

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya dakwah merupakan salah satu aktifitas yang selalu berlanjut dan berkesinambungan terus menerus, karena dakwah bersifat dinamis. Dakwah bertujuan untuk memberikan perbaikan dan perubahan bagi umat manusia, maka selama didunia ini masih ada kemaksiatan, kemungkaran, kemunafikan, dan kemusyrikan yang telah mengakibatkan kehidupan menjadi gelap gulita, maka dakwah akan selalu ada sampai kapanpun sebagai aktifitas dakwah yang tak akan pernah terhenti dan terus bergerak untuk menghilangkan semua itu.

Secara etimologi dakwah berasal dari kata *da'a* dalam bahasa Arab yang artinya panggilan, seruan, ajakan, undangan. Sementara itu terminologi, dakwah adalah suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu

berpegangan pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup dunia dan akhirat¹

Aktifitas dakwah yang meningkat akan membawa pengaruh terhadap meningkatnya kualitas keagamaan. Sebaliknya, aktifitas dakwah yang menurun akan berakibat pada kemunduran dalam keagamaan. Oleh karena itu, dapat dipahami, bahwa sejatinya Islam meletakkan kewajiban untuk berdakwah di atas pundak setiap pemeluknya

Saat ini objek dakwah makin beragam dan medianya pun makin beragam pula. Menurut Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak. Sedangkan dari segi penyampaiannya di bagi menjadi tiga: *The spoken words* (dalam bentuk ucapan), *The printed writing* (bentuk tulisan), dan *The audio visual* (dalam bentuk gambar hidup yaitu Film, Video, DVD, CD, dan sebagainya)²

¹ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik Paradigma Teori Aplikasi Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h.34

² Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Prenada Media 2004) h.

Perkembangan teknologi begitu cepat dan sulit terbendung lagi, termasuk salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi saat ini orang bisa dengan mudah untuk bertukar pikiran atau bertukar informasi antar kota, antar negara bahkan antar benua sekali pun dapat dengan mudah dengan menggunakan media sosial.

Media sosial merupakan media yang memiliki peran cukup penting dalam kehidupan masyarakat. Hadirnya media sosial dapat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Penggunaan media sosial dinilai efektif dalam menyampaikan ajaran Islam. Pasalnya banyak masyarakat khususnya remaja yang sangat menggunakan media sosial sebagai tempat untuk memperoleh informasi atau bahkan menjadi tempat untuk mengekspresikan diri. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah peluang bagi para aktivis dakwah dalam mengembangkan dakwahnya. Salah satunya menggunakan media sosial instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital dan menerapkannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram berdiri pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger

Instagram sebagai bagian dari media sosial memiliki daya tarik yang sangat kuat dari kegunaan maupun fitur yang dimilikinya. Terutama daya tarik bagi remaja yang hampir lebih banyak menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan banyak remaja yang menggunakan aplikasi Instagram, sudah seharusnya umat muslim sebagai pengemban dakwah memanfaatkan media sosial ini sebagai media untuk berdakwah, yaitu untuk menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam Alquran dan Hadis dan juga mengajak manusia untuk mengimplementasikan nilai nilai ajaran Islam, agar terciptanya tatanan masyarakat yang madani.

Remaja merupakan salah satu sasaran dakwah di instagram. Karena remaja merupakan pengguna yang cukup aktif

di *instagram*. Untuk menarik minat para remaja, dalam penyebaran konten dakwah menggunakan bahasa yang santai, ringan, dan bersahabat. Seorang remaja yang mengakses akun dakwah di *Instagram* maka akan bertambah pengetahuan keagamaanya. Bertambahnya pengetahuan tersebut berpengaruh terhadap sikap keagamaan remaja tersebut.

