

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini masyarakat sudah menjadikan internet menjadi salah satu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi orang-orang yang menggunakan perangkat digital seperti *smartphone*. Dengan menggunakan internet, masyarakat bisa mengakses segala sesuatu yang dibutuhkan melalui sarana media sosial yang ada seperti *instagram*. Media sosial *instagram* menjadi salah satu aplikasi paling populer saat ini di kalangan masyarakat. Dengan adanya fitur-fitur yang menarik pada *instagram*, menjadi salah satu alasan bagi para pengguna media sosial *instagram* untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Pada tahun 1983, mulai dipergunakan internet yang kemudian meluas penggunaannya pada tahun 1990, semakin menyempurnakan globalisasi. Peradaban yang lahir dari proses ini adalah perang *website*, terbentuknya komunitas maya, *chatting room*, kelompok diskusi dan akses informasi serta pengetahuan tanpa batas. Lebih dari itu, wabah internet ini dijadikan sebagai

pilihan dari media-media terdahulu baik yang cetak maupun elektronika untuk lebih memperluas jangkauan siaran dan penyebarannya. Media yang tadinya hanya bisa diakses secara lokal, kini dengan masuk dalam jaringan internet, menjadi mengglobal.<sup>1</sup>

Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggam”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Juga, sebagaimana di ulas Ricard Hunter (2002) dengan *word without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah di cari dan terbuka. Media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak

---

<sup>1</sup>Rohadi Abdul Fatah dan M. Tata Taufik, *Manajemen Dakwah Di Era Global*, (Jakarta: CV. Fauzan Inti Kreasi, 2004), h. 96.

untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.<sup>2</sup>

Bila diamati, saat ini telah berkembang beragam situs media sosial di internet, seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *myspace*, *youtube*, *whatsapp*, *google plus* dan lain sebagainya. Keunggulan dari situs atau aplikasi media sosial adalah desain *multi platform*, yaitu dapat di akses dan terhubung di berbagai perangkat digital. Sekitar 80 juta penduduk Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet, terdapat 70 juta pengguna yang merupakan pelanggan internet *mobile*.<sup>3</sup>

Tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa masyarakat sudah terbuai dengan kehadiran *handphone* yang multifungsi dan harganyapun bervariasi. Dari mulai bangun tidur hingga hendak tidur kembali, kebanyakan masyarakat menghabiskan waktunya dengan menggunakan *handphone* tersebut. Bahkan tidak jarang teknologi media sosial ini menjadi salah satu teman sehari-hari yang baik dalam situasi dan kondisi seperti apapun.

---

<sup>2</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 1.

<sup>3</sup>Gun Gun Heryanto dkk, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) Cetakan Ke-1, h. 57.

Sebagai ruang sosial baru, internet memiliki peluang yang sama dalam memfasilitasi gerakan-gerakan sosial, termasuk gerakan sosial keagamaan. Dalam Islam, gerakan sosial keagamaan diperlihatkan melalui etos dakwah.<sup>4</sup> Internet juga telah membuka sejumlah kemungkinan baru bagi lahirnya gerakan-gerakan dan aktifitas dakwah. Internet dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global tidak hanya dapat dipandang sebagai medium bagi aktivitas dakwah, misalnya dengan menyebarkan beragam informasi keislaman secara luas melalui website, blog dan media sosial.<sup>5</sup>

Saat ini menyebarkan dakwah atau mendengarkan hal-hal yang berbau dakwah melalui media sosial sangat diminati oleh kebanyakan masyarakat, karena sekarang ini masyarakat tidak perlu datang ke majlis atau tempat-tempat dakwah untuk mendapatkan ceramah agama, cukup membuka *smartphone* dan mencari video-video dakwah yang dibutuhkan masyarakat sudah bisa mendengarkan ceramah agama. Untuk orang-orang yang

---

<sup>4</sup>Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) Cetakan Ke-1, h. 186.

<sup>5</sup>Moch Fakhruroji, *Dakwah...*, h. 190.

memiliki kesibukan begitu padat, sosial media seperti ini sangat membantu dan bermanfaat untuk mendapatkan informasi dalam hal ini aktifitas dakwah. Salah satu media sosial yang bisa digunakan untuk berdakwah dan juga menyebarkan berita Islami ialah *Instagram*.

