

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah dalam Islam ialah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap muslimin dan muslimat sesuai dengan kemampuan yang masing-masing individu miliki, tugas berdakwah di Islam tak lain merupakan tugas yang mulia dan hukumnya adalah wajib. Pemahaman ini sejalan dengan penjelasan Allah dalam surah Yusuf ayat 3:

نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ
الْغَافِلِينَ
(يوسف: 3)

Artinya :

“Kami ceritakan kepadamu sebaik-baiknya cerita dengan apa yang kami wahyukan kepadamu Al-Quran ini, sekali pun engkau sebelumnya termasuk orang-orang yang latar (belum mengetahui)”. (Q.S. Yusuf: 3)¹

Dari ayat di atas diketahui bahwa sebagai umat muslim dianjurkan memberikan contoh yang baik bagi umat yang lain sesuai dengan Al-Quran. Sebagaimana yang telah kita tahu bersama bahwa, dakwah Islam sama saja dengan menyatakan materi sesuai syariat islam dengan rasional.

¹ Yayasan penyelenggara penterjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Semarang:Diponegoro: 2012) h. 235.

Sasaran kegiatan berdakwah ialah seluruh umat manusia tanpa terkecuali. Sebab, tanpa adanya kegiatan dakwah ajaran agama Islam tidak akan dapat dimengerti bahkan dikenali oleh umat manusia dan berdakwah juga salah satu upaya untuk kita umat Islam melestarikan agama Islam dan menghidupkan nuansa-nuansa atau suasana kehidupan yang tentram seperti yang terdapat dalam ajaran agama Islam. Dengan ini, maka sebuah media termasuk kedalam aspek penting dalam proses menyampaikan materi dakwah, karena hal ini merupakan aspek yang berpengaruh terhadap berhasil/tidaknya kegiatan penyampaian pesan-pesan dakwah itu sendiri. Mengajak sesama umat manusia melakukan hal positif pada dasarnya memanglah tugas kita bersama, terlepas dari apa agama yang di anutnya. Terutama bagi seorang da'i. Sebagai individu yang mempunyai kapasitas ilmu agama islam yang baik dan mumpuni, seorang da'i sudah seharusnya menyampaikan ajaran tersebut dengan berdakwah kepada orang lain untuk melakukan hal-hal yang sudah jelas bermanfaat bagi hidupnya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Allah SWT dalam firman-Nya pada qur'an surat Al-Imran (03) : 110, dijelaskan bahwa umat islam diciptakan sebagai umat terbaik yang ada di muka bumi, untuk itu kita harus melaksanakan kewajiban kita untuk menebar kebaikan di bumi.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ.....^١

(ال عمران:110)

Artinya :

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Alla... (Q.S. Al-Imran: 110)²

Mengubah perilaku buruk yang dilakukan orang lain, merupakan tujuan dari kegiatan dakwah itu sendiri dengan cara memengaruhi orang lain untuk melakukan perbuatan yang baik. Selain diyakini dapat memengaruhi sesama manusia, da'i juga harus mampu menjadi contoh bagi orang banyak, khususnya sebagai individu yang pantas mendapat balasan surga.³

Di zaman dewasa ini, kegiatan dakwah dapat di sampaikan dengan beragam cara, banyak juga media yang bisa di gunakan untuk aktivitas berdakwah, seperti melalui media radio, televisi, artikel, internet atau juga dengan seni. Walau kegiatan berdakwah sudah relatif ringan untuk dilakukan oleh setiap individu, da'i tetap perlu memikirkan strategi, metode, juga pesan dakwah yang di sampaikan agar mad'u bisa menerima dan memahaminya dengan mudah.

² Yayasan penyelenggara penterjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan h. 64.

³ Khairi Syekh Maulana Arabi, *Dakwah dengan Cerdas*, (Yogyakarta: Laksana,2017), h. 11.

Kemajuan zaman dan teknologi yang kian berkembang dengan pesat patut diimbangi bersama pesatnya kegiatan islamiyah seperti dakwah. Untungnya, kegiatan dakwah dewasa ini tak mengharuskan kita untuk bertatap muka saja, kita dapat melaksanakannya melalui perantara internet, video pendek atau audionya saja. Dakwah model ini juga membawa keuntungan lain bagi kita yaitu tak musnah dan tetap ada meskipun da'i ataupun pendakwah sudah wafat. Bahkan kita sudah dapat mengaksesnya dengan cepat dan mudah. Hal ini menjadikan media sosial mampu dijadikan sebagai sarana atau media berdakwah karena penyebarannya yang cepat dan meluas.