Kegiatan remaja yang sering mengakses akun dakwah Islam di Instagram secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola pikir dan ideologi mereka dalam beragama. Pola pikiran dan ideologi tersebut dapat terlihat dalam sikap keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, masalah remaja dengan tindakan negatifnya perlu mendapat perhatian yang khusus dari berbagai pihak, sudah menjadi kenyataan bahwa pada akhir akhir ini, sering mendengar dan melihat baik secara langsung maupun melalui media massa tentang problematika dan kenakalan remaja yang semakin meningkat dan merajalela.

Secara umum, remaja hidup di tengah-tengah kemajuan ilmu pengetahuan yang berpengaruh sangat mendalam, cepat dan mendasar. Hal ini dapat mempermudah kehidupan sehari-hari yang dirasakan langsung oleh mereka. Di sisi lain agama tidak memberikan pengaruh langsung serta yang dikemukakannya tidak dapat dibuktikan dengan fakta. Akhirnya mereka lebih mengagumi ilmu pengetahuan daripada memahami ajaran agama

Masalah yang menjadi topik pembicaraan dewasa ini adalah kaburnya nilai-nilai agama di mata generasi muda, mereka dihadapkan berbagai macam aneka ragam pengalaman moral yang menyebabkan mereka bingung untuk memilih mana yang baik dan tidak baik untuk mereka. Hal ini tampak jelas pada mereka yang berada pada usia remaja³

Oleh karenanya, aktivitas dakwah dalam media sosial sangatlah berpengaruh kepada pola pikir remaja saat ini. Salah satu aktivitas dakwah yang menggunakan media sosial sebagai media dakwah yakni akun @Fuadbakh. Akun *Instagram* yang

³ Parsudi Suparlan, *Kemiskinan di Perkotaan*, (Jakarta: Sabar Harapan, 1984), h. 11

digunakan untuk mempublikasikan video tentang ajaran Islam, larangan dan fakta fakta yang ada kemudian dikaitkan dengan syariat Islam. Akun @Fuadbakh dapat menyampaikan nilai dakwah secara efektif dan menarik bagi pengguna media sosial *Instagram* lainnya khususnya remaja penggemar budaya Korea atau *K-Pop* Karena akun @Fuadbakh sering menyapaikan fakta-fakta yang terdapat di dalam budaya *K-Pop* tersebut sesuai syariat islam. Sehingga mampu dengan menyadarkan remaja khususnya yang kecanduan dengan budaya *K-Pop* karena di dalam budaya *K-Pop* tersebut terdapat ajaran ajaran yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Akun @Fuadbakh telah diikuti oleh 1 Juta pengikut dan telah mempublikasikan 1736 foto dan video tertanggal 20 Oktober 2019 yang berisikan tentang kebaikan dan ajaran ajaran agama Islam. Adanya dakwah melalui media sosial sangat memotivasi pengguna *instagram* untuk jauh lebih baik dan mendekatkan diri kepada Allah.

Peneliti tertarik memilih akun *instagram* @Fuadbakh karena ia mempublikasikan video sesuai dengan kejadian dan fakta fakta sebenarnya yang disampaikan secara ringan dan mudah di fahami bagi remaja pada umumnya.

Oleh sebab itu, peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengambil judul “Pesan dakwah Kepada Remaja Penggemar *K-Pop* melalui Media Sosial *Instagram* (studi pada akun @Fuadbakh).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apa Pesan dakwah yang disampaikan akun @Fuadbakh kepada penggemar *K-pop*?
2. Apa efek pesan dakwah akun @Fuadbakh pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten penggemar *K-pop*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan dua masalah yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang di sampaikan akun @Fuadbakh kepada penggemar *K-pop*
2. Untuk mengetahui efek pesan dakwah akun @fuadbakh pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten penggemar *K-pop*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat atau kegunaan secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Kajian penelitian ini diharapkan peneliti mampu memberikan sumbangan wacana dalam bahan penelitian lanjutan dan pemahaman mengenai media sosial Instagram yang tidak hanya dipergunakan dalam komunikasi, melainkan dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah

2. Manfaat Praktis

Kajian penelitian ini diharapkan oleh peneliti agar @Fuadbakh selalu menyajikan berbagai informasi seputar Islam yang sesuai dengan Alquran dan Al-Hadist sehingga informasi tersebut benar benar dijadikan sebuah dakwah yang dapat merubah pandangan, prasaan, dan perilaku bagi para khalayak

E. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sesuai judul peneliti antara lain :

Petama: Penelitian yang dilakukan oleh Elok Latifah, dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah *Instagram* Terhadap Sikap Keagamaan (Studi di Siswa di SMAN 17 Surabaya)”, Fakultas: Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan: Pendidikan Islam, Universitas Sunan Ampel Surabaya, tahun 2018. Tujuan pokok penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam mengakses konten dakwah serta pengaruh yang timbul dari

informasi akun dakwah instagram terhadap perubahan sikap pelajar yang ada lingkungan SMAN 17 Surabaya

Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah penggunaan *Instagram* oleh siswa SMA 17 Surabaya dalam mengakses akun dakwah Islami berdasarkan data yang disebar kepada 167 *responden* dan hasilnya sangatlah banyak siswa yang mengaksesnya begitu. Oleh karenanya sikap keagamaan yang dimiliki siswa pengguna instagram di SMA 17 Surabaya menunjukkan hasil yang baik dengan presentase sekitar 80,05%

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini lebih memfokuskan studi penelitiannya di kalangan siswa SMA 17 Surabaya. Sedangkan penelitian yang akan saya teliti adalah lebih banyak memfokuskan studi mengenai pesan dakwah kepada penggemar *K-Pop*

Kedua: Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adilah, dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun *Instagram @Hijabalila* (Studi pada Akun *@Hijabalila*)”,

Fakultas: Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @Hijabalila serta pengaruhnya terhadap masyarakat luas

Adapun hasilnya adalah pesan dakwah yang disampaikan pada akun @Hijabilah memiliki tujuan tertentu yaitu diantaranya ajakan untuk berbakti kepada orang tua, larangan mengejek sebagai bahan tertawaan, serta larangan untuk gibah. Pada dasarnya sebagaimana Muslim sebenarnya yang mengajarkan selalu bersikap baik kepada sesama manusia

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini lebih memfokuskan studi pada akun @Hijabilah. Sedangkan peneliti akan lebih memfokuskan studinya pada akun @Fuadbakh yang lebih cenderung dakwah kepada penggemar *K-Pop*

Ketiga: Penelitian yang dilakukan oleh Restu Basuki, dengan judul “Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* di kalangan Remaja Masjid Al- Mutaqin selama bulan Ramadhan 1436 H/2015 M)”, Fakultas: Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan: Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2015

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah Islam melalui media sosial pada penggunaan *Display Picture Blackberry Messenger* di kalangan remaja masjid Al-Mutaqin selama bulan Ramadhan 1436 H/2015 M. Adapun hasilnya adalah pesan dakwah yang disampaikan melalui *Display Picture Blackberry Messenger* ini sangatlah banyak golongannya menurut penelitian ini ada 7 golongan yang dijelaskan itu menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah dilakukan di setiap pesan dakwah Islam

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini lebih memfokuskan kepada

aplikasi *BlackBerry Messenger* sedangkan penelitian saya lebih terfokus kepada aplikasi Instagram karena sekarang tengah digandrung oleh banyak lapisan masyarakat.

F. Kerangka Teoritis

1. Pesan dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol simbol. Dalam literatur Arab, pesan dakwah disebut *maudlu'al-da'wah*⁴. Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *dai* kepada *mad'u*. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajara Islam itu sendiri. Pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan Alquran dan *Hadist*⁵

Pesan dakwah dibagi menjadi tiga bagian yaitu akidah, syariah dan akhlak. Pertama, pesan akidah meliputi iman kepada Allah, Iman kepada Malaikat Allah, Iman kepada kitab Allah, Iman kepada Rasul Allah, Iman kepada Hari ahir, Iman kepada Wadha dan Qadar Allah. Kedua, pesan

⁴ Prof.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana, 2009) h.139

⁵ Prof.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,..... h.319

syariah meliputi ibadah dalam artian khas (thaharah, salat, puasa, zakat, haji) dan muamalah dalam arti luas (hukum perdata dan hukum publik).⁶ Ketiga, pesan akhlak meliputi akhlak terhadap Allah dan Akhlak terhadap makhluk.