Dakwah bisa disampaikan melalui media sosial *instagram* karena dengan sekali mengirim postingan melalui *instagram* dapat langsung dilihat oleh pengguna *instagram* lainnya di mana pun dan kapan pun. Lebih dari itu, satu postingan yang telah dikirimkan oleh salah satu akun bisa dikirim ulang atau *repost* oleh akun yang lainnya sehingga dapat menambah jumlah orang yang melihat kiriman tersebut. Oleh karena itu banyak sekali da'i yang memanfaatkan *instagram* sebagai media dakwah melalui foto atau video yang diunggah melalui akun *intagramnya* karna sudah menjadi pilihan masyarakat di era modern ini.

Pada aplikasi *instagram* memiliki salah satu fitur bernama Vidgram (Video *instagram*), video yang bisa diunggah ke *intagram* berdurasi 1 menit dan bisa mengirimkan maksimal

10 video dalam sekali *upload*. Dengan demikian banyak sekali akun yang memanfaatkan fitur ini untuk mengirimkan informasi dan juga untuk berdakwah. Salah satu yang memanfaatkan fitur Vidgram ini adalah akun @nunuzoo, akun ini memanfaatkan media sosial *instagram* untuk menyebarkan pesan dakwahnya.

Pemilik akun @nunuzoo ini bernama Nurul Azka, ia adalah salah seorang mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Akun ini dibuat pada tahun 2014 dan sekarang *followers*/pengikutnya sebanyak 584 ribu akun, sehingga memiliki peluang yang sangat besar untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui video *instagram* dengan jumlah pengikut sebanyak itu. Kemudian cara penyampaian yang digunakan oleh akun @nunuzoo dalam berdakwah ini berbeda dengan yang lainnya, akun @nunuzoo menyampaikan pesan dakwahnya dengan berkomunikasi secara langsung kepada pemain yang bersangkutan dan ia pun menyelipkan beberapa lawakan/humor agar para pengguna *instagram* yang lainnya tertarik dengan video yang ia unggah.

Berdasarkan pada paparan di atas, maka penulis mencoba menggali lebih dalam tentang pesan dakwah yang terdapat pada video *instagram*, khususnya akun @nunuzoo dan menjadikannya sebagai judul skripsi yaitu: “*Pesan Dakwah Melalui Video Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @nunuzoo)*”

## **B . Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok pembahasan yang akan diteliti adalah :

1. Apa tema dakwah yang terdapat pada akun @nunuzoo ?
2. Bagaimana gaya penyampaian pesan dakwah yang digunakan oleh akun @nunuzoo?
3. Bagaimana respon *followers* terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @nunuzoo?

## **C . Tujuan penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan tema dakwah yang terdapat pada akun @nunuzoo.

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan gaya penyampaian yang digunakan oleh akun @nunuzoo.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan respon *followers* terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @nunuzoo.

#### **D . Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan mampu memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama yang terlibat dalam penelitian ini.

##### 1 . Secara Teoritis

Penelitian ini dapat di jadikan referensi ilmiah bagi mahasiswa UIN Banten khususnya yang ingin melakukan penelitian dalam bidang komunikasi dan dakwah.

##### 2 . Secara Praktis

Memberi informasi kepada masyarakat bahwasanya media sosial khususnya *Instagram* bisa digunakan untuk mengirimkan hal-hal yang positif termasuk berdakwah, agar masyarakat bisa memanfaatkan media dengan sebaik-baiknya.



Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan Islam bagi mahasiswa dan masyarakat luas, bahwa setiap muslim dapat berperan aktif dalam mengembangkan tugas-tugas dakwah melalui media sosial khususnya *Instagram*, karena pada era modern ini berdakwah bukan hanya bisa dilakukan melauai mimbar saja akan tetapi bisa juga dilakukan melalui media-media sosial yang ada.

#### **E . Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan penelusuran yang penulis lakukan, terdapat penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang akan ditulis. Di antara penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

*Pertama*, Skripsi milik Ahmad Pakhri M dengan judul “*Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*” Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Tahun 2017. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang akun *instagram* @yufid.tv yang menyampaikan materi dakwahnya mencakup akidah, syariat, muamalah, dan akhlak. Materi ini bersumber dari

akun telegramnya @kristaliman, websitenya alhujjah.com, konsultasisyariah.com, kemudian dari muslim.or.id, dan video ceramah dari youtube. Semua ini diproduksi dan diunggah dalam bentuk video poster. Video poster tersebut merupakan kumpulan video animasi yang berupa kumpulan foto atau video yang dijadikan satu, lalu diberikan *subtitle*/arti sesuai dengan audio yang dimasukkan dalam video tersebut.<sup>6</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan ditulis adalah Ahmad Pakhri M meneliti akun *instagram* yang memproduksi dan mengunggah pesan dakwahnya dalam bentuk video poster atau video animasi berupa kumpulan foto atau video yang diberi *subtitle*, sedangkan penelitian yang akan ditulis meneliti akun *instagram* yang menyampaikan pesan dakwahnya dengan berkomunikasi secara langsung kepada lawan mainnya.

