

**PESAN DAKWAH VIRTUAL USTADZ ADI HIDAYAT, Lc. MA  
PADA GENERASI MILENIAL MELALUI INSTAGRAM**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Sosial Islam (S.Sos)  
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh:**

**EFRI DEWI FAJARIAH**

**NIM: 1711310044**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
TAHUN 2021 M / 1442 H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh : **EFRI DEWI FAJARIAH, NIM. 1711310044** yang berjudul **“Pesan Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA Pada Generasi Milenial Melalui Instagram”** 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 munaqasah/ skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

Bengkulu, 26 Maret 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Suhirman, P.Pd**  
NIP. 196802191999031003

**Rini Fitria, S.Ag., M.Si**  
NIP. 197510132006042001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Dakwah

**Rini 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: **Efri Dewi Fajariah** NIM : 1711310044 yang berjudul **“Pesan Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA Pada Generasi Milenial”**. Telah diuji dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasyah Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 07 April 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, 18 Juni 2021

Dekan

**Dr. Suhirman, M.Pd**

NIP. 196802191999031003

Sidang Munaqasah

Ketua

Sekretaris

**Dr. Suhirman, M.Pd**

NIP. 196802191999031003

**Rini Firia, S.Ag., M.Si**

NIP. 197510132006042001

Penguji I

Penguji II

**Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I**

NIP.198306122009121006

**Wira Hadikusuma, M.S.I**

NIP. 198601012011011012

## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

(Q.S An-Nahl 125)

**RAHASIA KESUKSESAN ADALAH TEGUH PADA TUJUAN**

(Efri Dewi Fajariah)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang tak terhingga, sholawat beriring salam selalu tucurahkan kepada Rasulullah SAW atas Risalah yang dibawanya. Sekarang saya telah sampai pada penghujung dari perjuangan pendidikan stratra 1 (S1) dan dalam kesempatan ini akan saya persembahkan sebuah karya ini untuk:

- ❖ Terima kasih kepada diriku sendiri yang telah menemani dalam suka duka, gelap dan terang, lika liku proses penyelesaian tugas akhir, dan telah berjuang bersama hingga saat ini.
- ❖ Terima kasih Ayahandaku tercinta Selamadia dan Ibunda tercinta Rohila Wati serta ketiga saudara-saudariku M.Fadil Nur Abdi, Riris Oktavia Rahmadani dan Hero Misel Brokan. Yang menjadi motivasi penuh serta semangat dalam segala hal, sehingga membuat penulis selalu bangkit untuk memulai apapun dengan penuh semangat.
- ❖ Terima kasih kepda seluruh keluargaku yang selalu memberikan semangat dan do'a.
- ❖ Sahabat kosan dan seperjuanganku, Dewi, Rati, Sandewi, Lika, Devi, Halimah, Mahida, Nopi, Trika, seluruh sahabat seperjuangan penulis dari SD sampai SMK. Serta sahabat sekaligus teman seperjuangan penulis Rati dan Enjel.
- ❖ Sahabat seperjuangan di bangku kuliah KPI B 2017, serta sahabat cabean Ica, Fifa, Mega, Arumi, Irma, Mutia.
- ❖ Teman-teman KKN Perikanan Ikan Lele Kelompok 38 di Kampus IAIN Bengkulu.
- ❖ Untuk Almamater tercinta IAIN Bengkulu.
- ❖ Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Pesan Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA Pada Generasi Milenial” adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan 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 di 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 ketidak benaran pada pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 25 Maret 2021

Mahasiswa yang bersangkutan



Efri Dewi Fajariah

NIM. 1711310044

## ABSTRAK

**Nama : Efri Dewi Fajariah, Nim : 1711310044, Judul Skripsi : Pesan Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA Pada Generasi Milenial Melalui Instagram. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu.**

Pesan dakwah Ustadz Adi Hidayat, Lc, MA menggunakan media sosial di antaranya, media sosial instagram. Akun instagram @AdiHidayatofficial menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi instagram. Tujuan dari skripsi ini adalah bagaimana proses penyampaian pesan dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat melalui media instagram pada generasi milenial. jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif, yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang di teliti melalui data yang terkumpul apa adanya. Hasil penelitian ini adalah penyampaian pesan dakwah melalui fitur instagram seperti, fitur gambar yakni penyampaian pesan dakwah melalui gambar atau foto yang memiliki pesan yang baik sehingga remaja maupun dewasa tertarik untuk membacanya. Fitur video adalah penyampaian pesan dakwah melalui penglihatan dan pendengaran sehingga membuat remaja tertarik untuk melihatnya. Fitur *Captions* adalah penyampaian pesan dakwah yang bisa diambil makna postingan yang di unggah. Fitur *Montions* adalah fitur yang menandai seseorang yang kaitannya lebih erat dengan topic yang disampaikan, sehingga mempermudah pengguna lain mengetahui tentang postingan terbaru. Fitur *Hastag* yakni lebih memudahkan pengguna lain untuk menemukan kiriman dengan konten yang mirip atau yang menyerupai yang dibagikan oleh pengguna lain. Fitur *Comment* yakni lebih mengetahui bagaimana respon khalayak terhadap apa yang diunggah, dengan adanya fitur *commen* lebih mempermudah dalam hal menilai bagaimana pesan yang disampaikan direspon dengan baik oleh khalayak.

**Kata Kunci, *Pesan Dakwah, Media Sosial Instagram.***

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* puji syukur penulis ucapkan kehadira Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beriring salam tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi Wassalam sebagai pembawa Risalah kebenaran berupa Agama Islam dan kitab suci Alqur'an yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman. Skripsi dengan judul “ **Pesan Dakwah Virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA pada Generasi Milenial.**” Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu guna memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis selama dalam proses penyusunan hasil akhir (skripsi), baik dalam bentuk penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Seterusnya penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang sudah menjadi fasilitator untuk perkuliahan dan semua yang mendukung sehingga berjalan dengan baik.



2. Dr. Suhirman, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, IAIN Bengkulu, sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan dan arahnya
3. Rini Fitria, S.Ag., M.Si selaku Ketua Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu  
Serta selaku Pembimbing Akademik, terima kasih atas bimbingan kritik dan saran yang diberikan kepada penulis. Sekaligus beliau merupakan dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan masukan dan arahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Wira Hadi Kusuma, M.SI selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu. Sekaligus sebagai penguji II dalam sidang Munaqosah.
5. Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I selaku penguji I dalam sidang Munaqosah.
6. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam hal admitrasi
8. Seluruh dosen dan karyawan kampus IAIN Bengkulu

9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman kelas KPI angkatan 2017. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya yang tidak bisa peneliti sebutkan. Terima kasih kepada seluruh pihak lain yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berlanjut sebagaimana mestinya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, 18 Juni 2021

Penulis,



Efri Dewi Fajariah  
NIM: 1711310044

## DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN

<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian</b> .....	7
<b>C. Batasan Masalah Penelitian</b> .....	7
<b>D. Tujuan Penelitian.</b> .....	8
<b>E. Kegunaan Penelitian</b> .....	8
<b>F. Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	9
<b>G. Sistematika Penulisan Skripsi</b> .....	12

### BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

<b>A. Kajian Teori</b> .....	14
<b>B. Kajian Tentang Dakwah</b>	
1. Pengertian Dakwah .....	15
2. Tujuan Dakwah .....	17
3. Unsur-unsur Dakwah .....	17
4. Objek Dakwah .....	18
5. Materi Dakwah .....	25
6. Media Dakwah .....	29
7. Metode Dakwah .....	34
8. Pesan Dakwah .....	36
9. Efek Dakwah .....	40
10. Dakwah Bil Lisan (Ceramah) .....	41
<b>C. Kajian Tentang Generasi Milenial</b>	
1. Pengertian Generasi .....	42
2. Pengertian Milenial .....	43
<b>D. Kajian Tentang Instagram</b>	
1. Pengerian Instagram .....	44
2. Sejarah Instagram .....	45
3. Fitur-fitur Instagram .....	46
4. Pembuatan Akun Instagram .....	50
5. Penggunaan Media Sosial Instagram .....	51
6. Isi Pesan Instagram .....	53
<b>E. Kajian Tentang Komunikasi Massa</b> .....	54
<b>F. Kerangka Berfikir</b> .....	56

### BAB III METODE PENELITIAN

<b>A. Pendekatan dan Jenis Penelitian</b>	
1. Pendekatan Kualitatif .....	57
2. Jenis Penelitian .....	57
<b>B. Penjelasan Judul Penelitian</b> .....	58
<b>C. Waktu dan Lokasi Penelitian</b> .....	59

<b>D. Sumber Data</b> .....	59
1. Data Primer .....	60
2. Data Sekunder .....	60
<b>E. Unit Analisis</b> .....	60
<b>F. Tehnik Pengumpulan Data</b> .....	61
<b>G. Tehnik Keabsahan Data</b> .....	61
<b>H. Tehnik Analisis Data</b> .....	62

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Sejarah Singkat Tentang ustadz Adi Hidayat, Lc. MA</b>	
1. <b>Profil Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA</b> .....	63
2. <b>Deskripsi Akun Instagram Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA</b> .....	66
<b>B. Penyajian Hasil Penelitian</b>	
1. <b>Pesan Dakwah Virtual ustadz Adi Hidayat, Lc. MA Pada Generasi Milenial</b> .....	67
a. <b>Fitur Gambar</b> .....	67
b. <b>Fitur Video</b> .....	68
c. <b>Fitur <i>Captions</i></b> .....	69
d. <b>Fitur <i>Montions</i></b> .....	70
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	70
1. <b>Analisis Pesan Dakwah Virtual ustadz Adi Hidayat, Lc. MA pada Generasi Milenial</b>	
a. <b>Fitur Gambar</b> .....	71
b. <b>Fitur video</b> .....	75
c. <b>Fitur <i>Captions</i></b> .....	77
d. <b>Fitur <i>Montions</i></b> .....	78
e. <b>Fitur <i>Hastag</i></b> .....	80
f. <b>Fitur <i>Comment</i></b> .....	81

#### **BAB V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan</b> .....	83
<b>B. Saran</b> .....	84

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dakwah melalui media sosial kini semakin di gandrungi masyarakat Indonesia, arus informasi yang tersedia 24 jam *non stop* menjadi daya tarik dan pertimbangan mereka untuk mengakses media sosial melalui internet. Dengan canggihnya teknologi, semua aktivitas bisa di laksanakan melalui media virtual. Virtual sendiri adalah cara atau alat perantara yakni berfungsi sebagai suatu penyampaian informasi melalui internet, baik melalui media sosial maupun media lainnya.

Fasilitas memanjakan inilah yang lantas membentuk pola baru perilaku sosial masyarakat, yang lantas membentuk pola keberagaman era milenial. dalam hakikatnya generasi merupakan suatu proses pergantian baik dalam hal tua maupun muda, generasi tua memiliki tingkat proses yang sama halnya dengan generasi muda namun pembedanya terletak pada perkembangan dunia. Mungkin generasi tua mengalami proses perkembangan dunia yang belum modern dan generasi muda cenderung mengalami perkembangan zaman yang semuanya serba canggih. Selanjutnya milenial, kata milenial memiliki makna yang modern. Kenapa dikatakan modern, karena milenial sendiri lahir dalam kurun waktu yang perkembangan dunia yang canggih.

Adapun generasi milenial itu sendiri merupakan generasi yang modern, generasi yang lahir setelah perkembangan dunia serta generasi milenial masih ada sampai saat ini. Serta generasi milenial adalah generasi yang semuanya serba canggih.

Dalam kajian ilmu komunikasi, media massa-media sosial, merupakan salah satu institusi sosial yang kehadirannya menjadi penting dalam lanskap masyarakat modern. Keadaan ini lantas menuntut dakwah di media sosial menjadi cara bagi mubaligh sebagai medium untuk mempermudah pencapaian tujuan dan sasaran dakwah.<sup>1</sup> Dakwah berasal dari bahasa Arab “*Da’wah*” (الدعوة). Dakwah itu sendiri mempunyai tiga huruf asal, di antaranya *dal*, *’ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta mohon, mendoakan, menangisi, menyebabkan, mendatangkan, menanamkan dan meratapi.<sup>2</sup>

Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur’an dan As-Sunnah Rasulullah SAW, tentang kewajiban dakwah yaitu menyerukan, dan menyampaikan Islam kepada masyarakat.<sup>3</sup> Menyeru atau menyampaikan dakwah kepada manusia supaya berada di jalan Allah, terdapat dalam Al-Qur’an pada surah An-Nahl ayat 125.

---

<sup>1</sup> Aris Risdiana, Jurnal dengan judul. *Dakwah Virtual Sebagai Benalitas Keagamaan Di Era Disrupsi*. Vol:7 No 2. 2015, hlm. 15

<sup>2</sup>Deslima Yosiena Duli. “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*”. Diakses pada 29 September 2020.

<sup>3</sup> Munzien Saparta, Harjani Aefini, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 5.

Secara terminology, beberapa ulama berpendapat dalam mendefinisikan suatu proses ketika berdakwah. Hal tersebut dikarenakan cara pandang ataupun pandangan mereka berbeda memaknai makna terhadap dakwah itu sendiri, salah satu ulama Muhammad Abu Al-futuh mendefinisikan dakwah adalah menyampaikan (*at-tabligh*) kemudian menerangkan (*al-bayan*) seperti yang telah dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Karena menyampaikan dakwah merupakan suatu kebenaran, maka dari itu Islam harus tersebar luas serta penyampaian kebenaran merupakan tanggung jawab Islam secara keseluruhan. Sesuai dengan prosesnya "*Rahmatan Lil Alamin*", Islam harus diperlihatkan dengan tampilan yang semenarik mungkin hingga orang lain berpendapat serta mempunyai pandangan bahwa dengan adanya Islam bukan sebagai ancaman yang timbul dari mereka, melainkan sebagai pembawa kedamaian dan ketentraman dalam kehidupan sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>4</sup>

Teknologi dalam Islam bukan sesuatu yang dilarang, meskipun dimasa Rasulullah SAW belum ditemukan adanya teknologi seperti yang berkembang pada saat ini. Seperti perkembangan dakwah pada saat ini masih banyak yang belum menggunakan teknologi dalam menyampaikan dakwahnya serta masih memerlukan banyak perhatian terhadap perkembangan teknologi. Supaya dalam pencapaian dakwah mudah

---

<sup>4</sup> Deslima, Yosiena Duli. Skripsi dengan judul "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*". Diakses pada 29 september 2020, hlm. 5.

diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah yang disampaikan tidak terkesan ketinggalan zaman dengan adanya teknologi.

Dengan berkembangnya teknologi, pencapaian dakwah bisa dilakukan dengan bermacam cara. Seperti dakwah pada zaman sekarang tidak hanya disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan Islam, serta tidak selalu bertempat pada masjid, majlis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. Namun dengan perkembangan teknologi, penyampaian dakwah dilakukan menggunakan media. Karena media lebih banyak memberikan kemudahan serta kelancaran untuk capaian masyarakat secara menyeluruh supaya penyampaian dakwah dapat berjalan dengan lancar.

Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu media yang hanya menggunakan suara untuk di dengarkan seperti radio, sedangkan media visual yaitu media yang menggunakan gambar dan tulisan yang hanya bisa dilihat seperti koran, majalah dan sebagainya. Serta media audio visual yakni media yang memanfaatkan suara dan gambar serta tulisan yang bisa dilihat dan didengar yaitu televisi, handphone dan lain sebagainya. Namun media audio visual lebih dominan dipakai seorang pendakwah ketika menyampaikan dakwahnya, dikarenakan capaiannya lebih mudah dan cepat ditangkap oleh sasaran dakwah, karena melihat dan mendengar lebih merangsang dari pada mendengarnya saja.



Dalam penelitian ini, salah satu media dakwah yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah pada generasi milenial adalah media sosial instagram. Yang mana media sosial instagram merupakan media yang cukup banyak peminatnya, terutama penggunanya kebanyakan anak muda atau generasi milenial. media sosial instagram sendiri lebih banyak memberikan kemudahan serta dapat menyampaikan dakwah secara singkat, simple dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah juga menjadi sangat penting, terkhusus masyarakat Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial. Adapun virtual itu sendiri merupakan media elektronik yang berbasis online atau media berbasis daring. Jadi penyampaian dakwah di era digital seperti sekarang ini dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya media sosial instagram atau sering disingkat dengan IG.

Dengan berkembangnya teknologi, semua media sosial merupakan tempat atau wadah yang dapat membantu menyebarkan dakwah kepada sasaran dakwah, kebanyakan masyarakat atau umat manusia lebih banyak menggunakan media sosial sebagai media perantaranya. Kebanyakan para ulama maupun para pendakwah lebih banyak menggunakan Media sosial untuk menyampaikan dakwahnya, dikarenakan hampir seluruh umat manusia menggunakan jaringan akses internet. Oleh karenanya semua yang berbau media elektronik seperti Televisi dan Radio telah banyak yang mennggalkannya, dan sekarang masyarakat lebih banyak

menggunakan *Handphone* untuk mengakses apa saja dengan kualitas internet yang tinggi.

Perkembangan instagram bermula pada aplikasi yang ada dalam *Hadphone Iphone* untuk berbagi foto, namun dengan perkembangan zaman, instagram kini menjadi sebuah aplikasi media sosial serta menjadi perusahaan internet yang berkembang pesat. Kini dengan canggihnya teknologi, aplikasi Instagram sendiri dapat diakses melalui semua jenis *handphone*, sehingga memudahkan para pengguna *handphone* menggunakan media sosial instagram. Pengguna media sosial instagram berkembang sangat pesat di berbagai kalangan, sehingga media sosial instagram menjadi media yang paling banyak diminati serta menjadi salah satu media yang digunakan para *da'I* dan *da'iah* dalam menyampaikan dakwahnya. Berikut beberapa ustadz yang menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwahnya, di antaranya ustad Hanan Attaki, ustad Abdul Somad, ustad Yusuf Mansyur, ustad Felix Siauw, ustad Arifin Ilham, ustad Khalid Basalamah serta ustadz Adi Hidayat Lc. MA. Mereka semua menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwahnya, dari penelitian yang penulis buat, alasan penulis memilih akun media sosial instagram ustadz Adi Hidayat karena menurut penulis konten yang di unggah netral.<sup>5</sup> Kenapa dikatakan netral, karena beliau mengunggah penyampaian dakwahnya sesuai dengan temanya seperti anak muda jadi semua penyampaian dakwahnya tentang anak muda serta yang lebih

---

<sup>5</sup><http://kumparan.com/kumparannews/7-ustadz-yang-kondang-di-instagram-abdul-somad-hingga-hanan-attaki>. Diakses pada senin 2 November 2020.

dewasa juga seperti itu. Sehingga membuat orang tidak bosan mendengar ceramahnya. Dan juga kebanyakan pada zaman sekarang pengguna media sosial instagram adalah anak muda sehingga lebih mempermudah anak muda mengetahui tentang ajaran Islam dan sebagainya.<sup>6</sup>

Hal ini yang kemudian dimanfaatkan oleh ustad Adi Hidayat, Lc. MA dalam menyampaikan dakwahnya melalui media sosial yaitu media instagram terhadap generasi milenial. Generasi milenial dikenal dengan generasi yang semuanya serba canggih, oleh karena itu penulis lebih tertarik meneliti tentang pesan dakwah virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dalam penelitian ini maka penulis merumuskan rumusan masalah tentang bagaimana penyampaian pesan dakwah virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial, melalui fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial instagram?

## **C. Batasan Masalah Penelitian**

Untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data, maka peneliti memberikan batasan terhadap masalah yang diteliti. Adapun batasan masalah tersebut ialah, bagaimana pesan dakwah virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial melalui fitur-fitur yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatofficial, dalam fitur-fitur tersebut

---

<sup>6</sup><http://kumparan.com/kumparannews/7-ustad-yang-kondang-di-instagram-abdul-somad-hingga-hanan-attaki>. Diakses pada senin 2 November 2020.

peneliti menganalisis tentang dua kategori yang pertama postingan tentang teks atau gambar dan postingan tentang video. Dalam hal ini penulis menganalisis postingan tersebut dalam waktu dua bulan terhitung dari November sampai Desember 2020. Dalam waktu tersebut terhitung kurang lebih 22 postingan yang di unggah, salah satunya postingan tentang “pemuda yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektual semata”. Dalam postingan tersebut, dijelaskan bahwa sosok pemuda milenial yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektualnya saja. Namun dimulai dengan iman yang terus ditingkatkan. Dari penjelasan tentang unggahan tersebut terlihat jelas bahwa postingan tersebut mengarah kepada generasi muda atau nama kerennya generasi milenial.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses penyampaian pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad Adi Hidayat, Lc.MA melalui media sosial instagram dalam akun @adihidayatofficial terkait generasi milenial.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Terdapat dua kegunaan dalam penelitian ini yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Adapun kegunaan tersebut sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis artinya manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan ataupun pengembangan metode keilmuan tertentu.

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengembangkan ataupun menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam, terutama dengan menggunakan analisis unsur-unsur sosial. Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan tentang bagaimana proses penyampaian pesan dakwah virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial.

## 2. Kegunaan Paraktis

Kegunaan praktis artinya manfaat bagi lembaga atau masyarakat yang diteliti, atau bagi para penganbil kebijakan yang terkait. Kegunaan bisa berupa pemecahan masalah sosial kemasyarakatan atau pengembangan kelembagaan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu dasar penulis serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi dan penyiaran Islam dalam membuat penelitian ini dengan tema pesan dakwah virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial seperti yang peneliti lakukan. Dan penelitian ini dilakukan tentunya sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi sarjana strata satu (S-1).

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi bagian dari referensi oleh peneliti, yaitu:

1. Samsu Rizal, Ai Fatimah Nur Fuad. 2019. Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Skripsi dengan judul “Media Sosial dan Literasi

Keagamaan Generasi Milenial”. Penelitian ini lebih terfokus untuk mengkaji bagaimana peran di media sosial dalam literasi keagamaan generasi milenial. salah satu sarana memperoleh dan menyampaikan informasi publik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitiannya menggunakan metode observasi, wawancara serta kajian terhadap literature yang relevan dengan topik yang diteliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial untuk meningkatkan atau menguatkan literasi keagamaan bisa berdampak positif ataupun negative, positif dikarenakan remaja digunakan untuk meningkatkan literasi keagamaan yang moderat, dilihat dari sisi negatifnya kebanyakan remaja menggunakan media sosial untuk mengakses informasi keagamaan yang mengarah pada hal-hal yang tidak moderat, bersifat eksklusif dan tertutup.<sup>7</sup>

Adapun kesamaan ataupun perbedaan penelitian ini dengan yang diteliti penulis adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif, namun metode yang digunakan berbeda. Didalam penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan seperti wawancara, observasi dan sebagainya namun metode yang digunakan peneliti yaitu deskriptif analisis.

2. Siti Zakiah Tifany, Uwes Fatoni. 2016. *Tabligh: Jurnal komunikasi dan penyiaran Islam*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul “Pesan Dakwah Virtual tentang

---

<sup>7</sup> Samsu Rizal, Ai Fatimah Nur Fuad. Skripsi dengan judul “ Media Sosial dan Literasi Keagamaan Generasi Milenial”. 2019.

Muslimah di Media Sosial Line @Dakwahmuslimah”. Artikel ini membahas tentang dakwah virtual tentang muslimah dalam akun line @dakwah muslimah baik dari aspek konten maupun bentuk formal pesan dakwah. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif terhadap pesan-pesan dakwah yang diunggah pada akun Line di bulan November 2015 mencapai 53 pesan. Dari hasil penelitian yang ditemukan, diketahui bahwa katagori pesan dakwah terhadap dalam penelitian ini adalah tiga. Yang pertama akidah, syariah, dan akhlak. Adapun format pesan dakwah meliputi poster, meme, komik, dan stiker.<sup>8</sup> Pada penelitian ini terdapat kesamaan dengan yang peneliti teliti yaitu membahas tentang pesan dakwah virtual, namun yang membedakannya adalah peneliti menggunakan media instagram sebagai penelitiannya, sedangkan penelitian ini menggunakan media Line.

3. Dudung Abdul Rohman. 2019. Jurnal Diklat Keagamaan. dengan judul artikel “ Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial” Balai Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan Bandung Jl. Soekarno Hatta No. 716 Bandung. Moetode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif-deskriptif sehingga menggambarkan bagaimana aktivitas komunikasi melalui media sosial dalam berdakwah yang berjalan selama ini. Kemudian tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan studi kepustakaan (*library*

---

<sup>8</sup> Siti Zakiyah Tifany, Uwes Fatoni. 2016. Artikel dengan judul “Pesan Dakwah Virtual Tentang Muslimah Di Media Sosial Line @dakwah muslimah”

*research*), serta menggunakan buku-buku yang relevan sebagai sumber data primer serta sumber data sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah suatu gambaran, serta aktifitas komunikasi dakwah melalui media sosial yang berkaitan dengan pola interaksi sosial, pola persuasive, dan factor ethos serta menjadi daya tarik ketika berdakwah melalui media sosial tersebut. Beberapa ulama atau para pendakwah sudah membuktikan terkait dakwah melalui media sosial di antaranya ustad Abdul Somad, Adi Hidayat dan Evie Effendi.<sup>9</sup>

#### **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, maka peneliti menyusun dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I pendahuluan: Adapun isi pada bagian pendahuluan yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Kerangka Teori: 1. Kajian Tentang Pengertian dakwah meliputi tujuan dakwah, unsur-unsur dakwah, objek dakwah, materi dakwah, media dakwah, metode dakwah, pesan dakwah, efek dakwah, dakwah bil lisan (ceramah) 2. Kajian Tentang Generasi milenial. 3. Kajian Tentang Instagram meliputi pengertian instagram, sejarah instagram, fitur-fitur instagram, pembuatan akun instagram, pengguna media sosial instagram,

---

<sup>9</sup> Duding Abdul Rohman. Artikel dengan judul "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial". 2019, hlm 15.



isi pesan instagram, Kajian Tentang komunikasi massa, Kajian Tentang kerangka berfikir.

Bab III metode penelitian: Adapun isi pada bagian metode penelitian yaitu, penelitian kualitatif, jenis penelitian, penjelasan judul penelitian, waktu dan lokasi penelitian, sumber data, unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan : pada bagian ini terdapat beberapa bagian yaitu 1. Profil ustad Adi Hidayat, 2. Definisi akun instagram ustad Adi Hidayat, B. penyajian hasil pembahasan, 1. Pesan dakwah virtua ustad Adi Hidayat, Lc MA pada generasi milenial, a. fitur gambar, b. fitur video, c. fitur captios, d. fitur monttions, c. analisis hasil penelitian, 1. Analisis pesan dakwah virtual ustadz Adi Hidayat, Lc MA pada generasi milenial. a. fitur gambar, b. vitur video, c. fitur *captions*, d. fitur *montions*, e. vitur *hastag*, f. fitur *comment*.

Bab V pada bagian ini terdapat penutup, yaitu kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

Guna mempermudah peneliti dalam melakukan pengamatan deskriptif analisis mengenai pesan dakwah virtual ustaz Adi Hidayat pada generasi milenial yang disampaikan melalui media sosial instagram pada akun resmi @adihidayatofficial. Maka peneliti menggunakan teori jarum suntik, atau lebih dikenal dengan sebutan teori peluru. Teori peluru merupakan salah satu teori komunikasi massa khususnya teori efek media massa yang di gagas oleh Harold Laswell pada tahun 1920 an, teori ini mengansumsikan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat perkasa, serta komunikan dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa dan komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya.<sup>10</sup> Dimana suatu pesan digambarkan sebagai salah satu peluru ajaib yang memasuki pikiran khalayak, teori ini juga menjelaskan bagaimana media mengontrol tentang apa yang khalayak atau masyarakat lihat dan apa yang mereka dengar.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad Adi Hidayat terhadap khalak generasi milenial dengan menggunakan teori jarum suntik dan melakukannya dengan pengamatan deskriptif analisis. Deskriptif itu

---

<sup>10</sup> Elvinaro Ardianto M.Si, Lukiati Komala M.Si, Siti Karlina M.Si. Dalam bukunya “*Komunikasi Massa Suatu Pengantar*”. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2009.) hlm 61.

sendiri yakni mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana ustad Adi Hidayat menyampaikan dakwahnya melalui akun media sosialnya yaitu instagram.

## **B. Kajian Tentang Pengertian Dakwah**

### **1. Pengertian Dakwah**

Kata dakwah secara bahasa merupakan kata kerja (*fi'il*), yang dalam Arab *da'a-yad'u* yang artinya memanggil, menajak, menyeru. Dakwah sendiri mengandung nilai gerakan yakni ajakan, seruan, panggilan, serta permohonan. Serta makna yang terkandung dalam unsur usaha atau upaya yang digerakkan, sedangkan dakwah secara istilah adalah berusaha meyakini orang lain untuk selalu mengamalkan *aqidah* serta *syari'at* Islam terlebih dahulu yang telah di yakini dan di amalkan oleh *da'I* atau pendakwah.<sup>11</sup>

Terdapat beberapa Unsur-unsur dakwah yang diantaranya ada seorang *da'I*, *mad'u*, kemudian materi dakwah, dan media dakwah. *Da'I* itu sendiri dapat dikatakan sebagai orang yang menyampaikan dakwah, yakni mengajak orang lain baik secara individual ataupun kelompok ke jalan Allah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. Kemudian *Mad'u* yakni orang yang menerima dakwah atau sering disebut dengan sebutan sasaran dakwah. Sedangkan materi dakwah adalah pesan dakwah yang ingin di

---

<sup>11</sup> Deslima Yosiena Duli. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung". Diakses pada 29 September 2020.

sampaikan oleh *da'I* kepada *mad'u*, kemudian media dakwah adalah media yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan dakwah.<sup>12</sup>

Dakwah dalam pengertian tersebut dapat di jumpai dalam ayat-ayat Al-Qur'an di antaranya:

a. Surah al-Baqarah:186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

Artinya: Dan apabila hamba-hambaku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang aku, maka sesungguhnya aku dekat. Akan Aku kabulkan permohonan kepada orang yang berdo'a kepada-ku. Maka hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-ku dan beriman kepada-ku. Sehingga mereka memperoleh kebenaran.<sup>13</sup>

b. Surah Yunus: 25

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya: Allah menyeru (manusia) ke Darus Salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam).<sup>14</sup>

Menurut Samsul Munir Amir, dakwah merupakan bagian yang paling dasar dalam kehidupan seorang muslim, dimana esensinya terletak lebih erat pada ajakan, dorongan (motivasi) rangsangan serta

<sup>12</sup> Rini Fitria, Wira Hadi Kusuma, Shoviani Rochman, Ria Andisa, Rafinita Aditia. Dawuh: Islamic Communication Journal 1 (2), 68-75,2020 “Pesan Dakwah Dalam Self Distancing (Kasus Covit-19). Diakses pada 3 oktober 2020.