Ditambah dengan kemunculan gawai/gadget yang beragam dan semakin canggih mestinya menjadi angin segar bagi para da'i atau pendakwah. Banyaknya fitur serta mudahnya akses untuk kita masuk ke dalam media sosial memberikan keuntungan bagi para da'i. Namun di sisi lain, media ini pun dapat memunculkan dampak negatif, contohnya antara lain menyebabkan ketergantungan, malas dalam berfikir dan dapat menimbulkan kejahatan di dunia maya. Oleh sebab itu, dibutuhkan kesadaran untuk mengakses internet secara bijak merupakan hal yang tak kalah penting.⁴

Berkaitan dengan media dakwah media sosial tentunya adalah media dakwah yang tidak diragukan lagi

⁴ Faridhatun nikmah, *Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial*, Vol. 2 No. 1 2020 pp:45

keefektifannya meskipun anak dibawah umur tentunya masih perlu bimbingan orang dewasa dalam mengaksesnya. Seperti media sosial Instagram, terdapat banyak sekali konten yang beragam (baik maupun buruk) yang dapat dilihat bahkan di eksplorasi informasi selengkapnya, namun sebenarnya instagram adalah salah satu ladang pahala yang mampu menjadi media dalam berdakwah. Fitur-fitur didalam media sosial instagram sangat memudahkan kita dalam mencapai misi dakwah yang kita inginkan.

Dalam hal ini pemilik akun berposisi dan berperan sebagai da'i. Sebagai da'i pemilik akun dituntut untuk menyampaikan, mengajak, menyerukan tentang dakwah itu sendiri. Instagram merupakan tempat untuk penggunanya membagikan gambar dan video, saat ini sudah banyak da'i maupun da'iah yang ikut ambil peran dalam membagikan pesan dakwah mereka. Dalam instagram juga perlu adanya kemampuan untuk dapat menyelipkan atau menjadikan postingan video/gambar maupun caption dalam postingan terkandung syariat islam diimbangi dengan gaya bahasa yang sesuai dan menyentuh sehingga dapat menggerakkan nurani pembaca yang bernotaben Islam maupun non Islam.

Saat ini sudah banyak aktivis dakwah yang memulai berdakwah di instagram. Banyak da'i muda yang menyadari akan keajaiban instagram bahwa instagram punya power yang sangat luar biasa agar suatu konten menjadi viral, apalagi konten yang dibawakan dapat memberi informasi baru dan dikemas dengan audio/visual yang kreatif dan inovatif salah

satunya seperti seorang mahasiswi yang mengemban pendidikan disalah satu kampus swasta di Jakarta dengan akunnya yang bernama @amberlyn.id yang telah populer hingga memiliki ribuan followers di akun Instagramnya.

Terdapat banyak konten Islami mulai dari hadits Nabi, ayat Al-Qur'an hingga kisah-kisah tauladan para sahabat Nabi didalamnya. Begitu pun dakwah melalui Instagram sudah pasti memerlukan strategi yang baik dan benar, strategi ialah metode jitu yang perlu dipikirkan matang-matang agar mencapai suatu tujuan yang ingin kita capai. Untuk itu, hal penting lainnya yang harus diperhatikan dalam berdakwah melalui Instagram ialah analisis yang kita lakukan sebagai usaha untuk memaksimalkan dakwah kita.

Terdapat model analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui perkembangan dakwah kita di media sosial yaitu analisis SWOT. ANSWOT (Analisis SWOT) bersifat fleksibel dan selalu relevan untuk digunakan di berbagai kegiatan perencanaan terutama perencanaan strategi karena memiliki peran penting untuk dapat mempersiapkan langkah selanjutnya yang harus diambil agar tidak terpeleceh kejurang kegagalan, dalam analisis ini yang dapat kita lakukan ialah mencari tahu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keefektifan kita dalam berdakwah, terdapat 4 faktor utama yang perlu di analisis lebih dalam oleh kita yaitu kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), tantangan (threat). Seorang da'i perlu tahu apa itu ANSWOT (Analisis SWOT) dan perlu

mempelajari serta memahaminya sebelum melakukan kegiatan dakwah yang menyeluruh.