*Kedua*, Skripsi milik Abdul Wase dengan judul “*Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan*

---

<sup>6</sup> Ahmad Pakhri M, “Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)”, (*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017).

*Dakwah Bergambar Di Akun Instagram Teladan.rasul)*”

Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, tahun 2017. Hasil penelitian dari skripsi ini menjelaskan tentang dakwah melalui gambar pada akun teladan.rasul. pesan dakwah yang diteliti oleh Abdul Wase mencakup tentang akidah, akhlak, motivasi dan shalat. Adapun jumlah pesan akidah terdapat 8 gambar, pesan akhlak terdapat 12 gambar, pesan motivasi terdapat 5 gambar dan pesan shalat terdapat 6 gambar. Skripsi ini juga menjelaskan tentang respon para *followersnya* terhadap dakwah melalui media gambar tersebut.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan ditulis adalah cara penyampaian yang digunakan oleh masing-masing akun. Akun *instagram* teladan.rasul menyampaikan pesan dakwahnya melalui gambar-gambar, sedangkan akun nunuzoo yang akan diteliti menyampaikan pesan dakwahnya melalui video-video.

---

<sup>7</sup> Abdul Wase, “Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Bergambar di Akun Instagram teladan.rasul)” (*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017).

*Ketiga*, Skripsi milik Bella Nadyantana Mulia dengan judul “*Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)*” Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, tahun 2018. Hasil penelitian ini hanya berfokus kepada keefektifan akun *instagram* @fuadbakh sebagai salah satu media dakwah, menurut Bella Nadyantana Mulia akun *instagram* @fuadbakh cukup berperan sebagai media dakwah. Hal ini dibuktikan dengan adanya 14% (kategori tinggi) pengguna *instagram* dan 17% (kategori tinggi) pengaruh dakwah akun @fuadbakh pada responden penelitiannya.<sup>8</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan ditulis adalah penelitian Bella berfokus pada keefektifan akun dan terhadap para respondennya, sedangkan penelitian yang akan ditulis membahas tentang pesan dakwah pada akun @nunuzoo.

---

<sup>8</sup> Bella Nadyantana Mulia, “Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)”, (*Skripsi* Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018).

## **F . Kerangka Pemikiran**

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, kegiatan dakwah dapat berlangsung meski tanpa media. Seorang ustad yang sedang menjelaskan tata cara tayamum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah satu contoh dakwah tanpa media.

Media berasal dari bahasa Latin *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 di sampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab *media* sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara. Gerlach & Ely dalam Arsyad menyebut secara garis besar media meliputi manusia, materi dan lingkungan yang membuat orang lain memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap. Jika berpegangan pada pendapat terakhir maka pendakwah, kitab suci Al-Qur'an dan Hadis yang sedang didiskusikan,

suasana pelaksanaan dakwah merupakan media dakwah. Demikian juga berarti tidak ada dakwah tanpa media.<sup>9</sup>

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 multi disiplin menjadi sangat dibutuhkan. Namun dalam era ini peluang berdakwah juga menjadi besar karena jasa iptek 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>10</sup>

Di era teknologi ini, dakwah tidak lagi hanya bersifat konvensional yang disampaikan oleh seorang da'i dari mulut ke mulut, keberadaan teknologi digital telah mampu mempermudah

---

<sup>9</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), Cetakan Ke-5 h. 403.