<sup>13</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Surah al-Baqarah: 186.

<sup>14</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Surah Yunus: 25.

bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajakan agama Islam dengan penuh kesadaran demi keuntungan dirinya dan bukan untuk kepentingan pengajakannya.<sup>15</sup>

## **2. Tujuan Dakwah**

Tujuan dakwah adalah sesuatu pencapaian yang dicapai melalui tindakan seperti perbuatan atau usaha. Dalam kaitannya dengan dakwah, maka tujuan dakwah sebagaimana dikatakan Abdul Rosyad Saleh yakni nilai atau hasil akhir yang hendak dicapai. Untuk mencapai tujuan inilah, maka rencana dan tindakan dakwah harus direncanakan dan diarahkan.<sup>16</sup> Tujuan dakwah terbagi menjadi dua macam, yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka panjang yakni untuk manusia berakhlak kharimah, yang tercapainya individu yang baik. Sedangkan tujuan jangka pendek yaitu agar manusia mematuhi perintah Allah dan Rasulnya dalam kehidupan sehari-hari.

## **3. Unsur-unsur Dakwah**

Dakwah adalah upaya untuk mengubah situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau sering disebut dengan proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Al Islam dan proses tersebut lebih memerlukan unsur-unsur dakwah untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Unsur-unsur dakwah yakni suatu pengelompokan ataupun macam-macam dari suatu unsur dakwah

---

<sup>15</sup> Samsul Munir Amin, M.A., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009, hlm 31.

<sup>16</sup> Rosyad Saleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: PT. Buana Bintang 1986).

yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut meliputi *da'I* (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), *maddah* (materi dakwah), *message* (pesan), dan efek dakwah.<sup>17</sup>

#### 4. Objek Dakwah

Objek dakwah merupakan sasaran yang harus ada ketika berdakwah. Objek dakwah adalah mereka yang menerima dakwah (*mad'u*) yang lebih tepat disebut mitra dakwah dari pada sebutan objek dakwah, sebab sebutan yang kedua lebih mencerminkan kepasipan penerima dakwah, padahal sebenarnya dakwah adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u*. sebagian juga menyebutkan dakwah adalah sebagai suatu tindakan yang menjadikan orang lain sebagai kawan berfikir tentang keimanan, syariat dan akhlak kemudian untuk di upayakan dan dihayati dan diamalkan bersama-sama.<sup>18</sup> Al-Qur'an sebagai sumber utama dalam berdakwah telah memberikan petunjuk tentang beragamnya objek dakwah. Beberapa temuan terkait objek dakwah yang dalam Al-Qur'an berdasarkan beberapa pengamatan.

- a. Pengamatan Objek dakwah dilihat dari segi penerimaan dan penolakan ajaran Islam.

Awal permulaanya, Al-Qur'an diturunkan Allah sebagai pedoman hidup manusia serta sebagai kitab dakwah. Yaitu

---

<sup>17</sup> Amiruddin. Jurnal: *Konsep Dasar Dakwah*. Vol. 9. No. 1, Mei 2016.

<sup>18</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 9.

berpedoman dalam ajaran Islam untuk menuju Allah SWT dan mengikuti jejak rasul-Nya, Nabi Muhammad SAW.<sup>19</sup> Namun dari ajakan itu ada yang menerima dan ada yang menolak serta ada juga yang menerima tetapi dalam jiwanya menolak. Ketiga kelompok ini dideskripsikan oleh Al-Qur'an dalam awal-awal surah Al-Baqarah dari ayat 1-20. Kelompok yang pertama disebut kelompok mukmin. Ciri kelompok ini disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 1-4:

الْم ﴿١﴾ ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ ﴿٢﴾ الَّذِيْنَ يُؤْمِنُوْنَ  
بِالْغَيْبِ وَيُقِيْمُوْنَ الصَّلٰوةَ وَمِمَّا رَزَقْنٰهُمْ يُنْفِقُوْنَ ﴿٣﴾ وَالَّذِيْنَ يُؤْمِنُوْنَ بِمَا اُنزِلَ  
اِلَيْكَ وَمَا اُنزِلَ مِنْ قَبْلِكَ وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُوْنَ ﴿٤﴾

Artinya: Alif lam mim, kitab (Alqur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa, (yaitu) mereka yang beriman kepada yang gaib, melaksanakan sholat, menginfakkan sebagian rezeki yang kami berikan kepada mereka, dan mereka yang beriman kepada (Alqur'an) yang diturunkan kepadamu (Muhammad) dan (kitab-kitab) yang telah diturunkan sebelum engkau, dan mereka yakin akan adanya akhirat.<sup>20</sup>

Kelompok ke dua disebut sebagai orang yang tidak mau beriman kepada Allah dan mengakui Muhammad sebagai rasul terakhir dan kelompok tersebut dinamai sebagai kelompok kafir, serta disebutkan sebagai orang musrik sebagaimana ditegaskan dalam surah Al-Bayyinah ayat 6:

<sup>19</sup> Muhammad Husain Fadhalullah, *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur'an*, ter. Ternama Ahmad Qosim. Jakarta: Lentera, 1997

<sup>20</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Al-Baqarah 1-4.

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَالْمُشْرِكِينَ فِي نَارِ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ فِيهَا  
أُولَئِكَ هُمْ شَرُّ الْبَرِيَّةِ ﴿٦﴾

Artinya: sungguh orang-orang yang kafir dari golongan ahli kitab dan orang-orang musyrik (akan masuk) ke neraka jahannam; mereka kekal mereka kekal didalamnya selama-lamanya. Mereka itu adalah sejahat-jahat makhluk.<sup>21</sup>

Dan kelompok terakhir ialah golongan orang-orang munafik, Al-Munafikun adalah para pelaku nifaq. Ibnu Manzhur menjelaskan tentang nifaq adalah sebuah julukan atau panggilan bagi orang Islam yang secara kasatmata menunjukkan keimanan, namun menyembunyikan kekufuran atau keburukan dalam batinnya.<sup>22</sup>

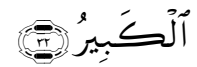
5. Pengamatan Objek dakwah dilihat dari segi tingkat pengalaman ajaran agamanya.

Ketika sedang melakukan aktivitas dakwah, yang harus di perhatikan adalah kondisi seseorang dalam pengalaman ajaran agama. Dalam Al-Qur'an disebutkan terdapat tiga tingkatan manusia dalam mengamalkan ajaran agama. Diantaranya terdapat dalam surah Fathir ayat 32:

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ  
وَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذِنَ اللَّهُ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ

<sup>21</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Al-Bayyinah ayat 6.





Artinya: kemudian kitab itu kami wariskan kepada orang-orang yang kami pilih, dan di antara hamba-hamba kami. Lalu di antara mereka ada yang menzalimi dirinya sendiri, ada ada yang pertengahan, kemudian ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan dengan izin Allah. Yang demikian itu adalah karunia yang besar.<sup>23</sup>

Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa terdapat umat Nabi Muhammad dalam menerima ajaran Al-Qur'an terbagi menjadi tiga kelompok yaitu: Pertama, orang yang menzalimi dirinya sendiri dalam artian orang yang tidak adil pada dirinya sendiri. Hal tersebut dikarenakan melanggar aturan Allah dan melaksanakan sebagian hal yang wajib kemudian mengerjakan sebagian perkara yang haram. Kedua, orang yang pertengahan dimana mereka menjalankan perbuatan yang wajib dan meninggalkan perbuatan yang haram. Namun perbuatan tersebut terkadang ia jalankan yang sunnah dan kadang pula di kerjakannya yang makruh. Ketiga, orang berlomba melakukan kebaikan. Golongan ini mengerjakan perkara yang wajib serta mengerjakan perkara yang sunnah sekaligus, serta meninggalkan perbuatan yang haram dan makruh bahkan ada beberapa yang dibolehkan juga. Inilah tingkatan paling tinggi dalam agama.

6. Pengamatan objek dakwah dilihat dari segi tingkat pengetahuan agamanya.

Bermacam-macam kualitas keilmuan dari objek dakwah juga perlu mendapatkan sorotan penting bagi pendakwah. Dalam istilah al-

---

<sup>23</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Al- Fathir ayat 32.

Gazali, objek dakwah seperti ini dapat diklarifikasikan menjadi orang awam, *prang khawas* atau sering disebut dengan sebutan pembelajaran serta *khawasul khawas* (ulama). Dengan kata lain, bahasa Al-Qur'an bisa menjadi ahli hikmah, ahli mauzhah (hasihat), dan ahli debat sebagaimana disebutkan dalam surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmulah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dijalannya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>24</sup>

#### 7. Pengamatan Objek Dakwah dilihat dari struktur sosial

Masyarakat tidak terlepas dari struktur sosial yang mengikatnya seperti struktur sosial yang membentuk karakter berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dalam A-Qur'an struktur sosial terbagi dalam tiga golongan. Golongan pertama, al-Mala'. Menurut Muhammad Fu'ad 'Abdul Baqy. Istilah al-Mala' dalam Al-Qur'an diulang sebanyak tidak kurang dari dua puluh Sembilan tempat.

Dalam Al-Qur'an, istilah al-mala' digunakan untuk kelompok sosial yang berstatus sebagai pemuka masyarakat, pemimpin masyarakat, atau yang memiliki wewenang dalam masyarakat.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. An-Nahl ayat 125.

<sup>25</sup> A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.

Sementara al-Qurthubi mendefinisikan al-mala' sebagai suatu kelompok sosial yang memiliki kelebihan dan karenanya menjadi tumpuan banyak orang dalam memenuhi hajat hidup mereka. Terdapat dalam surah Al-A'raf ayat 88:

﴿ قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لَنُخْرِجَنَّكَ يَشْعِيبُ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا مَعَكَ مِنْ قَرْيَتِنَا أَوْ لَتَعُودُنَّ فِي مِلَّتِنَا قَالَ أَوَلَوْ كُنَّا كَرِهِينَ ﴾

Artinya: pemuka-pemuka yang menyombongkan diri dari kaum Syu'aib berkata, "wahai Syu'ai! Pasti kami usir engkau bersama orang-orang yang beriman dari negeri kami, kecuali engkau kembali kepada agama kami." Syu'aib berkata "Apakah (kamu akan mengusir kami), kendatipun kami tidak suka."<sup>26</sup>

Kedua, al-Mutrafin, kata ini menurut bahasa seperti orang yang sombong karena memperoleh nikmat dan kesenangan hidup. Ibnu Manzhur menyebutkan bahwa mutrafin adalah pemimpin orang-orang yang bergaya hidup mewah di dalam suatu masyarakat dan dengan kemewahannya mereka berbuat jahat.<sup>27</sup>

Yang ketiga, al-Mustadh ketika di tafsirkan dalam surah an-Nisa' ayat 75,<sup>28</sup> yakni kata al-Mustadh'afin sebagai orang-orang yang tertindas. Mereka adalah orang-orang yang tidak berani membuka mulut menyebut yang benar, tidak berani mengerjakan ibadah yang

<sup>26</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Al-A'raf ayat 88.

<sup>27</sup> M. Quraish Shihab. *Ensiklopedia Al-Qur'an Kajian Kosakata*, (Jakarta: Lentera Hati, 2007). Diakses pada 23 November 2020.

<sup>28</sup> HAMKA. *Tafsir al Azhar*, (Singapura: Pustaka Nasional, 2013), Cet. V. diakses pada 23 November 2020.

terang-terangan karena penguasa mereka adalah orang yang zalim. Sehingga membuat mereka dipenuhi oleh rasa takut dan cemas.

8. Pengamatan Objek dakwah dilihat dari prioritas dakwah .

Menurut Faizah dan Lalu Muchsin Effendi sebelum memulai aktivitas berdakwah, seorang *da'I* atau juru dakwah harus memiliki prioritas yang akan di dakwahi atau kepada siapa penyampaian dakwah harus disampaikan pertama kali dan yang seterusnya, Al-Qur'an mengajarkan bahwa dalam berdakwah yang pertama kali dilakukan adalah terhadap diri sendiri. Mengapa demikian, hal tersebut dikarenakan setiap yang menyampaikan dakwah baik itu juru dakwah profesional maupun tidak profesional yang seharusnya memiliki sifat yang rohaniah (psikologis) atau kepribadian yang bersifat fisik. Karena dengan itu, setelah berdakwah kepada diri sendiri barulah kemudian berdakwah kepada keluarga.<sup>29</sup> Inilah yang diisyaratkan dalam Al-Qur'an pada surah Al-Tahrim ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ عَلَيْهِا مَلَكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا وِفَعَلُوا مَرَّهُمْ مَا يُؤْمَرُونَ ﴿٦﴾

Artinya: wahai orang-orang yang beriman! jagalah dirimu serta keluargamu dari api neraka. Yang mana bahan bakarnya dari manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, yang tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang diperintahkan kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2012, Cet. III.

<sup>30</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Al-Tahrim ayat 6.

Setelah berdakwah pada keluarga berhasil maka juru dakwah menyebarkan dakwahnya kepada masyarakat umum, yang terdapat dalam surah Ali-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyeru (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.<sup>31</sup>

## 5. Materi Dakwah

*Maddah* atau yang sering disebut dengan materi dakwah ialah menyangkut masalah isi pesan yang akan disampaikan seorang *da'I* kepada *mad'u*. dalam hal ini sudah dijelaskan bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan *maddah* dakwah Islam. Akan tetapi ajaran Islam yang dijadikan *maddah* itu pada garis besarnya dapat di kelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu, akidah, akhlak, dan syari'ah.<sup>32</sup>

Semua materi dakwah, bersumber dari dua sumber, yaitu Al-Qur'an dan Hadist. Menurut Hasby al-Syidiqiy, Al-Qur'an adalah kalam Allah SWT yang merupakan mu'jizat yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk dibaca merupakan suatu ibadah.

<sup>31</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. Ali-Imran ayat 104

<sup>32</sup> Endang Sayipudin Ansori, *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali, 1996), hlm. 71.

