

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan suatu perbuatan ajakan untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan atas perintah Allah melalui apa yang diajarkan Rasulullah. Menurut Prof. Dr.Hamka, dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi munkar. Pada dasarnya, perintah dakwah telah ada didalam Al-Qur'an surat Al-Imron ayat 104 yaitu:

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

Artinya : “ Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar: merekalah orang-orang yang beruntung”.

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa tentang manusia diciptakan oleh Allah mempunyai kewajiban mulia yaitu menyampaikan seruan, panggilan atau ajakan kepada orang lain tanpa adanya paksaan (dakwah) atau menyeluruh mengerjakan

amal ma'ruf dan mencegah yang munkar<sup>1</sup>.Eksistensi dakwah dari jaman nabi hingga saat ini mengalami perkembangan yang signifikan. Perkembangan tersebut tidak lepas dari kemajuan teknologi yang semakin canggih, sehingga pendakwah dapat berkontribusi dalam menyampaikan pesan dakwah Ilmu dan teknologi merupakan produk dari kerja akal dan penalaran serta ketrampilan manusia, yang sangat berguna dalam memakmurkan bumi serta mengembangkan kebudayaan dan peradapan. Ilmu dan teknologi juga sangat diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan dakwah yang efektif. Tanpa pemanfaatan ilmu dan teknologi, dakwah tidak akan berkembang efektif, dan bahkan dapat dikalahkan oleh lawan dakwah yang justru sarat dengan muatan ilmu dan teknologi<sup>2</sup>. Oleh karna itu, dakwah telah masuk dalam berbagai perkembangan media informasi. Perkembangan media informasi saat ini dengan cepat dan efektif dalam menyampaikan pesan. Media informasi diklasifikasikan sesuai dengan bentuk penyampaiannya yaitu media cetak, seperti majalah, brosur, buku, bulletin, dan media elektronik seperti televisi, radio, film. Meski kedua media tersebut masih bertahan, tidak dipungkiri

---

<sup>1</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997),p.32

<sup>2</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmi, 2011),p.15

bahwa media baru menjadi *trendsetter* di masyarakat, media tersebut disebut dengan internet.

Internet merupakan untuk menghubungkan jaringan komputer-komputer sehingga dapat berkomunikasi satu dengan lainnya. Melalui internet, masyarakat dapat mengakses berbagai situs atau website yang mengandung informasi tentang pengetahuan dan berita yang berkembang saat ini. Dengan internet, masyarakat dapat mengakses bahkan membagikan informasi kepada seluruh manusia yang ada dibelahan bumi manapun dan tidak terbatas dengan ruang dan waktu. Dengan demikian, pendakwah terfasilitasi adanya media baru tersebut dan terdapat peluang yang besar di dalamnya, sebab masyarakat saat ini banyak mengakses

internet. Sehingga internet menjadi alat dakwah kontemporer yang memiliki jangkauan luas untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah yang munkar.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kemajuan teknologi dan informasi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Salah satu perkembangan teknologi yang paling berpengaruh ialah pemanfaatan internet. Seiring berjalannya waktu, internet menjadi

media komunikasi utama yang diandalkan oleh mayoritas masyarakat di berbagai belahan dunia. Hal tersebut salah satunya di pengaruhi oleh kemampuan internet sebagai media untuk mengirim dan menerima pesan secara cepat dan relatif praktis. Selain itu, internet juga dapat membantu penggunaannya untuk mengakses segala bentuk konten maupun informasi yang terseia secara online. Kendati kemudian, di era modern seperti saat ini penggunaan teknologi informasi terdapat dalam hampir semua aspek kehidupan manusia sehari-hari. Berbagai aktivitas seperti bekerja, belajar, berbelanja, serta terutama aktivitas berkomunikasi satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung di tunjang oleh keberadaan internet. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka pola perilaku masyarakat yang baru, dalam artian bahwa masyarakat bisa dengan cepat dan mudahnya saling menerima dan mengirim informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi secara dinamis ini juga mendorong perubahan pola perilaku bagi sebagian masyarakat. Penerapan berbagai media komunikasi berbasis internet pun kerap kali dianggap sebagai solusi untuk mewujudkan komunikasi yang efektif dan efisien. Hal ini erat