<sup>10</sup>Muhibuddin "Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi," dalam ADZIKRA: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 02, No. 02 (Juli-Desember 2011) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, h. 75.

segala sesuatu untuk keperluan yang lebih efektif dan efisien. Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan, jika berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Teknologi bukanlah suatu yang dilarang, walaupun pada masa rasulullah belum ditemukan adanya teknologi yang canggih seperti sekarang ini.<sup>11</sup>

Kemajuan teknologi informasi saat ini tidak lepas dari teknologi internet. Internet berasal dari kepanjangan *International Connection Networking*. *International* berarti global atau seluruh dunia, *Connection* berarti hubungan komunikasi, dan *Networking* berarti jaringan. Dengan demikian, internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta komputer) yang terhubung di seluruh dunia. Jika diperhatikan secara seksama, internet mungkin dapat dikatakan sebagai salah satu media populer yang pada titik tertentu bisa menjadi sangat subjektif. Melalui beberapa fitur populernya, seperti situs, blog, atau media sosial, kita akan

---

<sup>11</sup> M. Hudaeri & Siti Kusniawati “Dakwah Melalui Facebook: Analisis Pesan Tentang Pergaulan Remaja Pada Akun Beibz Jelita,” dalam *ADZIKRA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 04, No. 01 (Januari-Juni 2013), h. 53.

segera melihat bagaimana setiap orang atau organisasi berupaya memperlihatkan nilai-nilai yang mereka yakini.<sup>12</sup>

Dengan demikian media sosial seperti *Instagram* merupakan salah satu bentuk teknologi mutakhir yang memberikan dampak dan pengaruh luas di lingkungan masyarakat. Selain bisa digunakan untuk melihat foto, video, berita, dan belanja. *Instagram* juga bisa di gunakan untuk menerima dan menyampaikan pesan dakwah karena pada zaman sekarang ini kebanyakan orang yang memiliki *smartphone* menggunakan aplikasi *Instagram* untuk bersosialisasi dengan pengguna yang lainnya.

*Instagram* dari kata "insta" berasal dari "instan", sama juga dengan kamera Polaroid yang pada waktu itu biasanya dikenal dengan nama "foto instan". Kemudian untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang fungsinya untuk mengirimkan sebuah informasi untuk orang lain dengan cepat.<sup>13</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah aplikasi

---

<sup>12</sup>Moch Fakhruroji, *Dakwah...*, h. 181.

<sup>13</sup>“Sejarah Nama Instagram” <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, di akses pada 23 Juli 2019, Pukul 23.00 WIB.



yang dibuat untuk menampilkan gambar dan video dengan cara kerjanya secara cepat dan menggunakan jaringan internet.

## **G . Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis isi. Menurut Bogdan dan Taylor, pengertian metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>14</sup>

Data yang dikumpulkan penelitian deskriptif kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi,

---

<sup>14</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2013) h. 4

catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>15</sup> Ciri lainnya ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*). Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasinya.<sup>16</sup>

Adapun langkah-langkah yang di ambil dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

#### 1. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi, peneliti melakukan observasi berupa analisis terhadap subyek penelitian yaitu postingan yang berisi video dakwah, dan mengamati apa saja pesan dakwah yang terkandung pada akun @nunuzoo dan mendeskripsikannya melalui tulisan.

b. Dokumentasi, yaitu mengambil postingan dari akun @nunuzoo yang mengandung pesan dakwah kemudian mengamati apa saja tema dakwah dan cara penyampaian yang digunakan serta respon *followers* pada akun tersebut. Postingan

---

<sup>15</sup>Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian...*, h. 11

<sup>16</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 25

yang diteliti pada akun ini sebanyak 15 video *instagram* (vidgram) diambil dari bulan Januari 2018-Juli 2019 berdasarkan views terbanyak setiap bulannya.

c. Wawancara, wawancara merupakan teknis yang digunakan oleh peneliti dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah dengan cara tanya jawab yang dilakukan kepada Nurul Azka secara langsung.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Juli-Oktober 2019 di Kota Serang Provinsi Banten. Dalam waktu empat bulan tersebut, peneliti mengumpulkan data dan menjalani proses bimbingan kepada dosen pembimbing.

## 3. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud pada penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber data primer yaitu, data yang didapatkan secara langsung dari postingan akun *instagram* @nunuzoo. Video *instagram* (Vidgram) yang teliti pada akun ini sebanyak 15 video.