Sedangkan al-Hadist adalah segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi Muhammad, baik berupa perkataan, perbuatan, pernyataan, dan sebagainya.<sup>33</sup>

Al-Qur'an disebutkan sebagai sebuah kitab atau suatu pedoman hidup manusia yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. Al-Qur'an disebutkan sebagai kitab suci yang diturunkan kepada nabi terakhir untuk dijadikan sebagai pedoman umat Islam dengan seluruh kandungannya. Namun bagian ayat-ayatnya juga dinisbahkan kepadanya. Maka jika mendengar satu ayat Al-Qur'an dibaca misalnya, maka dibenarkan mengatakan siapa si pembaca itu yang membaca Al-Qur'an.<sup>34</sup>

Sehingga menunjukkan kepada waktu yang dekat atau yang singkat seperti (orang yang baru masuk/memeluk agama Islam). Kemudian fungsi hadits, yakni sering disebut sebagai al-khabar yang berarti berita, yaitu sesuatu yang dibicarakan dan dipindahkan percakapannya dari seseorang kepada orang lain. Secara umum fungsi hadits sendiri menjelaskan mengenai suatu makna kandungan Al-Qur'an yang sangat dalam dan global atau li al-bayan, intinya fungsi hadits adalah untuk menjelaskan makna dari suatu Al-Qur'an.<sup>35</sup>

Seperti firman Allah, dalam Al-Qur'an Surah al-Hasyr ayat 7:

---

<sup>33</sup> Hasbi Ash-Siddiqi, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Al-Qur'an/Tafsir*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1972), hlm 17.

<sup>34</sup> Syaikh Manna, Al-Qaththan, *Pengantar Studi Ilmu Al-Qur'an*, (Jakarta: Pustaka AlKautsar, 2011, Cet ke-6), hlm 16.

<sup>35</sup> Munzier Suparta, *Ilmu Hadist*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), hlm 1-2.

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ  
 وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ  
 وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
 شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya: Harta rampasan *fa'I* yang diberikan Allah kepada rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar diantara orang-orang kaya saja diantara kamu. Apa yang diberikan rosul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukumannya.<sup>36</sup>

Materi dakwah sesungguhnya adalah semua ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan al-hadits. Namun demikian secara lebih tegas materi dakwah tersebut dapat dikaitkan dengan percakapan antara Nabi Muhammad dengan malaikat Jibril yang datang secara khusus mengajarkan tentang pokok-pokok agama Islam. Berikut terdapat terjemahan teks hadits.

Dari abu Hurairah r.a. berkata: pada suatu hari ketika Nabi SAW. Duduk bersama sahabat, tiba-tiba datang seseorang bertanya: apakah iman? Jawab Nabi SAW.: iman adalah percaya pada Allah, dan malaikat-Nya, dan akan berhadapan kepada Allah, dan pada Nabi utusan-Nya dan percaya pada hari bangkit dari kubur. Lalu ditanya: Apakah Islam? Jawab Nabi SAW: Islam adalah menyembah kepada Allah dan tidak mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun, dan mendirikan shalat. Lalu bertanya: Apakah Insan? Jawab Nabi SAW.: Insan ialah menyembah kepada Allah seakan-akan anda melihat-Nya, maka jika tidak dapat melihat-Nya, ketahuilah bahwa Allah melihatmu. Lalu bertanya bilakah hari kiamat? Jawab Nabi SAW.:

<sup>36</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. al-Hasyr ayat 7

Orang-orang yang ditanya tidak lebih mengetahui dari pada yang menanya, tetapi saya memberitahu padamu beberapa syarat (tanda-tanda) akan tibanya hari kiamat, yaitu budak sahaya telah melahirkan majikannya, dan jika pengembala onta serta ternak lainnya yang telah berlomba-lomba membangun gedung-gedung, termasuk dalam lima macam yang tidak dapat diketahuinya, kecuali Allah yang menyebutkan dalam ayat dibawah ini “*sesungguhnya hanya Allah yang mengetahui, bilakala hari kiamat, dan dia pula yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada di dalam Rahim ibu, dan tiada seorang pun yang mengetahui apa yang akan terjadi esok hari hari, dan tidak seorang pun yang mengetahui dimanakah ia akan mati. Sesungguhnya hanya Allah yang maha mengetahui akan hal sedalam-dalamnya.*” Kemudian pergilah orang itu, lalu Nabi SAW. Menyuruh sahabat: kembalilah orang itu! Tetapi sahabat tidak melihat bekas orang itu. Maka Nabi SAW. Bersabsa: itu malaikat jibril untuk mengajar agama kepada manusia.

## 6. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin, yaitu median yang artinya adalah alat penghubung untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>37</sup> Secara bahasa, kata media berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah, perantara ataupun sebagai pengantar. Dalam bahasa Arab, media diartikan perantara atau pengantar pesan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima. Media merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menyalurkan suatu pesan dari pengirim ke penerima hingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat. Media juga merupakan suatu proses penyampaian pesan melalui alat-alat elektronik baik berbentuk audio, audio visual dan lain-lain.

Penggunaan media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah

---

<sup>37</sup> Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1993), hlm. 165.



untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah.

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *dakwatan*, yang berarti memanggil, mengundang atau mengajak. Sedangkan secara terminologi, dakwah yakni perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar. Dakwah itu sendiri menyeru atau mengajarkan orang lain berbuat kebajikan dan menghindari kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah merupakan suatu proses yang berkelanjutan serta ditangani oleh para penganban dakwah untuk merubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap peri kehidupan yang Islami.<sup>38</sup>

Kemudian media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam hal aktivitas dakwah. Karena sebagus apapun baik itu metodenya, materi serta kapasitas seorang *da'I*, tanpa didukung dengan sebuah media yang tepat seringkali membuat hasilnya kurang efektif. Jadi untuk membuat aktivitas dakwah lebih efektif..<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Rohandi Abdul Fatah dan M. Tata Taufik, *Manajemen Dakwah di Era Global* sebuah pendekatan Metodologi, (Jakarta: Amisco 2003), hlm 13.

<sup>39</sup> Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah", at-tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 4, No. 1 Juli 2016, hlm 51.

## 1. Macam-macam Media Dakwah

Di era modern, dakwah dihadapkan pada pembahasan sosial yang berkaitan dengan perkembangan pengetahuan dan pola hidup modern. Budaya modern berkembang sangat pesat sehingga menjadi persoalan hidup yang mewarnai kehidupan masyarakat. Terutama pada masyarakat yang belum dekat dengan nilai ke Islaman, nilai yang hanya memfokuskan pada budaya yang merember pada dinamika sosial kehidupan umat Islam. Maka terjadilah pola hidup modern yang tidak seimbang dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari persoalan dakwah. Tentu bukan karena adanya ekonomi, sosial, budaya tidak semata-mata sebagai permasalahan yang menghalangi dakwah Islamiyah, tetapi juga bisa menjadi penopang dakwah.

Dengan canggihnya teknologi, media dijadikan sebagai sarana komunikasi massa serta alat pembentuk opini public. Di era digital saat ini juru dakwah dan umat Islam melakukan dakwah secara *bil al-lisan* (dakwah yang dilakukan secara verbal), *bil al-hal* (dakwah yang dilakukan secara tindakan), dan *bil al-qalam* (dakwah yang dilakukan melalui tulisan).<sup>40</sup> Para ulama-ulama dapat memanfaatkan berbagai media yang ada untuk mengembangkan informasi dakwahnya. Melihat keinginan yang dimiliki oleh media massa dalam dunia komunikasi, menurut pendakwah yang mengerti serta memahami media agar dapat

---

<sup>40</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009) hlm. 255

menggunakan kesempatan ini dengan kemampuan yang dimiliki untuk memajukan ajaran Islam untuk seluruh umat di muka bumi ini.<sup>41</sup>

a. Media Tatap Muka Sebagai Media Komunikasi

Media tatap muka merupakan media komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan, karena media dapat menghasilkan respon secara langsung. Dan dalam pertemuan ada makna tertentu yang tidak dimiliki oleh media komunikasi lainnya, maka media ceramah, diskusi perkuliahan yang bersifat langsung merupakan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan atau tabligh serta paling mampu melahirkan respon dari public. Dapat dilihat bahwa media merupakan salah satu media yang cukup murah, praktis dan strategis. Murah karena tidak memerlukan biaya yang mahal, kita hanya datang, bertemu kemudian apa yang kita inginkan bisa langsung sampai pada yang bersangkutan dan apabila kurangnya kejelasan kita langsung bertanya serta saat itu juga suasana bisa terselesaikan karena ada kesepahaman dengan apa yang kita inginkan.<sup>42</sup>

b. Media Audio Visual

Media ini merupakan media yang erat kaitannya dengan audio visual. Seperti teater, film, dan televisi. Media ini juga dapat dipakai untuk menerangkan ide atau pesan dengan metode moder seperti cerita

---

<sup>41</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009) hlm. 257

<sup>42</sup> Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah", at-tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 4, No. 1 Juli 2016, hlm 54

atau kisah yang dibacakan, bisa juga berupa pagelaran drama. Media ini benar-benar mendapatkan perhatian karena kelebihannya yang mencapai sasaran sampai ke rumah-rumah dan bisa dibawa kemana saja contohnya saja televisi. Eksistensi dan kebenaran media dalam hal ini, media dakwah melalui teater, film dan televise merupakan wasilah media dakwah yang amat besar mafaatnya. Karena termasuk dari beberapa media sebagai pembentuk opini masyarakat hampir bisa dikatakan sebagai menu istimewa.<sup>43</sup>

Dapat disimpulkan media dakwah adalah suatu proses penyampaian pesan melalui alat-alat elektronik baik yang berbentuk video, audio, audio visual, media cetak maupun media elektronik lainnya. Sedangkan media dakwah adalah salah satu unsur yang sangat penting dalam memperhatikan aktifitas ketika dakwah. Perkembangan dakwah meliputi sejumlah pendekatan yang dipakai dalam berdakwah yang dihimpun dalam suatu system. Macam-macam media sebagai penunjang demi perkembangan media dakwah diantaranya, kajian instagram ustadz Adi Hidayat. Yang mana dalam kajian tersebut terdapat berbagai video yang di share oleh ustad Adi Hidayat.

Sedangkan media lainnya yang bersifat elektronik sebagai penunjang dakwah, diantaranya media internet seperti televisi dan radio. Berkaitan dengan informasi dakwah perkembangan dakwah saat ini merupakan cara yang dilakukan pendakwah untuk menyampaikan

---

<sup>43</sup> Moh Ali Aziz, "*Ilmu Dakwah*". (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2009) hlm. 150.

isi pesan yang disampaikan *mad'u*. ketika menyampaikan suatu pesan dakwah, maka isi pesan harus berkaitan dengan materi yang disampaikan karena pesan tersebut sangatlah penting perannya. Walaupun pesan tersebut baik peranannya. Walaupun pesan tersebut baik tetapi disampaikan dengan cara yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh penerima pesan. Oleh karena itu kejelasan dan kebijakan pendakwah dalam menyampaikan pesan dibutuhkan keahlian agar dapat tercapainya suatu tujuan. Pesan dakwah yang tepat pada dasarnya dapat membimbing manusia menuju masyarakat yang setiap saat mengalami perubahan, baik secara kultural sosial keagamaan.

## 7. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara penyampaian dakwah atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* yang artinya jalan, sedangkan dalam bahasa arab yang artinya *thariq*.<sup>44</sup> Metode dakwah sendiri merupakan cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah dapat di terima dengan mudah.

Sudah seharusnya penerapan metode dakwah mendapat perhatian khusus dari para penyampai dakwah. Beberapa pendekatan dakwah baik itu dakwah *bil al-lisan*, dakwah *bil al-qalam*, (dakwah

---

<sup>44</sup> Hassanuddin, *Hukum Dakwah*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992), hlm 99.

melalui tulisan, media cetak), maupun dakwah *bil al-hal* (dakwah dengan amal nyata, keteladanan). Demikian pula penggunaan metode dakwah dengan *hikmah*, *mau'izatil hasanah*, dan *mujadalah*. Di bawah ini terdapat metode dakwah yang ada dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِلَا تِي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat di jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.<sup>45</sup>

Berdasarkan ayat diatas, dalam melaksanakan atau melakukan seruan dan ajakan menuju jalan Allah (Islam) para pelaku dakwah yang berpedoman pada ayat tersebut, yaitu dengan menggunakan *al-hikmah*, *al-mauizah hasanah*, *mujadalah bi alati hiya ahsan*. Jadi metode artinya suatu cara yang bisa di tempuh. Dengan demikian metode dakwah adalah suatu cara, jalan atau strategi , pola yang ditempuh seorang *da'I* dalam melaksanakan dakwah.

Dalam salah satu hadits Rasulullah yang artinya "Mudahkanlah, janganlah mempersulit dan membuat manusia lari (dari kebenaran) dan saling membantulah (dalam melaksanakan

<sup>45</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Alqur'an dan Terjemahan Al-Hikmah. Di Ponegoro. QS. An-Nahl ayat 125.

*tugas) dan jangan berselisih,”* Hadist riwayat Bukhari dan Muslim<sup>46</sup>

Dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh imam muslim, Nabi Muhammad bersanda yang artinya “*Tidaklah engkau berbicara kepada suatu kaum dengan suatu pembicaraan yang di pahami akal.*”

## 8. Pesan Dakwah

Pesan atau pernyataan manusia , apapun bentuknya, hakikatnya merupakan hasil pengolahan manusia tersebut terhadap data, fakta dan peristiwa yang terjadi di alam semesta ini, dan atas kehendaka manusia itu sendiri di sampaikan kepada orang lain, dengan tujuan untuk memberi tahu, menyampaikan informasi dan lain sebagainya, yang pada prinsipnya agar orang lain berubah sikap, sifat, pendapa, dan perilakunya sesuai dengan kendak pengirim pesan atau pernyataan tersebut.<sup>47</sup>

Dakwah juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang mendorong atau memotivasi umat manusia untuk dapat melaksanakan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang buruk agar memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>48</sup> Pesan dakwah itu sendiri adalah sesuatu yang disampaikan dari *da'i* kepada *mad'u*. dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek kepada objek sesuai dengan ajaran Islam dan sunnah Rasul. Dalam literature bahasa arab pesan dakeah disebut

<sup>46</sup> <http://www.hadits.id/hadits/bukhari/>. Diakses pada 1 Desember 2020.

<sup>47</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 80

<sup>48</sup> Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, (Semarang : Pustaka Pekajar, 2003), hlm.

*maudlu' ala-da'wah*. pesan yang di komunikasikan, dalam dakwah ajaran Islam yang dikemas dengan biak oleh *da'i*. menurut kamus besar bahasa Indonesia pesan dakwah adalah perintah, nasihat, permintaan yang harus di lakukan atau disampaikan kepada orang lain.<sup>49</sup> Pada hakikatnya pesan dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-qur'an dan hadist. Dengan demikian semua pesan yang bertentangan terhadap Al-qur'an dan hadits tidak dapat disebutkan pesan dakwah.<sup>50</sup>

a. Al-Qur'an

Al-qur'an sendiri merupakan mu'jizat yang diturunkan Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW yang tertulis dalam mushaf yang diriwayatkan dengan cara *mutawatir* dan bernilai ibadah bagi yang membacanya.<sup>51</sup>

b. Hadist

Menurut bahasa artinya yang baru. Sedangkan istilah ahli hadist merupakan kabar yang berisi ucapan, perbuatan, kelakuan, sifat atau kebenaran yang orang katakana dari Nabi SAW.