kaitannya dengan manfaat internet untuk mempercepat berbagai bentuk komunikasi sehingga akan menghemat banyak waktu. Salah satu produk internet yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial. Media sosial membantu penggunaannya untuk menjalin komunikasi dalam skala komunitas yang lebih luas serta membantu juga penggunaannya untuk mengakses berbagai informasi secara mudah<sup>3</sup>.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses masyarakat melalui smartphone. Terdapat 45 juta pengguna instagram yang aktif setiap bulan pada kuartal pertama bulan April 2017. Menurut Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati, saat jumpa pers di Jakarta, Rabu siang, pengguna instagram di indonesia adalah komunitas terbesar di asia pasifik. Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi bidikan foto dan video. Instagram resmi dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger di California. Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “ insta” berasal dari kata instan, yang artinya sama seperti fungsinya yaitu kamera polaroid yang pada masanya dikenal

---

<sup>3</sup>Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai sarana Dakwah. *Al- Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam,1* (1), 1-8

dengan sebutan foto instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari telegram, dimana yang dimaksudkan cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat<sup>4</sup>.

Konten utama pada aplikasi ini adalah berbagi foto maupun video pendek berdurasi satu menit, namun pada fitur lain terdapat kolom untuk memberikan caption (deskripsi singkat) tentang apa yang dibagikan dan terdapat pula kolom komentar agar menjadi interaktif antara pengguna dan pengakses. Pada awalnya instagram menjadi ajang untuk eksistensi diri, namun saat ini masyarakat mengambil ladang bisnis, dakwah, atau bahkan berbagi informasi.

Konten adalah merupakan berbagai segala bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum diskusi, chatting, tweet, podcasting, pin, gambar digital, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang sering kali dilakukan lewat sebuah situs media sosial.

Selaras dengan perkembangan media teknologi dan informasi terutama internet, maka penggunaannya pun semakin meluas dan

---

<sup>4</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012),p.8

beragam. Saat ini, internet juga dimanfaatkan oleh para penggiat dakwah untuk menyebarkan berbagai informasi bernuansa agama dengan harapan dapat diterima atau dijangkau oleh lebih banyak audiens. Alih-alih dilakukan dengan metode konvensional saja, justru saat ini banyak da'i yang menyebarkan dakwahnya secara kreatif sekaligus interaktif melalui berbagai platform yang tersedia di internet, salah satunya adalah instagram. Pada umumnya, fitur instagram yang dimanfaatkan oleh para pendakwah merupakan fitur berbagi video. Dalam artian, konten yang dipersiapkan oleh para pendakwah tersebut direkam terlebih dahulu dengan konsep yang kreatif kemudian diunggah agar dapat diakses oleh pengikut akun pendakwah tersebut secara khusus maupun oleh seluruh akun pengguna instagram secara umum. Konten yang diunggah oleh para pendakwah ke lama instagramnya, pada umumnya merupakan konten edukasi dan motivasi, pemanfaatan media sosial instagram ini pada umumnya dilakukan dengan tujuan untuk menyebarkan informasi atau ajaran agama kepada sebanyak-banyaknya pengguna instagram dengan tujuan yang lebih besar adalah untuk mengubah perilaku lebih banyak orang lagi kearah yang lebih positif sesuai dengan ajaran agama.

Salah satu akun dakwah yang terdapat pada instagram adalah @pemudaassyifa. Akun instagram@pemudaassyifa adalah salah satu akun instagram yang berisi tentang motivasi serta inspirasi dalam berhijrah. Akun instagram ini mulai dirilis pada 20 Agustus 2018 dan kini telah memiliki pengikut sebanyak 822 k. Bahasa yang digunakan sangat mudah di pahami, serta quotes yang diberikan dibawahnya sangat menarik dan menjadi daya tarik tersendiri yang kemudian berlanjut pada sebuah perenungan pada diri sendiri.

Pada zaman dahulu cara penyampaian dakwah salah satunya menggunakan media seni, Contoh cara penyampaian dakwah yang menggunakan media kesenian adalah Sunan Kalijaga. Sunan Kalijaga adalah salah seorang dari wali sanga.Wali ini di dalam melakukan Islamisasi jawa, mempergunakan seni, khususnya seni wayang<sup>5</sup>.

Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun @pemudaassyifa melalui sosial media Instagram merupakan suatu fenomena yang menarik, namun demikian konten-konten yang dibuat oleh akun@pemudaassyifa menarik pengguna untuk melihat konten-konten dakwah yang dibuat. Instagram @pemudaassyifa

---

<sup>5</sup> Purwadi,*Dakwah Sunan Kalijaga*,(Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2004),p.122



adalah akun yang secara terus-menerus melakukan kegiatan dakwah Islamiyah secara kompeten, dan merupakan akun yang memiliki jumlah followers yang lumayan banyak.

Pada zaman seperti ini teknologi yang semakin canggih cara berdakwah pun bisa dilakukan diberbagai media sosial. Perkembangan media massa saat ini tidak luput pula dari begitu pesatnya perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi ini merupakan peluang, karena semakin beragamnya media komunikasi maka akan semakin praktis dan efektif seorang komunikator berhubungan dengan komunikan. Dalam konteks dakwah, maka tabligh akan lebih cepat dan tepat sampai kepada sarannya. Sementara sebagai tantangan, sebab untuk dapat memanfaatkan dan menggunakan media tersebut, dibutuhkan keterampilan dan modal yang cukup untuk mengelola dan memanfaatkan media tersebut<sup>6</sup>.

Hadirnya akses internet merupakan media yang tidak bisa dihindari karena sudah menjadi peradaban baru dalam dunia informasi dan komunikasi tingkat global. Dengan adanya akses internet, maka sangat banyak informasi yang dapat dan layak

---

<sup>6</sup> Muhibbuddin, *Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Adzikra, Vol.02, No.02 (Juli-Desember) 2011, p.70

diakses oleh masyarakat internasional, baik untuk kepentingan pribadi, pendidikan, bisnis dan lain-lain. Dimana munculnya jaringan internet dianggap sebagai sebuah revolusi dalam dunia komunikasi dan informasi<sup>7</sup>.

Apabila melihat beberapa kelebihan dari pengguna internet, maka apabila diterapkan dalam kegiatan dakwah, ada beberapa kelebihan<sup>8</sup> yaitu:

1. Sifatnya yang never turn-off(tidak pernah dimatikan)dan unlimited access (dapat diakses tanpa batas). Internet memberi keluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun.
2. Internet merupakan tempat yang tepat bagi mereka yang ingin berdiskusi tentang engalaman spiritual yang mungkin tidak rasional dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurngi keterbukaannya.
3. Internet bisa dijadikan saran untuk berdiskusi untuk mengatasi berbagai persoalan.Internet hadir sebagai kawan (atau lawan) diskusi sekaligus pembimbing setia. Para ulama seharusnya dapat

---

<sup>7</sup> Muhibbuddin, *Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Adzikra, Vol.02, No.02 (Juli-Desember) 2011,p.75

<sup>8</sup>Muhibbuddin, *Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Adzikra,...,p.77

menggunakan internet sebagai media efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya.

Seharusnya dengan media inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu dan tempat. Semua orang dari berbagai jenis etnis dan agama dapat mengakses dengan mudah. Tidak hanya pasif, pengguna internet bisa proaktif untuk menentang atau menyetujui atau berdiskusi tentang sebuah pemikiran keagamaan<sup>9</sup>.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa internet menjadi salah satu media dakwah yang populer di era modern seperti saat ini. Hal ini dapat terjadi karena internet merupakan salah satu media teknologi dan informasi yang dinilai dapat menerima serta mengirim pesan secara efektif, maka dari itu sifat internet yang cepat dan praktis menjadikannya sebagai media yang efektif untuk mengirimkan pesan dakwah. Hingga saat ini sejumlah dai dan organisasi islam banyak yang telah memanfaatkan internet demi kepentingan syiar agama<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, ..., p.405

<sup>10</sup> Zaini, A. Dakwah Melalui Internet. *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 1 (1), 2013, p.102

Alasan peneliti memilih judul ini karena ingin mengetahui pengaruh sosial media khususnya instagram sebagai media sosial baru yang melakukan dakwah di jaman modernisasi seperti saat ini. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak di akses di indonesia, dengan sifat yang beragam salah satunya melakukan kegiatan dakwah di dalam media sosial ini. Sehingga peneliti sangat perlu diperlukan bagaimana dakwah yang ada di dalam Instagram.