Peran SWOT pada dakwah melalui media sosial instagram ini ialah membantu menyadarkan akan faktor-faktor positif atau negatif dari instagram yang sebelumnya tidak disadari agar da'i lebih fokus mengembangkan ide dan konten Islami yang dapat berpengaruh kepada masyarakat luas kedepannya.

Alasan peneliti memilih kajian ini adalah karena kajian ini mengandung langkah-langkah yang dapat ditiru oleh para da'i di Indonesia yang dakwah di media sosial, dan penulis tertarik untuk meneliti instagram sebagai media dakwah menggunakan analisis SWOT. Sehingga hasil dari penelitian ini bisa berguna, salah satu bentuknya adalah diketahuinya apa saja yang perlu disiapkan dalam memulai dakwah di media sosial dan faktor apa saja yang akan berpengaruh pada kegiatan dakwah kita.

Maka dari latar belakang ini peneliti memilih judul **Analisis SWOT Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun @amberlyn.id).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan (*strength*) akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah?
2. Bagaimana kelemahan (*weakness*) akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah?

3. Bagaimana peluang (*Opportunity*) akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah?
4. Bagaimana ancaman (*threats*) akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, maka tujuan yang hendak dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui kekuatan akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah
2. Untuk mengetahui kelemahan akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah
3. Untuk mengetahui peluang akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah
4. Untuk mengetahui ancaman akun instagram @amberlyn.id sebagai media dakwah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat prakti

1. Manfaat teoritis :
 - a) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi wacana penelitian baru pada Ilmu Dakwah khususnya di bidang strategi dakwah dalam memberi wawasan terhadap aplikasi analisis SWOT dalam media dakwah
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan pada peneliti lainnya dibidang yang sama.

2. Manfaat praktis :

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang diterima kedalam penelitian yang sebenarnya
- b) Penelitian ini juga diharapkan dapat menyadarkan masyarakat untuk memanfaatkan pesatnya perkembangan zaman dan teknologi untuk menebarkan nilai-nilai kebaikan dengan berdakwah
- c) hasil penelitian bisa dijadikan sarana diagnosis dalam mencari sebab masalah atau kendala yang terjadi selama berdakwah terutama dengan menggunakan media sosial
- d) hasil penelitian bisa dijadikan sebagai sarana untuk menyusun strategi pengembangan dakwah Islam dan solusi bagi para da'i milenial di zaman serba canggih ini
- e) melalui penelitian ini, penulis dapat mengamalkan ilmu melalui tulisan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Setelah observasi serta mengamati, peneliti menemukan beberapa hasil temuan yang peneliti anggap relevan dengan konsep dan tema penelitian. Penelitian terdahulu yang relevan ini ditujukan dimaksudkan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya.

Peneliti telah mengumpulkan 4 contoh penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang relevan terkait

dengan Analisis SWOT Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun @amberlyn.id) adalah sebagai berikut.

1. Nabila Tasya, NIM : 304171373,

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, Jambi 2021 dengan judul: “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Oleh Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi”. Hasil dari penelitian pada skripsi ini ialah.

Kebanyakan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin khususnya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah karena keinginan pribadi, kemudahan akses ke banyak orang, dan lingkungan yang mendukung dan islami sehingga termotivasi untuk membuat konten dakwah. Disisi lain, terdapat pula beberapa alasan mengapa mahasiswa ragu untuk menggunakan Instagram sebagai media dakwah, yaitu karena mereka sibuk dengan hal lain, memiliki jaringan internet yang buruk, memiliki pengetahuan yang terbatas terkait keislaman, dan takut akan prasangka dari orang lain.