Sementara itu bahasa dalam pesan dakwah adalah symbol yang berisikan suatu makna yang ada pada pesan dalam komunikasi dakwah. Oleh karena itu, dalam komunikasi dakwah dapat memegang peran penting. Tanpa penggunaan bahasa, hasil pemikiran yang

---

<sup>49</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm 761.

<sup>50</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009) hlm. 17.

<sup>51</sup> Zaki Mubarak Ltif, Dkk, *Akidah Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm 68.



bagaimanapun baiknya tanpa menggunakan bahasa tidak ada maknanya. Ada dua makna yang terkandung dalam pengertian denotative dan konotatif. Yang pertama pengertian denotative, yaitu pesan yang diterima secara umum atau biasa oleh seseorang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Yang kedua pengertian konotatif ialah maknanya dipengaruhi oleh emosi dan dan meninjau ulang dikarenakan latar belakang dan pengalaman seseorang.<sup>52</sup>

Dalam melancarkan cara berkomunikasi seorang *Da'I* dalam berdakwah, berusaha menghindari pengucapan kata-kata yang konotatif atau kata-kata yang penuh emosional. Namun Jika perkataan itu harus dikatakan karena tidak ada perkataan yang lain, maka kata yang dianggap mengandung pengertian konotatif maka perlu diberi penjelasan makna yang dimaksudkan. Karena jika dibiarkan akan mengandung makna yang salah.

Adapun perbedaan pesan dakwah dengan materi dakwah, dalam pernyataannya pesan dakwah dan materi dakwah sama-sama berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits, namun yang membedakannya terletak pada pengelompokkan cara penyampaiannya. Seperti pesan dakwah terbagi menjadi dua yaitu pesan verbal dan non-verbal, pesan verbal ialah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami oleh peneriman berdasarkan apa yang didengarnya. Sedangkan pesan non-verbal yakni cara penyampaiannya

---

<sup>52</sup> Qadir Hasan, *Ilmu Mushthalahah Hadist*, (Bandung: CV Diponegoro, 2007), hlm 17.

menggunakan kata-kata secara langsung namun dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Kemudian pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur diantaranya, kode pesan, isi pesan, dan wujud pesan. Kode pesan adalah sederetan symbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Kemudian isi pesan yakni bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengkomunikasikan maksudnya. Dan wujud pesan itu sendiri merupakan sesuatu yang ada di luar atau sampel depan yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.

Selanjutnya materi dakwah materi dakwah pada garis besarnya dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu akidah, akhlak, dan syari'ah. Akidah merupakan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu masalah akidah dan keimanan dijadikan sebagai materi dakwah yang pertama kali dalam Islam. Ciri-ciri yang membedakan aqidah dengan kepercayaan agama lain yaitu, keterbukaan melalui persaksiah (syahadat), cakrawala yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah tuhan seluruh alam, ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Beberapa orang yang memiliki iman kuat cenderung untuk berbuat baik dan menjauhi perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi buruk.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010, hlm 19.

Kemudian akhlak, secara etimologi kata akhlak berasal dari bahasa arab , jamak dari khuluqum yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabi'at. Sedangkan secara terminology, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabi'at atau kondisi temperature batin yang mempengaruhi perilaku manusia.<sup>54</sup>

Dalam hal lain, materi dakwah bukan hanya mencakup masalah kemaslahatan sosial maupun moral, namun yang dimaksudkan dalam materi dakwah ialah memberikan gambaran yang benar dan kejadian secara cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil terkait persoalan pembaruan yang membuat umat Islam tidak terperosok kedalam kejelekan. Karena yang diinginkan dalam berdakwah adalah kebaikan.<sup>55</sup>

## 9. Efek Dakwah

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'I* dengan materi dakwah, *wasilah*, *thariqah* tertentu maka akan timbul respond dan efek (*atsar*) pada *mad'u*, (mitra atau penerima dakwah). *Atsar* itu sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas, sisa, atau tanda. *Atsar* (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik), dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. karena mengapa dengan adanya umpan balik, kita sebagai pendakwah

---

<sup>54</sup> Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 27.

<sup>55</sup> Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 26.

lebih tahu bagaimana respon yang diberikan *mad'u* kepada seorang pendakwah.

Beberapa *mad'u* atau dalam komunikasi adalah komunikan serta sering disebutkan sebagai penerima informasi atau penerima dakwah menganggap bahwa setelah penyampaian dakwah di sampaikan, maka selesailah penyampaian dakwah tersebut. . Padahal efek dakwah sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang lagi.

#### **10. Dakwah Bil Lisan (Ceramah)**

Ceramah maupun pidato adalah mempunyai maksud dan tujuan yang sama, yakni memberikan nasihat serta memberikan petunjuk. Ceramah sendiri sering diadakan dalam acara-acara penting seperti menyambut bulan suci ramadhan, dalam hal akikah maupun pernikahan. Namun ceramah juga bisa dilakukan kapan saja serta tidak terpaku dalam rukun dan syariat Islam, dan tidak dilakukan di tempat khusus seperti di mimbar, serta tidak terbatas oleh waktu dan semua orang bisa dan boleh berdakwah, dapat dilakukan dengan cara kreatif dan inovasi sesuai dengan ide setiap melakukannya.

Terdapat dalam kamus bahasa Indonesia ceramah yakni sama halnya dengan pidato yang bertujuan untuk memberikan nasihat dan petunjuk-petunjuk, sementara itu ada terdapat audiens yang bertindak

sebagai pendengar. Dengan melihat kepada pengertian diatas, ceramah dapat diartikan sebagai bentuk dari dakwah menyampaikan ajaran-ajaran, nasehat, mengajak seseorang ke jalan yang benar.<sup>56</sup>

## C. Kajian Tentang Generasi Milenial

### 1. Pengertian Generasi

Pengelompokkan generasi dalam dunia kerja akan muncul mengikuti perkembangan manajemen sumber daya manusia. Manheim pada tahun 1952 mengemukakan generasi sebagai suatu konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Pengelompokkan Individu yang menjadi bagian dari satu generasi adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir, memiliki rentan waktu 20 tahun dan berada dalam kelompok sosial dan dimensi sejarah yang sama.<sup>57</sup>

Kemudian Ryder pada tahun 1965 juga mengatakan bahwa generasi adalah *agregat* dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama juga. Kemudian menurut Kupperschmidt pada tahun 2000 generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam

---

<sup>56</sup><http://forum.teropong.id/2020/09/01/pengertian-ceramah-jenis-jenis-komponen-metode-serta-media-ceramah-dan-contohnya/>

<sup>57</sup> Indah Budiati, SST, M.Si, Dr. Yuni Susianto, S.Si, M.Si, Dr. Whindiarso Ponco Adi P, S.Si, M. Eng Soviari Ayuni, S.Si, dkk. *Statistik Tematik Gender: Profil Generasi Milenial*, hlm. 13

kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.<sup>58</sup>

## 2. Pengertian Milenial

Milenial adalah sekompok orang-orang yang berfikir modern. Milenial sendiri sebenarnya lebih tertuju pada orang-orang yang lahir pada awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an dan awal 2000-an. Nielsen mendefinisikan milenial sebagai orang dewasa yang berusia antara 22-38 tahun. Milenial juga disebut sebagai Echo Boomers karena Echo merupakan keturunan dari generasi Baby Boomer serta kenaikan angka kelahiran yang cukup signifikan di awal 1980-an hingga 1990-an.<sup>59</sup>

Ditambah dalam penguasaan bidang teknologi, tentu akan menambah peluang serta kesempatan berinovasi. Menurut Yoris Sebastian di dalam bukunya yang berjudul *Generasi Langgas Millennials Indonesia*, terdapat beberapa keunggulan dari generasi milenial, yaitu ingin serba cepat, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat, kreatif, dinamis, melek teknologi, dekat dengan media sosial, dan sebagainya.

Beberapa karakteristik milenial yakni, setiap generasi memiliki label, atribut, maupun stereotip yang melekat pada masing-masing generasi, begitu pula dengan generasi milenial. Milenial hadir di saat

---

<sup>58</sup> Indah Budiati, SST, M.Si, Dr. Yuni Susianto, S.Si, M.Si, Dr. Whindiarso Ponco Adi P, S.Si, M. Eng Soviari Ayuni, S.Si, dkk. *Statistik Tematik Gender: Profil Generasi Milenial*, hlm 16.

<sup>59</sup><https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/news/2020/10/28/194632/arti-milenial-lengkap-dengan-jawaban-milenial-kelahiran-tahun-berapa>

perkembangan zaman mulai dipengaruhi internet dan perangkat seluler. Mengapa demikian, karena generasi milenial dinilai sebagai orang yang sangat mahir dalam menggunakan teknologi dan platform digital.

Selain mahir dalam hal teknologi, milenial sendiri memiliki sejumlah karakteristik lain. Generasi ini dinilai sebagai kelompok dengan perbedaan budaya yang lebih beragam dibanding generasi-generasi sebelumnya. Karena mengapa, generasi milenial juga dilengkapi dengan cakupan tingkat pendidikan yang baik, itulah mengapa generasi muda terdidik dengan optimism yang tinggi.

#### **D. Kajian Tentang Instagram**

##### **1. Pengertian Instagram**

Media sosial Instagram merupakan fungsi pada aplikasi instagram yang terdiri dari dua kata "*insta*" dan "*gram*". *insta* sendiri berasal dari kata "*instan*", yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid didalam tampilannya. Sedangkan "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga instagram dapat mengacu kepada "*insta-telegram*".<sup>60</sup>

Menurut Bambang Dwi Atmoko, instagram adalah sebuah aplikasi dari *handphone* yang khususnya untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan media

---

<sup>60</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>. Diakses pada 7 Oktober 2020.

sosial lainnya seperti *twitter*. Namun perbedaanya hanya pada pengambilan foto serta tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>61</sup>

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

## **2. Sejarah Instagram**

Instagram berdiri pada tahun 2010 oleh perusahaan bernama *Burm inc* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolusioner* instagram. Di *StaruUp* yang didirikannya ini bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai keinginan.

Pelancaran pertama kali instagram sangat sukses, karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan viral marketing namun berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran instagram, pengguna kurang lebih 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin Mike mengap *upgrade* pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *tranding topic* Iphone.

*Platform LOS* resmi rilis Instagram pada 6 Oktober 2010 dan dalam waktu tersebut sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring pada

---

<sup>61</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 10.



hari pertama peluncuran. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, selanjutnya pada tanggal 21 Desember 2010 instagram telah mencapai 1 juta pengguna, kemudian instagram merilis *hashtag* atau *tagar* pada 27 Januari 2011 agar lebih memudahkan pengguna menemukan foto dan pengguna lainnya. Pada tanggal 15 Februari pengguna bertambah menjadi 2 juta pengguna dan berhasil mengumpulkan uang sebanyak US\$ 7 juta dari berbagai investor. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan mencapai 5 juta pengguna dan 100 juta foto di unggah di instagram. Instagram sendiri merilis versi baru yaitu 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur-fitur dan resolusi tinggi.<sup>62</sup>

### 3. Fitur-fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial seperti facebook, dan twitter, termasuk milik instagram sendiri. Terdapat beberapa menu yang semuanya terletak pada bagian bawah tampilan instagram.<sup>63</sup> Diantaranya:

#### 1. Home Page

*Home Page* merupakan halaman paling utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar ke atas seperti saat *scroll mouse* di computer, maka akan terlihat postingan atau konten-konten yang di unggah pengguna.

---

<sup>62</sup> Geoff Desreumaux, "the complete history of insyagram" (on-line), tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>. Diakses pada 15 Oktober 2020.

<sup>63</sup> Bambang Dwi Atmoko, hlm 28

## 2. *Eksplore*

*Eksplore* adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram, bisa juga merupakan foto-foto pemandangan yang menakjubkan atau foto-foto yang menarik bagi pengguna.

## 3. *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna.<sup>64</sup> *News Feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*following*” yang menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna ikuti dan “*news*” yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna instagram terhadap foto yang dibagikan.

## 4. Profil

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari pemilik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah di *upload*, jumlah *following* serta *followers*.

## 5. *Stories*

*Stories* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti *fitur home*, namun dalam fitur ini *stories* atau cerita di posting oleh pengguna serta akan di tampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Selain fitur

---

<sup>64</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 12.

didasar, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten atau video yang di unggah ke instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, diantaranya:

a. *Captions*

*Captions* atau sering disebut dengan keterangan yang dibuat seketika ingin memposting merupakan fungsi untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

*Hashtag* adalah symbol bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna menampilkan foto.<sup>65</sup> Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktifitas yang dapat pengguna lakukan di instagram<sup>66</sup>, diantaranya adalah:

1). *Follow*

---

<sup>65</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 15.

<sup>66</sup> Nur Rohaman, : *Dakwah Melalui Instagram Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham*”, (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo Semarang, 2016), hlm. 16

*Follow* yang berarti ikut, *followes* adalah pengikut, dari pengguna instagram agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain bisa meng-klik *follow*, jumlah pengikut dan yang akan terlihat di laman profil pengguna.

#### 2). *Like*

*Like* adalah icon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada instagram, symbol pada instagram berbeda bentuk dengan symbol pada *facebook* yang berbentuk jempol, symbol suka pada instagram adalah symbol hati, menyukai atau like konten dilakukan dengan cara menekan tombol like di bagian bawah *caption* yang berseblahan dengan konten atau bisa dengan double tap (mengketuk dua kali) pada bagian yang disukai.

#### 3). *Comment*

*Comment* atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian, ataupun kritikan.

#### 4). *Mentions*

*Mentions* berfungsi untuk menambahkan atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda *arroba* @ dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

### **4. Pembuatan Akun Instagram**

Langkah pertama yang dilakukan Dalam pembuatan akun atau login di aplikasi instagram sebagai berikut.

## 1. Instalasi

Instalasi atau pemasangan aplikasi merupakan langkah pertama yang harus dilakukan, dengan mencari sebuah aplikasi dari aplikasi *play store* bagi pengguna *smarthphone*. Kemudian cari aplikasi instagram dilaman pencarian selanjutnya klik “install atau pasang”, kemudian dalam proses ini instagram akan mulai di unduh dan di pasang di *handphone*.

## 2. Registrasi.

Registrasi atau pendaftaran merupakan langkah pertama yang harus dilakukan ketika ingin login dalam sebuah aplikasi, contohnya seperti menggunakan media sosial instagram. Karena registrasi merupakan identitas resmi seseorang sebagai pengguna. Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan dalam hal registrasi, yaitu dengan cara sebagai berikut:

### a. Jalankan aplikasi instagram.

Untuk login pada akun instagram harus menekan tombol *sign up* untuk melakukan registrasi. Setelah masuk ke halaman *sign up* kemudian isi data-data yang diperlukan. Tiga hal yang wajib di isi adalah *email, username, password*.