Pada dasarnya, internet merupakan salah satu dari sekian banyak washilah atau media yang dapat digunakan dalam berdakwah. Internet sebagai washilah dimanfaatkan para pendakwah untuk menyebarkan pesan-pesan agama kepada lebih banyak lagi umat. Saat ini media berbasis internet yang populer digunakan untuk berdakwah adalah aplikasi instagram, mengingat jumlah pengguna aktifnya yang sangat banyak<sup>11</sup>. Oleh karna itu penulis sangat tertarik untuk meneliti dan menggali lebih dalam tentang penyebaran dakwah melalui *Instagram* yang kemudian dimuat dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Pesan Dakwah di Instagram ( Analisis Isi Terhadap Akun@pemudaasyifa)**”.

---

<sup>11</sup> Nurrahmi, Febri, and Puteri Farabuana. *Efektivitas Dakwah melalui Instagram*. Nyimak : Journal of Communication 4.1 (2020): 1-16

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pesan akhlak dalam akun@pemudaasyifa pada media sosial instagram?
2. Bagaimana pesan akidah dalam akun@pemudaasyifa pada media sosial instagram ?
3. Bagaimana pesan syariat dalam akun@pemudaasyifa pada media sosial instagram?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pesan akhlak yang terdapat dalam akun @pemudaasyifa pada media sosial instagram
2. Untuk mengetahui pesan akidah yang terdapat pada akun @pemudaasyifa pada media sosial instagram
3. Untuk mengetahui pesan syariat yang terdapat pada akun@pemudaasyifa pada media sosial instagram.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan perbandingan bagi penelitian sesudah maupun sebelumnya membahas dalam dunia internet, sehingga nantinya dapat ditemukan format baru yang lebih efektif dalam penggunaan internet sebagai sarana dakwah.

2. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola instagram @pemudaasyifa sehingga kedepannya diharapkan lebih baik dalam kegiatan dakwahnya melalui internet.
3. Sebagai rekomendasi untuk mahasiswa khususnya mahasiswa KPI.

#### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan telaah kepustakaan, untuk mengetahui apakah penelitian di bidang yang sama sudah dilakukan penelitian atau belum. Penulis menemukan kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi tersebut antara lain:

- a. Restu Basuki, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (studi deskriptif kualitatif pada pengguna *Display Picture Blackberry Mesangger* dikalangan remaja masjid Al-mutaqqin selama bulan ramadhan 1436 H/215 M)” dalam penelitian ini, Restu Basuki meneliti pesan dakwah melalui *Display Picture Blackberry Mesangger*. letak persamaan dengan peneliti dengan karya Restu Basuki yaitu pada fokus pembahasan mengenai pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya, yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, yang mana

peneliti Restu Basuki menggunakan metode deskriptif kualitatif dan peneliti menggunakan metode analisis isi<sup>12</sup>.

Kelebihan penelitian penulis dengan Restu Basuki adalah, penulis meneliti melalui instagram yang lebih populer dikalangan masyarakat daripada Basuki yang hanya meneliti melalui *Picture Blackberry Mesangger*.

- b. Fitriyani Br.Pane, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan dengan judul “Pesan- Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram” dalam penelitian ini, Fitriyani Br.Pane meneliti pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun teladan rasul yang mencakup pesan akidah, pesan syariah, dan pesan akhlak. Sedangkan perbedaannya skripsi peneliti dengan karya Fitriyani Br.Pane yaitu pada objek akun yang diteliti yaitu @teladanrasul<sup>13</sup>.
- c. Mumtaz Afif Saleh, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Twitter Felix Siaw”

---

<sup>12</sup> Restu Basuki, *Pesan Dakwah Melalui Media Sosial ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pengguna Display Picture Blackberry Message di Kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin Selama Ramadhan 1436 H/2015 M)*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2015

<sup>13</sup> Fitriyani Br.Pane, *Pesan-Pesan Dakwah Dalam AkunTeladan Rasul*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2016

dalam penelitian, Mumtaz Afif Saleh meneliti mengenai analisis isi pesan dakwah pada akun twitter@felixsiaw. Persamaan penelitian milik peneliti dan Mumtaz yaitu terletak pada pembahasan analisis isi pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada media sosial yang digunakan dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan media sosial instagram<sup>14</sup>.

## **F. Kerangka Teori**

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak, dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syariah, dan akhlak Islam. Dengan adanya media seperti instagram dapat memudahkan pesan yang disampaikan kepada pengguna sehingga membuka cara pandang masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan pada media sosial dengan cara memaknai pesan dakwah yang dikemas secara menarik dalam bentuk teks juga video di instagram sehingga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pengguna internet khususnya media instagram dalam memahami dan mempelajari agama Islam sesuai hadist dan al-quran. Maka dapat disimpulkan

---

<sup>14</sup> Mumtaz Afif, *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Twitter Felix Siaw*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komunikasi Penyiaran Islam, 2015



bahwa media bisa menentukan keberhasilan suatu dakwah.