Informan penelitian yang dipilih dengan adalah mereka yang sering mengunggah pesan dakwah pada instastory atau Instagram dakwah. Postingan yang diunggah itu mulai

dari tentang batasan pergaulan antara laki-laki dan perempuan, fungsi pemuda dalam Islam, keutamaan sholat berjamaah, kematian, buku-buku yang bertemakan Islam, kehidupan para santri dan lain sebagainya. Dalam unggahannya ada yang membagikan postingan dari akun-akun dakwah, ada juga yang mengunggah kegiatan pribadi tetapi diselipkan unsur dakwah.⁵

2. Ahmad Pakhri M., NIM: 50700113255,

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2017 dengan judul : “Penggunaan fitur vidgram sebagai trend media dakwah” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram). Hasil dari penelitian pada skripsi ini ialah.

Yufid Tv yaitu akun instagram yang membuat dan mengunggah konten berupa video animasi. Video animasi adalah kumpulan foto atau video yang disusun dan diberi subtitle sesuai dengan audio yang terdapat dalam video tersebut. Motivasi dirinya mengunggah konten adalah ketertarikan pengguna Instagram terhadap video poster terlihat dari peningkatan followers yang cukup signifikan.

⁵ Nabila Tasya, 2022 Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Oleh Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Jambi.

Hal ini juga dapat digunakan sebagai trend dakwah dikalangan generasi millennial.

Penyusunan materi YufidTv berasal dari berbagai tulisan, video esai, film dan video lainnya. Yufid Tv memutar berita dalam berbagai format media, namun tetap memuat sumbernya dan selalu memuat sumbernya. Sumber materi dakwah Yufid Tv dari video ceramah Ustadz di akun Telegram @kristaliman, website alhujjah.com, konsutasisyariah.com, muslim.or.id, Youtube dan lainnya. Materinya pun beragam dan bervariasi serta mencakup berbagai aspek seperti tauhid, syariah, muamalah, dan akidah akhlak.

Kelebihan vidgram ialah fitur interface yang sederhana, tool yang menarik, fungsi alat sebagai pendukung, dan kesan yang ringan dan singkat. Kelemahan dari Vidgram adalah ketidakmampuan untuk memodifikasi elemen metadata konten untuk mengoptimalkan pencarian web, dan tak terdapat seekbar yang mengharuskan pengguna untuk menonton seluruh video tanpa melewatkannya.⁶

Fitur vidgram juga memiliki batasan durasi yang hanya dapat menampung video dengan durasi 60 detik (1 menit) saja. Berbeda dengan media sosial lain seperti facebook, youtube, maupun teitter.

⁶ Ahmad Pakhri M., 2017 Penggunaan fitur vidgram sebagai trend media dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

3. Yosieana duli deslima, NPM : 1441010083,

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018 dengan judul : “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Hasil dari penelitian pada skripsi ini ialah.

Penggunaan instagram bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung biasanya untuk media dakwah, hal ini didasari karena Instagram efektif dalam menyebarkan pesan dakwah karena dipastikan banyak orang akan melihat dan melihat pesan dan konten dakwah yang dikirim melalui Instagram ternyata menjadi media yang khas, instagram memiliki jangkauan yang luas, penyebaran menjadi lebih cepat, dll.

Cara menggunakan Instagram sebagai media untuk dakwah adalah menjadikan Instagram sebagai tempat berdakwah, dan beberapa orang menggunakan Instagram sebagai media untuk mengakses konten dakwah. Ditambah lagi di negara Indonesia, islam merupakan agama dengan penganut terbanyak sehingga dakwah tak akan sia-sia walau dijalankan di media sosial instagram.

Dakwah disebarkan dengan menyesuaikan perubahan perkembangan sosial di era digital saat ini. Terutama untuk anak muda, anak-anak milenial dan mahasiswa yang

menonton konten/materi dakwah yang ada di media sosial seperti Instagram.⁷

4. Dicky Pintabullah, NIM : 2013-41-102, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) 2017 dengan judul : “Aplikasi Analisis SWOT Dalam Komunikasi Pemasaran Studi Outbound Kandank Jurank Doank”. Hasil dari penelitian pada skripsi ini ialah.

Analisis SWOT terhadap wisata outbond Kandank Jurank Doang disertai dengan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk mengolah marketing Kandank Jurank Doang dengan efektif dan efisien. Dengan ANSWOT, Kandank Jurank Doang dapat mengevaluasi tempat wisata tersebut dan memecahkan solusi dari berbagai kendala dan masalah terkait marketing tempat wisata tersebut.