### b. *Set Profil Picture*.

*Set Profil Picture* berfungsi untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, atau dengan menggunakan foto yang sudah ada di galeri *handphone*.

c. Kemudian klik tombol *sign up* untuk pendaftaran.

## 5. Penggunaan Media Sosial Instagram.

Penggunaan media sosial seolah-olah telah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer yakni media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kebanyakan orang-orang menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu, mereka memanfaatkan media sosial yang ada untuk saling mencari informasi maupun keperluan lainnya. Arif Rohman menjelaskan beberapa penggunaan Media sosial memiliki banyak manfaat, diantaranya sebagai berikut.<sup>67</sup>

### a. Mendapatkan Informasi

Di era digital, Banyak sekali informasi yang didapat melalui media sosial, seperti adanya informasi tentang beasiswa, kemudian lowongan pekerjaan, serta informasi seputar Agama, maupun hal-hal yang sedang *buming* dibicarakan banyak orang.

### b. Menjalani Silaturahmi

Dengan adanya media sosial baik itu instagram maupun media sosial lainnya, kita sebagai *user* atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berbeda dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang, teman lama, maupun kerabat dan keluarga.

### c. Kegiatan Sosial.

---

<sup>67</sup> Arif Rohmadi, Tiga Produktif Bersosial Media, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), hlm 2.

Dengan canggihnya teknologi, berbagai media sosial digunakan sebagai kegiatan sosial. Karena dengan adanya media sosial, pengguna lebih dimudahkan dalam melakukan suatu penggalangan dana serta bantuan untuk kegiatan sosial. Hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat, ketika pengguna media sosial melihat tentang penggalangan dana tersebar di media sosial, otomatis banyak pengguna yang terketuk hatinya untuk menyalurkan bantuan terkait kegiatan sosial tersebut.

d. *Brandin.*

*Baranding* adalah salah satu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan gara *brand* (merk) yang mereka tawarkan untuk dikenal. Di era digital saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat *personal* (perorangan) atau yang lebih dikenal *personal branding*.

e. Promosi

Dengan canggihnya teknologi, seperti banyaknya sosial media, lebih memudahkan orang dalam hal mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Jika dahulu untuk berjualan harus berada di pinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita berjualan dengan menggunakan media sosial.

## 6. Isi Pesan Instagram

Isi pesan yang terdapat dalam aplikasi media sosial instagram dapat memberikan pesan maupun informasi yang sangat cepat. Banyak informasi maupun pesan yang dibagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibandingkan informasi yang di tayangkan di televisi.<sup>68</sup> Dikarenakan pengguna media sosial instagram lebih banyak penggunanya, sehingga pengguna lain memiliki dorongan untuk mengunggah informasi tersebut dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respon yang banyak serta menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya.

Dengan keunikan instagram yang menjadi ciri khas berbentuk persegi baik itu bingkai foto maupun video, sehingga membuat foto maupun video menjadi daya tarik minat pengguna untuk memposting di instagram.

## E. Kajian Tentang Komunikasi Massa

### 1. Pengerian Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris “*communication*”, yang secara etimologi atau menurut asal katanya adalah dari bahasa latin *communicatus*, yang bersumber dari kata *communis*. Dalam kata *communis* memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama, yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk

---

<sup>68</sup> Bambang Dwi, hlm 42



kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi adalah proses pengiriman atau penyampaian berita atau informasi dari satu pihak ke pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi baik itu pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya. Serta komunikasi secara terminology merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.<sup>69</sup>

## 2. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Willian R.Rievers dkk, komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yaitu komunikasi oleh media dan komunikasi untuk massa. Komunikasi massa tidak diartikan sebagai komunikasi untuk setiap orang, namun media hanya cenderung memilih khalayak. Demikian pula khalayak memilih media mana yang di inginkan untuk berkomunikasi. Jay Black Federick C mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses dimana pesan-pesan yang di sampaikan secara massa, tidak sedikit disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonym, dan heterogen atau banyak jenisnya.<sup>70</sup> Untuk memahami komunikasi massa itu sendiri, jika massa sudah dapat dipahami, maka akan sangat mudah untuk memahami komunikasi massa itu sendiri.

---

<sup>69</sup> Ngalimun, *Ilmu komunikasi Ssebuah Pengantar Praktis*, (Pustaka Baru Ekspres. 2017), hlm 19.

<sup>70</sup> Arief Hidayatullah, “*Jurnalisme Cetak Konsep dan Praktik*”, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2015), hlm. 153.

Adapun ciri-ciri komunikasi massa menurut Elizabeth Noelle Neuman, yaitu:

1. Bersifat tidak langsung, artinya komunikasi harus melalui media teknis.
2. Bersifat satu arah, artinya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan yang mana komunikan tidak dapat memberikan umpan balik atau sering disebut efek yang disampaikan oleh komunikator.
3. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas atau anonym.
4. Mempunyai public yang tersebar.<sup>71</sup>

#### **F. Kerangka Berfikir**

Guna mempermudah penulis dalam melakukan pengamatan deskriptif analisis di media instagram dengan menggunakan teori jarum suntik, dimana digambarkan seperti peluru yang memasuki pikiran khalayak. Serta menjelaskan bagaimana media mengontrol apa yang khalayak lihat dan apa yang khalayak dengar. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk generasi milenial dalam menilai suatu pesan yang terkandung pada informasi yang di sampaikan, serta dapat dilihat bagaimana perkembangan media sosial dalam kehidupan sekarang dan juga dapat berpengaruh pada kehidupan sehari-hari. Contoh kecilnya

---

<sup>71</sup> Ngalimun, "*Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*", hlm 94.

seperti banyak yang kita jumpai pada setiap manusia tidak terlepas dari yang namanya *handphone* (HP).

Dengan canggihnya perkembangan media di masa sekarang, membuat orang lebih mudah dan cepat dalam melakukan aktivitas yang diinginkan seperti ceramah, pidato maupun yang lainnya. Tetapi bukan hanya hal positive saja yang bisa diambil dalam kecanggihan ini, adapun kurangnya minat dalam mendengarkan ceramah, pidato yang mudah kita temui. Generasi milenial banyak berpengaruh pada kemalasan yang membuat kurangnya minat pada hal yang berguna seperti mendengarkan ceramah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode yang digunakan adalah deskriptif analisis.

##### **1. Pendekatan Kualitatif**

Menurut Bogdan dan Taylor pada tahun 1992 yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif yakni mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi tertentu dalam suatu konteks tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh, komperhensif, dan holistic.<sup>72</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau stampel yang terkumpul sebagaimana adanya. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana ustad Adi

---

<sup>72</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* Penerbit: PUSTAKABARUPRESS Tahun 2014, hlm 19.

Hidayat menyampaikan dakwahnya melalui media instagram pada generasi milenial.

## **B. Penejelasan Judul Penelitian**

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menafsirkan dan memahami judul penelitian skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan secara singkat berkaitan dengan judul penelitian. Pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan seorang *da'i* kepada *mad'u*. Dalam literature bahasa Arab pesan dakwah disebut *maudlu' ala-da'wah*. Pesan yang di komunikasikan dalam berdakwah tentang ajaran Islam yang dikemas dengan baik oleh *da'i*. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pesan dakwah adalah suatu perintah, nasihat, serta permintaan yang harus di lakukan atau disampaikan kepada orang lain. Kemudian Media sosial instagram adalah salah satu aplikasi yang terdapat dalam *handphone* yang fungsinya sama seperti *instagram* maupun maupun lain sebagainya, hanya saja cara penyajiannya yang berbeda serta tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.

Aplikasi instagram menjadi salah satu aplikasi media sosial yang banyak penggunanya serta dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Berbagai macam informasi yang dibagiakan oleh para pengguna terkait kejadian yang baru saja terjadi, sehingga informasi tersebut cepat di dapatkan. bahkan lebih cepat dibandingkan informasi yang di tayangkan di televisi. Hal tersebut karena pengguna instagram memiliki dorongan untuk mengunggah informasi baik dalam bentuk

gambar maupun video, yang membuat informasi tersebut mendapat respon yang banyak terkait dunia maya. Selanjutnya media atau sarana yang peneliti teliti, dalam hal ini media yang di teliti adalah media instagram dalam akun @adihidayatofficial melalui fitur-fitur yang ada. Kemudian generasi milenial yakni dikenal dengan generasi serba canggih, generasi yang serba elektronik dan generasi ini kebanyakan penggunaannya anak-anak maupun remaja.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, maka penjelasan judul dari penelitian ini adalah pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam kitabullah maupun sunnah rasulnya sedangkan generasi milenial adalah generasi yang modern, generasi yang lahir setelah perkembangan dunia serta generasi milenial masih ada sampai saat ini. Serta generasi milenial adalah generasi yang semuanya serba canggih.

### **C. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama dua bulan terhitung dari bulan November sampai Desember 2020. Penelitian ini akan dilaksanakan melalui media sosial, yaitu akun instagramnya ustadz Adi Hidayat @adihidayatofficial.

### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini didasarkan pada dua sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari subjek penelitian dan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang didapat dari proses wawancara maupun observasi lainnya.<sup>73</sup> Pada penelitian ini, Penulis menggunakan data terkait pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad Adi Hidayat terkait generasi milenial pada akun media sosial instagram @adihidayatofficial.

### 2. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, berside dan internet.

## **E. Unit Analisis**

Pada bagian ini penulis menjelaskan bahwa penulis meneliti tentang bagaimana pesan dakwah virtual ustadz Adi Hidayat pada generasi milenial, dalam akun instagram @adihidayatofficial. Dalam akun tersebut peneliti meneliti tentang fitur-fitur yang ada dalam media sosial instagram. Diantaranya postingan tentang “Pemuda yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektual semata”. Dalam postingan tersebut penulis melihat bahwa apa yang di posting menyangkut dengan apa yang penulis teliti, yakni tentang bagaimana pesan dakwah yang disampaikan ustadz Adi

---

<sup>73</sup> Saifudin Azwar. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm 91.

Hidayat melalui media sosial instagramnya @adihidayatofficial pada .  
generasi milenial.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam teknik pengumpulan data memiliki beberapa diantaranya:

1. Yang pertama penulis melihat akun resmi media sosial instagram ustad Adi Hidayat.
2. Kemudian penulis melihat berapa banyak postingan yang di post oleh ustad Adi Hidayat.
3. Berapa banyak yang mengikuti akun instagramnya ustad Adi Hidayat.
4. Berapa banyak komentar ataupun yang merespon terkait penyampaian dakwah ustad Adi Hidayat dalam akun media sosial instagramnya.
5. Memilah data yang diperlukan didalam penelitian.
6. Mentabulasi data sesuai dengan rumusan masalah.
7. Mengemas data.

#### **G. Teknik Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data dengan mempertimbangkan hasil penelitian yang telah di peroleh untuk menguji keabsahan data peneliti dengan menggunakan teknik triangulasi.



## H. Tehnik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis, yaitu metode yang dilakukan untuk memecahkan masalah dengan cara mengumpulkan data, menyusun, mengklarifikasi serta menganalisis dan mendeskripsikannya. Sehingga permasalahan mengenai penelitian ini di deskripsikan berdasarkan data yang di peroleh, kemudian di analisis sebagai gagasan yang menarik untuk ditampilkan dalam kajian ini.

Menurut Sugiono metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel sebagaimana adanya.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif- Kualitatif dan R&B*” (Bandung: Alfabeta 2017)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Sejarah Singkat Tentang Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA

##### 1. Profil Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA



Gambar 4.1  
Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram  
@adihidayatofficial.<sup>75</sup>

Ustadz Adi Hidayat dikenal sebagai salah satu ustadz yang paling populer di kalangan netizen muslim. Diketahui popularitas beliau sekarang sedang menunjak sebagai seorang pendakwah. Video-video ceramahnya banyak ditonton oleh jutaan kaum muslim di Indonesia. Ustad Adi Hidayat, Lc. MA sendiri lahir pada tanggal 11 September 1984 di Pandeglang, Banten. Ayahnya yang bernama Warso Supenadan serta Ibunya yang bernama Hj. Rafiah Akhyar.<sup>76</sup> Ustad sendiri memiliki 4 orang

---

<sup>75</sup> Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

<sup>76</sup> <https://www.biografiku.com/profil-dan-biografi-ustadz-adi-hidayat-lc-ma/> diakses pada 20 Desember 2020

saudara kandung. Masa kecil beliau menempuh pendidikan awal di TK Pertiwi Pandeglang pada tahun 1989. Setelah itu beliau memasuki jenjang pendidikan sekolah dasar yaitu di SDN Kraton 3 Pandeglang hingga ke jenjang kelas 3 SD. Pada saat kelas 4 SD, beliau pindah ke SDN III Pandeglang sampai beliau tamat SD. Semasa kecilnya beliau merupakan siswa yang cerdas.<sup>77</sup>

Setelah melaksanakan jenjang pendidikan sekolah dasar atau SD, ibu dan ayahnya berniat untuk memasukkan ustad ke sekolah unggulan SMP 1 Pandeglang, Banten. Namun terlebih dulu ustad menceritakan bahwa beliau mimpi bertemu Rasulullah SAW, maka kemudian kedua orang tuanya berniat untuk memasukkan anaknya ke sekolah Agama. Ustad Adi Hidayat akhirnya melanjutkan pendidikannya ke Madrasah Salafiyyah Sanusiyyah Pandeglang. Beliau dikenal sebagai siswa berprestasi yang pernah menjadi penceramah cilik ketika wisuda santri. Setelah tamat Madrasah, beliau melanjutkan pendidikannya di Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut pada tahun 1997. Di pondok pesantren beliau banyak memperoleh bekal ilmu agama secara lebih mendalam serta ilmu pengetahuan lainnya. Di pondok pesantren beliau juga meraih sejumlah prestasi dan lulus dengan predikat santri teladan, dengan prestasinya yang dicapai menjadikan beliau diterima masuk jalur PMDK Fakultas Dirasat Islamiyyah UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2003.

---

Namun dua tahun kemudian tepatnya pada tahun 2005, beliau mendapat kesempatan melanjutkan pendidikannya di Kuliyyah Dakwah Islamiyyah di Tripoli Libya. Di Libya beliau sangat intensif belajar mengenai agama Islam mulai dari *al-qur'an*, *hadits*, *fiqh*, *ushul fiqh*, *tarikh*, *lughah*, dan sebagainya. Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA mengambil program khusus Lughah Arabiyyah wa Adabuha. Selain menunjang pendidikan formal, Ustadz Adi Hidayat juga bertalaqqi kepada masyayikh bersanad baik di Libya dan Negara-negara yang pernah beliau kunjungi.<sup>78</sup> Bukan hanya itu Ustadz Adi juga belajar al-Qur'an pada Syaikh Dukkali Muhammad al-'Alim (muqri internasional), Syaikh Ali al-Liibiy (Imam Libya untuk Eropa), Syaikh Ali Ahmar Nigeria (riwayat warsy), Syaikh Ali Tanzania (riwayat ad-Duri). Ustadz Adi juga belajar ilmu tajwid pada Syaikh Usamah (Libya). Terdapat beberapa guru atau panutan Ustadz Adi Hidayat dalam belajar ilmu tafsir diantaranya Syaikh Tanthawi Jauhari (Grand Syaikh al-Azhar) dan Dr. Bajiqni (Libya), sedangkan untuk Ilmu Hadits Ustadz Adi belajar dari Dr. Shiddiq Basyr Nashr (Libya).