Dakwah dapat pula diartikan sebagai upaya terus menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran, perasaan, dan tingkah laku yang membawa mereka kepada jalan Allah (Islam) sehingga terbentuk masyarakat Islam.

Ini berarti dakwah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh umat manusia untuk menegur ke jalan Allah. Untuk itu diwajibkan bagi setiap muslim untuk berdakwah menyampaikan kebenaran ajaran-ajaran Islam kepada umat Islam. Umat Islam mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran Islam sesuai dengan misinya rahmatan lil'alam, dengan demikian umat manusia melihat kehadiran Islam bukan sebagai ancaman bagi eksistensi mereka, tanggung jawab bagi umat Islam dan puji bagi yang mau melaksanakannya dituturkan dalam ayat Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 104:

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

*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.*

Dakwah dikatakan menghadapi tantangan besar bukan saja karena kian beragamnya tantangan dan intensitas perubahan zaman yang setiap kali memunculkan pertanyaan dan kajian baru. Tetapi juga mengingat multidimensionalitas kebutuhan maupun kepentingan manusia yang kini cenderung lebih kritis akibat keluasan informasi dan pengalamannya. Kajian dakwah yang multidisipliner menjadi sangat dibutuhkan. Namun dalam era ini peluang berdakwah juga menjadi besar karena jasa iptek (teknologi komunikasi) dapat dipakai bukan saja dalam penyelenggaraan kegiatan berdakwah, tetapi sekaligus dalam proses peyakinan kita akan kemahabesaran dan kemahaesaan Allah SWT dengan memanfaatkan iptek sebagai instrumennya<sup>15</sup>.

Selain itu istilah media berasal dari bahasa latin yaitu “*medius*” yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa

---

<sup>15</sup>Muhibbuddin, *Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Adzikra, ...p.75

Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat suatu perantara. Menurut Abul Kadir Munsyi media dakwah adalah alat yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat.<sup>16</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa media bisa menentukan keberhasilan suatu dakwah. Dan ukuran keberhasilan dakwah bukanlah banyaknya pengikut, akan tetapi keberhasilan itu diukur dari benarnya jalan yang ditempuh.

## **G. Metode Penelitian**

Penelitian berupaya mengetahui sejauh mana pesan dakwah di Instagram dengan analisis isi terhadap akun @pemudaasyifa, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi atau biasa disebut dengan content analysis yang bersifat kualitatif. Metode tersebut adalah mengkaji pesan- pesan dalam media yang akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang kecenderungan isi, tema, dan lain sebagainya.

---

<sup>16</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,...,p.403

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti dan merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna<sup>17</sup>.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan waktu penelitian selama 3 bulan yaitu pada bulan Juni-Agustus 2019, penelitian ini dilakukan kepada akun @pemudaasyifa yang komunitasnya berada di masjid Assyifa yang terletak di RSUD Dr. Drajat Prawiranegara Serang

#### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik analisis isi yaitu menganalisis dan menyajikan secara sistematis sehingga dapat mudah dipahami dan disimpulkan. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang terutama mengandalkan pada analisis secara mendalam terhadap satu gejala dan dilakukan sampai ke akar-akar masalah<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), p.59

<sup>18</sup> Bambang Setiawan, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka, 2007), p.1.20

## 2. Teknik Analisis Data

Taknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip ( data dokumentar) yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder di dapat dari akun instagram @pemudaasyifa. Peneliti menggunakan datayang terdiri dari 3 sumber yaitu:

### 2.1 Observasi

Pengamatan (observasi) adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Sehingga mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan<sup>19</sup>.

Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi tentang akun@pemudaasyifa .Yaitu melakukan pengamatan mendalam terhadap obyek yang dikaji dalam penelitian ini yakni akun@pemudaasyifa melalui media sosial Instagram.

---

<sup>19</sup> Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT.Remaja Rosdakarya, 2001),p.112

## 2.2 Wawancara

Deddy Mulyana wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu<sup>20</sup>.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara ( yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu).

