. hal. 7.
- Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993) hal.39
- M.Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta Kencana, 2006), hlm..24
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenade Media Group.2004), hlm.6
- Muhammad Imaduddin, 2018. "Respon Followers pada Pesan Moral Media Sosial Instagram (studi pada followers akun Instagram Ketimbang Ngemis Malang)" Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hlm.127
- Nur Rizky Toybah, 2016 . "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Banjarmasin, Banjarmasin.
- Nur Rohmah, 2016. "Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)", Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 231.

Rasyidah, *Ilmu Dakwah* (Banda Aceh:Bandar Publishing, 2009), hlm. 71-72

Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 68

Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi,2014), hal.47

Tayuh Mustikasari, 2016. “Diri Kreatif Pada Pengguna Instagram (Studi Fenomenologi Terhadap Pengguna Instagram)”, skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim Malang.