## **2. Deskripsi Akun Instagram Ustad Adi Hidayat, Lc. MA**

Ustad Adi Hidayat, Lc. MA pertama kali bergabung di media sosial Instagram yaitu pada tanggal 16 Oktober 2016. Nama pengguna yang beliau gunakan dalam akunnya ialah @adihidayatofficial, namun sebelum diganti @adihidayatofficial beliau menggunakan nama pengguna @ustadzadihidayat dan sekarang beliau masih tetap menggunakan nama

---

<sup>78</sup><https://kumparan.com/islami-store/profil-biografi-dan-prestasi-ustadz-adi-hidayat-lc-yang-luar-biasa/full>, diakses pada 15 Desember 2020.

pengguna @adihidayatofficial di media sosial instagramnya.<sup>79</sup> Dapat dilihat bahwa jumlah yang mengikuti akun resmi @adihidayatofficial mencapai 3 juta pengikut, sedangkan yang diikuti kurang lebih 18 yang diikuti. Dalam laman akun tersebut beliau memposting 482 video maupun foto yang beliau unggah. Bukan hanya itu beliau juga sering melakukan siaran langsung atau sering disebut IGTV yang jumlahnya sekitaran 57 di siarkan.

Berikut tampilan beranda akun Instagram @adihidayatofficial.



Gambar 4.2  
Beranda akun Instagram @adihidayatofficial dala akun instagram @adihidayatofficial.<sup>80</sup>

## B. Penyajian Hasil Penelitian

### 1. Pesan Dakwah Virtual ustad Adi Hidayat, Lc. MA pada Generasi Milenial.

Media sosial yang merupakan bagian dari teknologi informasi yang digunakan ustad Adi Hidayat sebagai media dakwahnya. Kebijakan ini diambil mengingat media instagram di pandang memiliki peran penting dalam mengelolah dan menyampaikan

<sup>79</sup> <https://www.instagram.com/adihidayatofficial/?igshid=1xrw7abiuykli>. Observasi pada akun Instagram @adihidayatofficial, pada minggu 20 Desember 2020

<sup>80</sup> Beranda akun Instagram @adihidayatofficial dala akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

informasi, baik itu ceramah maupun yang lainnya. Sebagaimana telah penulis uraikan dilatar belakang, masalah penelitian, penelitian ini berupaya mendeskripsikan bagaimana pesan dakwah yang disampaikan oleh ustad Adi Hidayat melalui fitur-fitur media sosial instagramnya.

a. Fitur Gambar



Gambar 4.3  
Fitur gambar yang terdapat dalam akun instagram  
@adihidayatofficial.<sup>81</sup>

Format gambar adalah fitur yang di tonjolkan oleh instagram, pada dasarnya media sosial instagram ini bersifat *photo sharing* sehingga format gambar dapat dilihat dan diakses sangat mudah di aplikasi instagram. Format gambar yang sering digunakan untuk menyebar dakwah melalui akun instagram @adihidayatofficial yaitu dengan membuat kiriman gambar dengan format gambar yang menarik dan memiliki pesan teks.

<sup>81</sup> Fitur gambar yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

Dapat di simpulkan bahwa fitur gambar merupakan penyampaian dakwah melalui unggahan gambar yang memiliki makna dakwah. Kebanyakan fitur ini yang paling dominan digunakan oleh akun instagram @adihidayat official dalam menyampaikan dakwahnya.

#### b. Fitur Video



Gambar 4.4

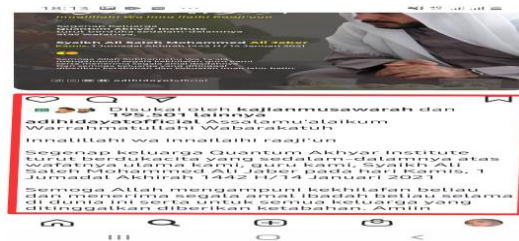
Gambar Video yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatofficial.<sup>82</sup>

Fitur video merupakan salah satu fitur yang paling banyak diminati orang ketika sedang mendengarkan penyampaian dakwah, karena dengan menyampaikan dakwah melalui unggah video baik itu ceramah maupun sebagainya, kita bisa melihat video tersebut berulang kali. Video juga merupakan salah satu media audio visual yang dapat merangsang pendengaran dan penglihatan. Jadi dialam akun@adihidayatofficial, beliau lebih banyak mengunggah ataupun memposting kegiatan menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui fitur video yang terdapat dalam media sosial instagramnya. Dalam

<sup>82</sup> Gambar Video yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

penelitian ini penulis meneliti tentang salah satu unggahannya video yang penulis lihat yaitu “pemuda yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektual semata”. Dalam postingan tersebut, dijelaskan bahwa sosok pemuda milenial yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektualnya saja.

c. Fitur *Captions*



Gambar 4.5

Gambar *Captions* yang terdapat dalam akun adihidayatofficial.<sup>83</sup>

Akun instagram @adihidayatofficial menggunakan fitur *captions* untuk membuat suatu keterangan atau judul terkait video maupun gambar yang di posting dalam instagramnya. Ataupun untuk memperkuat isi karakter pesan yang ingin disampaikan oleh penguan tersebut.

d. Fitur *Montion*

---

<sup>83</sup> Gambar *Captions* yang terdapat dalam akun adihidayatofficial.





Gambar 4.6.  
Gambar *Montions*.<sup>84</sup>

Fitur *montion* digunakan akun @adihidayatofficial untuk menandai pengguna lain untuk melihat terkait apa yang kita posting, maka dari itu pengguna yang telah di tandai akan mendapatkan pemberitahuan bahwa pengguna lain telah menandai dirinya untuk melihat postingan dalam akunnya.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan pada sub sebelumnya, penulis akan menganalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan teori pada Bab II yaitu teori jarum suntik atau sering disebut teori peluru dan melengkapinya dengan analisis pribadi peneliti. Analisis tersebut disesuaikan disesuaikan dengan permasalahan yang dituangkan pada rumusan masalah, yaitu tentang bagaimana pesan dakwah ustadz Adi Hidayat pada generasi milenial menggunakan media sosial instagram pribadinya dengan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan tehnik

<sup>84</sup> Gambar *Montions* yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatOfficial. Diakses pada 9 Februari 2021

deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan lalu menganalisiskannya kemudian menggunakan teori jarum suntik atau teori *Hypedermik*.

## **1. Analisis pesan dakwah virtual ustadz Adi Hidayat, Lc. MA pada generasi milenial.**

### a. Penggunaan Fitur Gambar.

Format gambar adalah fitur yang di tonjolkan oleh instagram, pada dasarnya media sosial instagram ini bersifat *photo sharing* sehingga format gambar dapat dilihat dan diakses sangat mudah di aplikasi instagram.<sup>85</sup>

Berdasarkan teori di atas yang dilakukan fitur gambar adalah fitur yang ditonjolkan oleh instagram, karena pada dasarnya media yang bersifat *photo sharing* sehingga dapat dilihat dan diakses dengan sangat mudah di aplikasi instagram. Setelah menelaah hasil penelitian, penulis dapat menegaskan bahwa fitur gambar merupakan fitur yang paling dominan yang digunakan sebagai media dakwah. Bisa dikatakan bahwa fitur gambar merupakan fitur yang dominan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam akun instagram @adihidayatofficial.

Akun instagram @adihidayatofficial menggunakan fitur gambar dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Seperti pada gambar dibawah ini:

---

<sup>85</sup> Sandi Candra Marta, 2019. Judul Skripsi”*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Pada Organisasi KAMMI Komisariat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*”.



Gambar 4.7  
Gambar postingan @adihidayatofficial.<sup>86</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang terkandung dalam postingan ini terlihat bahwa di dalam gambar tersebut dituliskan ustad Adi Hidayat, Lc. MA dalam unggahannya yaitu sosok pemuda milenial menurut Al-qur'an. Disini terlihat bahwa. Berdasarkan observasi terkait postingan berupa format gambar yang memiliki daya tarik tersendiri dan pesan yang berisikan tulisan tentang anak muda maupun generasi milenial, sehingga mereka berfikir bahwa pemuda yang hebat bukan diukur dari kecerdasan intelektual semata.

Namun bukan itu patokannya, tapi imannya yang dilihat. Jika anda ingin dikatan seorang pemuda yang hebat, generasi milenial yang hebat, maka syarat pertamanya adalah kehebatan dalam pandangan Allah itu “iman Beberapa komentar yang terdapat dalam postingan akun instagram @adihidayatofficial. Diantaranya anak muda yang memberi komentar seperti yang tertera dibawah ini:

“@kokoazhar.id “kalau judulnya tentang anak muda selalu menggugah biar menjadi pemuda yang berkontribusi buat umat dan agama”. Selanjutnya @kyun\_chan “Bismillah, semoga Allah

<sup>86</sup> Gambar postingan @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

memasukkan kami dalam golongan pemuda hebat itu, Ustadz. Aminn.”

Kemudian postingan lain terkait format gambar, seperti gambar dibawah ini, sama halnya dengan yang sebelumnya, namun yang pembedanya terletak pada tulisan yang terdapat dalam fitur gambar tersebut. Dalam tulisan gambar yang diunggah ustad Adi Hidayat dalam akun media instagramnya @adihidayatofficial, beliau menuliskan sosok pemuda milenial menurut Al-qur'an.

Dalam format gambar tersebut tertulis bahwa Allah menurunkan petunjuk “*hudan*” akan menjadi sinar yang membimbing setiap aktivitas yang dilakukan. Maksud dalam format gambar tersebut merupakan proses bagaimana kita mempertahankan iman kita, sehingga kita mencapai nikmat yang sesungguhnya. Maka Allah turunkan “*hudan*” sebagai sinar yang membimbing setiap aktivitas yang dilakukannya.<sup>87</sup>

Dapat penulis simpulkan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam fitur gambar merupakan salah satu cara penyampaian pesan dakwah yang dibuat sesuai dengan tema baik itu remaja maupun dewasa, sehingga membuat pembaca tertarik membaca pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam gambar/foto tersebut.

Berikut contoh postingan tentang fitur gambar:

---

<sup>87</sup> <https://youtu.be/bDsBF9wTWC8>. Diakses pada Desember 2020.



Gambar 4.8  
Gambar postingan @adihidayatofficial.

Terdapat beberapa komentar yang terdapat dalam postingan akun instagram @adihidayatofficial diantaranya:

”@sonofadamm, ia menuliskan bahwa “kita kuat jika Allah dekta, Allh dekat jika kita ta’at,. Semoga kita semua diberikan kekuatan iman dan kesehatan lahir batin”. Kemudian @wahyuwibisana37, ia juga menuliskan “Assalamu’alaikum. Bismillahirrahmanirrohim mohon maaf. Informasi: 1. Ada cara supaya Allah mendatangkan/datangkan bantuan dari segala arah, contohnya kepala Negara Adidaya Indonesia yang menaungi Negara-negara di wilayah Asia tenggara, jika ketemu/bertemu kholifah Allah SWT, maka ucapkan “Ya Kholifah Allah, saya mau menjadi utusan engkau juga sebagai kepada Negara Adidaya Indonesia di wilayah Asia Tenggara dan mau melindungi rakyat/warga Indonesia juga melindungi Negara-negara dibawah naungan Negara Adidaya Indonesia di wilayah Asia Tenggara”<sup>88</sup>.

#### b. Fitur Video

Dalam menyampaikan dakwahnya ustad Adi Hidayat, menggunakan format video yang terdapat dalam akun media sosialnya @adihidayatofficial untuk membagikan pesan-pesan dakwahnya. Video adalah salah satu media yang efektif, video merupakan salah satu media audio visual yang dapat merangsang pendengar dan penglihatan.

<sup>88</sup> Observasi pada akun instagram @adihidayatofficial, pada 20 Desember 2020.

Dari keterangan video yang diunggah tersebut dapat penulis jelaskan bahwa fitur format video yang disediakan oleh Instagram, merupakan fitur yang diandalkan oleh Ustad Adi Hidayat, Lc. MA. Hal ini dikarenakan format video dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah, video juga merupakan salah satu media audio visual yang dapat merangsang *infera* pendengar dan penglihatan.

Pesan dakwah yang dapat kita ambil dari fitur video yang diunggah Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA di media sosialnya, yaitu pesan dakwah yakni merupakan cara yang paling banyak beliau digunakan. Dalam video tersebut, terlihat caption yang ditulis Ustadz dalam unggahan videonya yaitu “Semua akan di hisab”.<sup>89</sup>

Beliau menjelaskan bahwa, apapun profesi anda, siapapun anda, apa yang anda miliki, apa yang diamanahkan, semuanya akan dihisab. Semua akan diminta pertanggung jawaban di akhirat kelak oleh Allah Subhanaau wata’ala. Makannya jika kita tergerak ingin melakukan kemaksiatan bayangkan seketika Allah wafatkan kita pada saat itu, maka bertakwalah kepada Allah SWT. Jika kita belum mampu berlomba dengan orang shaleh meningkatkan ketaqwaan kepada Allah, maka berlombalah dengan para pendosa untuk memohon ampun kepada Allah SWT. Dalam postingan tersebut terlihat bahwa baik itu remaja maupun dewasa, mereka semua memberika tanggapan atau respon yang baik. Mereka juga

---

<sup>89</sup> Observasi pada akun Instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 20 Desember 2020

mengungkapkan bahwa fitur video merupakan cara penyampain dakwah yang lebih efektif, yang bisa diputar berulang-ulang kali sehingga membuat hatinya terketuk ketika melihat postingan tersebut. Hal ini terlihat dalam laman akun instagram @adihidayatofficial, diantaranya:



Gambar 4.9  
Gambar unggahan video dalam akun instagram @adihidayatofficial.<sup>90</sup>

### c. Fitur *Captions*

Fitur *captions* (keterangan) atau sering disebut dengan judul merupakan tulisan yang dibuat bersamaan ketika sedang mengunggah ataupun memposting. Dalam akun instagram @adihidayatofficial, penulis melihat bahwa setiap kali beliau memposting baik itu gambar maupun video selalu diberikan caption (keterangan). Karena dengan menulis sebuah keterangan pada saat memposting, bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin di sampaikan.

Berikut ini terdapat gambar captions (keterangan) atau judul dari topic yang akan di bahas dalam postingan baik dari segi gambar maupun video.