Berikut ini adalah beberapa data video *instagram* akun @nunuzoo, di ambil berdasarkan *view* terbanyak setiap bulannya:

**TABEL. 1.1**

<b>No.</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Judul</b>	<b>Tema</b>
<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
1.	27 Januari 2018	Dilan 1439 H	Ingatlah Allah SWT
2.	17 Maret 2018	Parodi Count On Me	Jangan Lupakan Akhirat
3.	27 Mei 2018	Goyang 2 Jari Saat Puasa	Berdzikir
4.	09 Juni 2018	Parodi Lagi Syantik	Jauhi Pacaran
5.	07 Juli 2018	Fenomena Bowo	Stop Bullying
6.	25 Agustus	Dele Alli	Mengingatkan Hal-

	2018	Challenge	hal Kebaikan
7.	22 September 2018	Pernah Merasakan Hal ini?	Bersyukur
8.	10 November 2018	Bukan Hey Tayo!!	Manfaatkan Waktumu Sebaik Mungkin
9.	15 Desember 2018	Parodi Sayur Kol	Jangan Lupa Beribadah
10.	05 Januari 2019	Punya Temen Yang Julid	Perdamaian
11.	16 Februari 2019	Bahaya Curhat Ketemen	Bergantunglah Hanya Kepada Allah
12.	30 Maret 2019	Tuman	Perilaku Tercela
13.	06 April 2019	Jangan Lupakan 5 hal ini!	Perilaku Terpuji
14.	17 Mei 2019	Parodi Kill This Love	Kewajiban Berpuasa
15.	16 Juli 2019	Penting Gak Sih	Manfaat Membaca

		Baca Al-Qur'an?!	Al-Qur'an
--	--	------------------	-----------

(Sumber: *instagram @nunuzoo*)

b. Sumber data sekunder yaitu, data yang didapatkan dari buku-buku, jurnal dan majalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 4. Analisis data

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi (*content analiys*). Maksud teknik analisis isi yaitu suatu teknik penelitian untuk membuat perumusan pada kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks.<sup>17</sup>

Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat di gunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan,

---

<sup>17</sup>Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h. 20.

pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.<sup>18</sup>

Menurut Budd, Thorpe dan Donahw, analisis isi adalah suatu teknik yang sistematis untuk menganalisis makna pesan dan cara mengungkapkan pesan. Dalam pandangan ini, penganalisis tidak hanya tertarik pada pesan, tetapi juga pada pertanyaan-pertanyaan lebih luas tentang proses dan dampak komunikasi,<sup>19</sup>

Adapun langkah-langkah penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan analisis isi adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis video pada akun *instagram* @nunuzoo dan konsep pemilik akun tentang cara menyampaikan pesan dakwah.
- b. Menganalisis komponen pesan dakwah yang terkandung dalam video *instagram* akun @nunuzoo
- c. Menyusun keseluruhan dari hasil analisis, sehingga mendapatkan gambaran deskriptif tentang isi pesan dakwah,

---

<sup>18</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian...*, h. 89

<sup>19</sup>Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, (Jogjakarta: Ar-ruzz Media, 2016), h. 80

gaya penyampaian yang digunakan, serta respon *followers* akun @nunuzoo dalam menanggapi pesan dakwah yang disampaikan.

## 5. Teknik Penulisan

Teknik penulisan karya ilmiah ini menggunakan pedoman pada :

- a. Buku pedoman penulisan karya ilmiah fakultas dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Serang 2018.
- b. Penulisan ayat-ayat Al-Qur'an berpedoman kepada Al-Qur'an dan terjemahnya.
- c. Penulisan hadits, penulis mengambil hadits dari sumber yang ada.

## **H . Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pembahasan dalam menganalisa studi ini, di perlukan sistematika pembahasan yang isinya sebagai berikut :

Bab I adalah bab Pendahuluan yang membahas tentang: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian,



manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah bab yang membahas gambaran umum: profil pemilik akun *instagram* @nunuzo, Gambar Profil akun *instagram* @nunuzoo, dan tujuan di buatnya akun @nunuzoo.

Bab III adalah bab yang membahas tentang Landasan Teoritis: konsep dakwah, tujuan dan fungsi dakwah, media dakwah, komunikasi dakwah, humor, pengertian humor, humor dalam dakwah, *instagram*, pengertian *instagram*, fitur-fitur *Instagram*, dan *instagram* sebagai media dakwah.

Bab IV adalah bab yang membahas mengenai Pesan Dakwah Melalui Video *Instagram* akun @nunuzoo berisikan tentang: tema & pesan dakwah pada video *instagram* yang dibagikan oleh akun @nunuzoo, dan gaya penyampaian yang dilakukan akun @nunuzoo dalam menyampaikan dakwah.

Bab V adalah bab penutup: berisikan kesimpulan dan saran-saran.