Kandank Jurank Doang menggunakan media sosial sebagai media untuk memperkenalkan outbondnya kepada publik. Satu-satunya kekuatan (strength) outbound Kandang jurank Doang adalah Kandang Jurank Doang hanya farm tour, tim pick-up, MC, dan moderator yang bisa mengajarkan aktivitas bermain dan belajar. Kelemahan (weaknesses) ialah letak wisata yang non strategis dan

⁷ Yosieana duli deslima, 2018 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung Program Studi Komunikasi dan Penyiaran

akses tata letak kamar mandi yang non strategis. Peluang (Opportunity) untuk mengembangkan bisnis Kandang Jurank Doang terdapat di semua sekolah dan semua perusahaan yang memiliki program pariwisata tahunan. Threat (ancaman) adalah pesaing yang memiliki akses dan memiliki lokasi yang lebih strategis dalam mengembangkan usahanya.⁸

Itulah beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi perbandingan dalam penelitian kali ini. Dari judul diatas semuanya hampir sama, membahas mengenai media dakwah instagram dan analisis SWOT. Namun, hanya berbeda pada objek penelitiannya

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian

No	Judul Penelitian	Tema	Persamaan	Perbedaan
1	Penggunaan Instaram sebagai media dakwah oleh	Bentuk pemanfaata n instagram sebagai media dakwah dan	Menggunaka n metode kualitatif, membahas tentang media	Tidak membahas ANSWOT, dan objeknya ialah kalangan

⁸ Dicky Pintabullah, 2017 Aplikasi Analisis SWOT Dalam Komunikasi Pemasaran Studi Outbound Kandang Jurank Doank, jurusan ilmu komunikasi, fakultas ilmu komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), jakarta.

No	Judul Penelitian	Tema	Persamaan	Perbedaan
	mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi	sarana komunikasi yang efektif dan mudah di akses di kalangan mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung	dakwah dan instagram	mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
2	Penggunaan fitur vidgram sebagai trend media dakwah	Penggunaan fitur Vidgram sebagai media dakwah dan bagaimana pengolahan pesan dengan singkat, padat, dan jelas dengan	Menggunakan metode kualitatif, menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwahnya	Tidak membahas tentang ANSWOT, Subjek yang diteliti ialah Vidgram dan objeknya ialah akun @yuvid.tv

No	Judul Penelitian	Tema	Persamaan	Perbedaan
		durasi maksimal 60 detik		
3	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung	Bentuk pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dan sarana komunikasi yang efektif dan mudah di akses di kalangan mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung	Menggunakan metode kualitatif, meneliti instagram sebagai media untuk dakwah	Tidak membahas ANSWOT, meneliti instagram sebagai media dakwah sekaligus sarana komunikasi, objek yang diteliti ialah mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung
4	Aplikasi Analisis SWOT Dalam	Kegiatan pengiklanan / promosi Outbond	Menggunakan analisis SWOT dalam	Tidak membahas tentang dakwah

No	Judul Penelitian	Tema	Persamaan	Perbedaan
	Komunikasi Pemasaran Studi Outbound Kandank Jurank Doank	Kandank Jurank Doank yang telah dilakukan & mencari tahu kendala dan permasalahan ketika promosi.	menganalisis suatu objek	maupun media dakwah, objek yang diteliti merupakan tempat wisata

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dan setiap babnya mempunyai beberapa sub bab di antaranya :

BAB PERTAMA: Membahas mengenai pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB KEDUA: Membahas mengenai kajian pustaka dan landasan teori, Berisi pemaparan tentang hakikat dakwah, media sosial instagram dan ANSWOT serta teori-teorinya.

BAB KETIGA: Membahas mengenai metodologi penelitian yang berisi metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB KEEMPAT: Membahas mengenai analisis data dan pembahasan yang diteliti. Berisi gambaran umum tentang objek penelitian dan penemuan-penemuan penelitian berupa deskripsi instagram dan biografi pemilik akun @amberlyn.id juga hasil analisis SWOT yang diperoleh dari akun @amberlyn.id mengenai kekuatan dan kelemahan media sosial Instagram sebagai media dakwah, serta peluang dan tantangannya.

BAB KELIMA: Membahas mengenai penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan juga saran.