<sup>90</sup> Gambar unggahan video dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021



Gambar 4.10  
Gambar captions/keterangan dalam akun instagram  
@adihidayatofficial.<sup>91</sup>

Pesan dakwah yang terdapat dalam fitur *Captions* merupakan pesan dakwah yang terbilang cukup singkat, akan tetapi maknanya sungguh luar biasa. Karena dengan menggunakan fitur *captions* orang-orang terlebih dulu melihat suatu unggahan melalui tulisan atau suatu keterangan yang terdapat dibagian bawah suatu unggahan yang diposting. Dengan melihat *captions* nya terlebih dulu, otomatis mereka akan melihat ataupun memutar video yang diunggah tersebut. *Captions* itu sendiri merupakan suatu keterangan baik itu dalam bentuk video maupun gambar yakni suatu keterangan tentang topik atau judul penyampaian pesan dakwah yang ingin di sampaikan.

Dalam video tersebut, terlihat caption yang ditulis ustadz dalam unggahan videonya yaitu “ Semua akan di hisab”.<sup>92</sup> Beliau menjelaskan bahwa, apapun profesi anda, siapapun anda, apa yang anda miliki, apa yang diamanahkan, semuanya akan dihisab. Semua akan diminta pertanggung jawaban di akhirat kelak oleh Allah

<sup>91</sup>Gambar captions/keterangan dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

<sup>92</sup>Observasi pada akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 20 Desember 2020



Subhanaau wata'ala. Makannya jika kita tergerak ingin melakukan kemaksiatan bayangkan seketika Allah wafatkan kita pada saat itu, maka bertakwalah kepada Allah SWT. Jika kita belum mampu berlomba dengan orang shaleh meningkatkan ketaqwaan kepada Allah, berlombalah dengan para pendosa untuk memohon ampun kepada Allah SWT.

d. Fitur *Mentions*

*Mention* adalah fitur yang berfungsi untuk menambah atau memanggil pengguna lain. Fitur ini adalah dengan melihat tanda arroba (@) kemudian menulis nama akun, maka akun yang ditulis tersebut akan mendapat pemberitahuan bahwa akun tersebut oleh pengguna yang membuat mentions tersebut.<sup>93</sup>

Berdasarkan observasi dan disesuaikan dengan teori dapat disimpulkan bahwa akun instagram @adihidayatofficial menggunakan fitur *mentions* untuk menuliskan nama ustad atau *da'I* ataupun ingin membalas komentar dari pengguna lain yang menjadi salah satu isi video atau gambar yang di unggah. Sekaligus memperkenalkan akun-akun tersebut misalnya akun @capt\_sadida, agar pengguna instagram dapat mengikuti atau *follow*. *Mentions* juga dapat berfungsi sebagai manfaat *personal branding* yaitu pengenalan individu kepada khalayak.

Pesan dakwah yang terdapat pada fitur *Mentions* merupakan pesan dakwah yang pada saat menyampaikan suatu pesan dakwah lebih erat kaitannya pada objek yang dipilih. Seperti halnya menandai

---

<sup>93</sup> Bambang Atmoko, Instagram Handbook, hlm 21.

@pengguna lain ataupun erat juga kaitannya dengan beberapa *Da'I* atau ingin membalas suatu komentar yang tertera. Jadi pesan dakwah yang terkandung dalam fitur *Mentions* adalah lebih erat dengan topic atau pesan dakwah yang di posting, sehingga lebih mempermudah pengguna lain untuk mengetahui tentang postingan atau unggahan terbaru dari si pengguna akun. Dibawah ini terdapat gambar terkait fitur mentions:



Gambar 4.11  
Fitur mentions yang terdapat dalam akun instagram  
@adihidayatofficial.<sup>94</sup>

#### e. Fitur *Hashtag*

*Hashtag* adalah fitur yang umum di temukan pada layanan media sosial instagram dan twitter, maupun facebook. Namun jumlah penggunaan fitur itu lebih banyak dijumpai di instagram dan twitter, dalam menggunakan *hashtag* ini lebih memudahkan para pengguna instagram untuk menemukan kiriman dengan konten yang mirip atau menyerupai yang dibagikan oleh pengguna instagram lain.<sup>95</sup>

Hasil observasi dari akun instagram @adihidayatofficial dapat disimpulkan bahwa hal ini penulis menemukan *hashtag* #uah, #videosatumenitua dan sebagainya, digunakan akun @adihidayatofficial dengan maksud dan tujuan agar pengguna melihat

<sup>94</sup> Gambar Fitur mentions yang terdapat dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

<sup>95</sup> Bambang Atmoko, *Instagram Handbook*, hlm 19.

konten lainnya yang telah di posting/diunggah oleh ustadz Adi Hidayat.

Pesan dakwah yang dapat disimpulkan dari fitur *hashtag* yang terdapat dalam media sosial instagram terkait postingan yang di unggah adalah kita bisa mengetahui lebih banyak tentang unggahan-unggahan video yang lainnya melalui sebuah *hashtag* atau sering disebut dengan tanda pagar # yang berfungsi agar pengguna lain bisa melihat konten yang serupa dengan yang di unggah. Disini penulis melihat bahwa dalam suatu postingan yang penulis amati yakni dengan tema “akan di hisab”, disini terlihat bahwa dalam postingan tersebut ada sebuah keterangan yang menandai adanya sebuah fitur *hashtag* (#) digunakan dalam postingan ini untuk memperkuat pengguna lain mengetahui tentang tema akan di hisab.

Sebagaimana yang terdapat dalam postingan berikut:



Gambar 4.12

Gambar postingan *hashtag* pada akun @adihidayatofficial.<sup>96</sup>

#### f. Fitur *Commen*

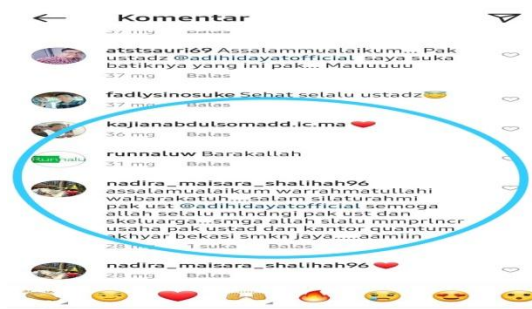
<sup>96</sup> Gambar postingan *hashtag* pada akun @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

Fitur *commen* adalah fitur wajib yang selalu ada dalam layanan media sosial, dalam kolom komentar pengguna dapat menuliskan kesan-kesan mengenai foto atau video yang di unggah dalam akunnya.

Fitur *Commen* adalah fitur yang terdapat dalam berbagai media sosial salah satunya media sosial instaram, fitur *Commen* merupakan fitur yang paling banyak digunakan pengguna, dengan fitur ini juga pengguna lain lebih mengetahui bagaimana postingan yang di unggah di respon dengan baik oleh pengguna lain. Pesan yang dapat di ambil dari fitur *commen* ini adalah untuk lebih mengetahui bagaimana respon khalayak terhadap apa yang kita unggah, kita bisa menilai sendiri bagaimana pesan yang kita sampaikan direspon dengan baik oleh khalayak banyak.

Selain itu dengan adanya fitur *comment* khalayak atau pengguna lain bisa saling bertukar pikiran atau saling memberikan masukan ataupun ingin menanyakan terkait unggahan tersebut. Fitur *commen* ini juga sudah secara otomatis tersaring dan menyaring komentar-komentar yang dianggap membuat pengguna tidak nyaman. Misaknya komentar yang sifatnya (*Bullying*), ujaran kebencian, pelecehan, dan komentar *spam* seperti dagangan.

Berikut dibawah ini terdapat gambar fitur *commen* yang terdapat dalam media sosial. Dalam akun instagram @adihidayatofficial.



Gambar 4.13  
Fitur *commen* dari akun @adihidayatofficial.<sup>97</sup>

Dari keenam fitur tersebut jika diambil berdasarkan teori yang relevan penulis menyimpulkan bahwa ustadz Adi Hiadayat menggunakan media instagram @adihidayatofficial sebagai salah satu media dakwahnya yang ada di media sosial. Karena menurutnya media instagram merupakan media yang paling banyak penggunanya, beliau juga menggunakan berbagai fitur yang terdapat dalam media sosial instagram seperti yang telah dijelaskan di atas.

<sup>97</sup> Gambar Fitur *commen* dari akun @adihidayatofficial. Diakses pada 9 Februari 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dari bab sebelumnya dapat di simpulkan bahwa bagaimana proses penyampaian pesan dakwah virtual ustadz Adi Hidayat, Lc MA pada generasi milenial merupakan cara penyampaian pesan dakwah melalui media sosial dalam akun instagram @adihidayatofficial menggunakan fitur-fitur yang telah tersedia di media sosial instagram. Penyampaian pesan dakwah diantaranya adalah penggunaan fitur video sebagai andalan dalam menyebarkan dakwahnya, fitur *hashtag* memudahkan pengguna untuk mencari konten dengan judul ataupun tema yang sama, kemudian format gambar digunakan untuk membuat kiriman dalam bentuk poster jadwal kajian ustadz Adi Hidayat ataupun jadwal siaran live, fitur *captions* untuk menambah keterangan atau penjelasan mengenai isi pesan dakwah dalam konten yang di posting, selanjutnya fitur *comment* sebagai tempat berbagai pendapat *mad'u* ataupun *feedback* terhadap konten yang di unggah. Materi yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat dalam akun instagramnya @adihidayatofficial, secara keseluruhan merata untuk di konsumsi segala umur. Namun dalam penelitian yang penulis teliti hanya mengaitkan tentang generasi mileial mengenai pesan dakwah yang disampaikan oleh ustadz Adi Hidayat, materi yang disampaikan pun

dikemas menggunakan fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial instagram yang pastinya menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah di cerna dan di pahami.

## **B. Saran**

Setelah penulis mencermati dan menganalisis hingga menarik kesimpulan yang bersifat deskriptif penulis akan memberikan saran dan masukan berdasarkan data-data dan temuan sebagai berikut.

1. Untuk akun media sosial instagram @adihidayatofficial bisa lebih giat lagi dalam menyampaikan pesan dakwah terkait generasi milenial melalui media instagram. Karena seperti yang diketahui bahwa pada zaman sekarang pengguna media sosial banyak yang berasal dari kalangan remaja, jadi peneliti ingin dalam media sosial @adihidayatofficial lebih banyak memberikan penyampaian dakwah terkait generasi milenial.
2. Bagi pengguna aplikasi media sosial instagram terkhususnya generasi milenial agar bisa mempelajari pengguna media sosial termasuk instagram untuk dijadikan sebagai wadah dalam mencari ilmu yang sifatnya mengarah kepada kebaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeffini, Munzien Saparta, Harjani, 2009. *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Amin, Samsul Munir, M.A, 2009. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah)
- Amiruddin. Jurnal: 2016. Konsep Dasar Dakwah. Vol. 9. No. 1, Mei.
- Ardianto, Elvinaro M.Si, Lukiati Komala M.Si, Siti Karlina M.Si. 2009. Dalam bukunya “*Komunikasi Massa Suatu Pengantar*”. (Bandung: Simbiosis Rekatama)
- Ash-Siddiqi, Hasbi, 1972. *Sejarah dan Pengantar Ilmu Al-Qur’an/Tafsir*, (Jakarta: Bulan Bintang,)
- Aziz, Moh Ali, 2004. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenade Media Group)
- Azwar, Saifudin, 2009. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Bambang Dwi Atmoko, 2012. *Instagram Hanbook*, (Jakarta: Media Kita)
- Budiati, Indah, SST, M.Si, Dr. Yuni Susianto, S.Si, M.Si, Dr. Whindiarso Ponco Adi P, S.Si, M. Eng Soviari Ayuni, S.Si, dkk. *Statistik Tematik Gender: Profil Generasi Milenial*,
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Desreumaux, Geoff . “*the complete history of insyagram*” (on-line), tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>.
- Efendi, Faizah Muksin, 2006. *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Fadhalullah, Muhammad Husain, 1997. *Metodologi Dakwah dalam Al-Qur’an* , ter. Ternama Ahmad Qosim. Jakarta: Lentera.
- Fatah, Rohandi Abdul Fatah dan M. Tata Taufik, 2003. *Manajemen Dakwah di Era Global sebuah pendekatan Metodologi*, (Jakarta: Amisso)



Fitria, Fitria, Wira Hadi Kusuma, Shoviani Rochman, Ria Andisa, Rafinita Aditia. Dawuh: *Islamic Communication Journal* 1 (2), 68-75,2020 “*Pesan Dakwah Dalam Self Distancing (Kasus Covit-19)*”

HAMKA. 2013. *Tafsir al Azhar*, Singapura: Pustaka Nasional, , Cet. V.

Hassanuddin, 1992. *Hukum Dakwah*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta)

Hidayatullah, Arief, 2015. “*Jurnalisme Cetak Konsep dan Praktik*”, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta)

Imarah, Muhammad, 1999. *Islam dan Prulalitas; Perbedaan dan Kemajemukan Dalam Bingkai Persatuan*, terj. Abdul Hayyie al Kattanie, Jakarta: Gema Insani Press.

<http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>.

<http://kumparan.com/kumparannews/7-ustad-yang-kondang-di-instagram-abdul-somad-hingga-hanan-attaki>.

<https://www.biografiku.com/profil-dan-biografi-ustadz-adi-hidayat-lc-ma/>  
<https://kumparan.com/islami-store/profil-biografi-dan-prestasi-ustadz-adi-hidayat-lc-yang-luar-biasa/full>,

<https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/news/2020/10/28/194632/arti-milenial-lengkap-dengan-jawaban-milenial-kelahiran-tahun-berapa>

<https://www.instagram.com/adihidayatofficial/?igshid=1xrw7abiuykli>.  
<https://youtu.be/bDsBF9wTWC8>.

Jurnal Aris Risdiana, *Dakwah Virtual Sebagai Benalitas Keagamaan Di Era Disrupsi Vol:7*

Lisan(<http://forum.teropong.id/2020/09/01/pengertian-ceramah-jenis-jenis-komponen-metode-serta-media-ceramah-dan-contohnya/>).

Ngalimun, “*Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*”,

Rakhmawati, Istina “*Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*”, at-tabsyir *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No. 1 Juli 2016

Rizal, Samsul, Ai Fatimah Nur Fuad. 2019. Artikel dengan judul “*MEDIA SOSIAL DAN LITERASI KEAGAMAAN GENERASI MILENIAL*”

Rohmadi, Arif, 2016. *Tiga Produktif Bersosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo)

- Rohman, Nur, 2016. *Dakwah Melalui Instagram Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham*”, (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo Semarang)
- Saleh, Abd Rosyad, 1986. *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: PT. Buana Bintang)
- Sayipudin, Endang Ansori. 1996. *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali)
- Sugiono, 2017. “*Metode Penelitian Kuantitatif- Kualitatif dan R&B*” (Bandung: Alfabeta)
- Sujarweni, Wiratna, 2014. *Metodologi Penelitian* Penerbit: PUSTAKABARUPRESS
- Syukur, Asmun, 1993. *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Tiffany Siti Zakiyah, Uwes Fatoni. 2016. Artikel dengan judul “Pesan Dakwah Virtual Tentang Muslimah Di Media Sosial Line @dakwah muslimah”
- Yosiena, Deslima Duli. 2018. Judul Skripsi “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”.