Wawancara sangat penting dalam suatu penelitian, mengingat peran kita sebagai salah satu penggali data dari para informan. Wawancara dapat dijadikan sebagai wahana strategis dalam proses penggalian dan pengambilan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara yang dilakukan secara mendalam, dengan sistem yang luwes, pertanyaan yang dibuat enak dan tidak ada tekanan.

Wawancara ini dilakukan kepada para admin akun@pemudaasyifa yaitu Dinda Arinda dan Dani Sofyan. beliau merupakan admin atau pengelola akun instagram @pemudaasyifa

---

<sup>20</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), p.180

dan beliau juga merupakan anggota atau pengurus pemudaasyifa.

### 2.3 Dokumentasi

Selain sumber melalui observasi dan wawancara, teknik sumber lainnya sebagai pendukung yaitu dokumen-dokumen tertulis resmi maupun tidak.

Menurut Sugiyono bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain<sup>21</sup>.

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis data, yaitu berupa dokumen media atau arsip dimana dapat dilihat isi dari sebuah teks dan makna yang dipublikasikan melalui media sosial.

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, . . . , p. 240

Adapun proses yang akan peneliti lakukan adalah pengumpulan data. Data-data yang diambil sebagai obyek dalam penelitian ini berupa screenshot postingan akun instagram@pemuduasyifa. Dengan mengumpulkan screenshot teks atau gambar

### 3. Teknik Analisis data

Analisis data yaitu proses mengatur urusan data dan mengatur pengorganisasiannya dalam keadaan suatu pola, kategori, dan satuan dasar. Analisis data adalah rangkaian penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah<sup>22</sup>.

Analisis data dilakukan dengan melakukan proses pengkajian hasil yang didapatkan dilapangan yaitu hasil dari wawancara, pengamatan dan dokumen- dokumen yang telah terkumpul.

Menurut Miles dan Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. mengenai ketiga

---

<sup>22</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Penelitian*. (surabaya:Elkaf, 2006), p.69



alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>.

a. Tahap Reduksi

Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah selesai di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, Flowchart dan sebagainya. Hal yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif. Selain dalam bentuk naratif, display data dapat juga berupa grafik, matriks, network (jejaring kerja).

---

<sup>23</sup> Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), p.16

c. Simpulan

Ketika menyusun sebuah karya tulis pada umumnya selalu diakhiri atau ditutup dengan bagian kesimpulan dan atau simpulan. Banyak yang masih beranggapan bahwa keduanya merupakan istilah yang serupa. Namun, simpulan dan kesimpulan merupakan dua istilah yang berbeda meskipun diantara keduanya memiliki makna dan penggunaan yang terbilang mirip. Simpulan merujuk pada bagian akhir dari sebuah pembahasan tertentu. Dengan kata lain, misalnya terdapat satu bagian dalam tulisan yang membahas sebuah topik tertentu kemudian di tutup dengan pernyataan akhir dalam bagian pembahasan tersebut, maka hal itu disebut dengan simpulan. Sementara, kesimpulan merupakan rangkuman dari sebuah bacaan tertentu. Sebagai contoh, terdapat bacaan dalam beberapa halaman kemudian dirangkum atau dinyatakan ulang inti-inti bacaannya dalam sebuah paragraf tertentu maka hal tersebut disebut sebagai kesimpulan.

## **H. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi

dan daftar lampiran. Adapun bagian utama meliputi:

**BAB I** : Pendahuluan, berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II** : kajian teoritis. Pada kajian ini akan dibahas pengertian analisis isi, pesan dakwah, pengertian instagram, pesan dan komunikasi visual.

**BAB III** : Gambaran Umum Instagram@ pemudaasyifa, Membahas tentang gambaran umum Instagram@ pemudaasyifa, Sejarah berdirinya, Model dakwah di instagram@ pemudaasyifa, dan Respon publik terhadap akun@ pemudaasyifa.

**BAB IV** : Hasil penelitian. Terdiri dari hasil penelitian yang didalamnya membahas tentang pesan akidah yang terdapat dalam akun@ pemudaasyifa pada media sosial instagram, pesan syariat yang terdapat dalam akun@ pemudaasyifa pada sosial media instagram dan pesan akhlak yang terdapat dalam akun@ pemudaasyifa pada media sosial instagram serta pengaruh akun@ pemudaasyifa terhadap *followers* (pengikutnya).

**BAB V** : Penutup, berisi kesimpulan dan saran-saran.