2. Remaja

Secara umum, remaja hidup di tengah tengah kemajuan ilmu pengetahuan yang berpengaruh sangat mendalam, cepat dan mendasar. Hal ini dapat mempermudah kehidupan sehari hari yang dirasakan langsung oleh mereka. Di sisi lain agama tidak memberikan pengaruh langsung serta yang dikemukakannya tidak dapat dibuktikan dengan fakta. Akhirnya mereka lebih mengagumi ilmu pengetahuan dari pada memahami ajaran agama

Oleh karena itu seiring kecanggihan teknologi informasi salah satunya dengan Instagram, tugas dakwah dengan sangat mudah dan ringan terutama dalam pembinaan akhlak remaja, tidak ada alasan lagi bagi setiap

⁶ Prof.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,.....
h..332

orang yang tidak melakukan tugas dakwah. Dakwah bukanlah kewajiban para ustadz dan para ulama saja, tetapi kewajiban kita semua bersama sama tidak mungkin dakwah dilakukan sendiri sendiri, dengan bersama sama dakwah akan semakin ringan.

Dengan demikian, remaja pun mempunyai akhlak yang baik serta bisa menjalankan ajaran agama sesuai syariat islam dalam kehidupan bermasyarakat. Dan tanggung jawab dakwah bagi umat Islam serta pujian bagi yang mau melaksanakannya dituturkan dalam firman Allah:

“Dan hendaklah ada diantara kamu segalanya umat yang menyeru kepada kebaikan, menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung “
(QS- Ali Imron ayat 104).

3. Media Sosial *Instagram*

Media sosial adalah sebuah media *online* tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan

menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁷

Media sosial *Instagram* tidak hanya menjadi media untuk meningkatkan eksistensi diri, namun juga sebagai ladang bisnis dan juga media dakwah. Salah satu akun dakwah di *Instagram* adalah @Fuadbakh

@Fuadbakh atau bernama asli Fuad Bachtiar adalah seorang penggiat media sosial yang berdakwah melalui Instagram dengan sangat menarik, sebut saja tentang drama Korea yang sangat diminati oleh anak muda zaman sekarang, Sehingga dapat mudah untuk diterima oleh masyarakat luas.

4. *K-pop*

K-Pop (Korean Pop), bukan istilah yang asing lagi di Indonesia, terutama buat remaja. *K-Pop* adalah istilah yang lekat dengan musik populer asal Korea Selatan. *K-Pop* memiliki genre musik yang terdiri dari *electropop*, hip-hop, pop, rock, dan *R&B*. Selain musik, *K-pop* telah tumbuh menjadi sebuah subkultur populer di kalangan remaja dan

⁷ Asep syamsul, dan M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung, Nuansa Cendekia, 2014) h. 104

dewasa muda di seluruh dunia. Minat yang luas dalam mode dan gaya grup idola dan penyanyi Korea kini menjamur ke seluruh dunia

Korean Wave sudah menjadi suatu fenomena yang menarik dalam dunia industri hiburan saat ini. Penyebaran budaya Korea ini tidak terlepas dari peran media massa didalamnya terutama media yang ikut dalam menyebarkan berbagai informasi dan hiburan. Media massa secara umum bertanggung jawab atas apa yang disebut sebagai budaya massa atau budaya populer dan mereka menjajah bentuk budaya lain dalam prosesnya. Budaya simbolik yang paling luas disebarkan dan dinikmati pada masa kini adalah apa yang mengalir secara berlebihan dari media seperti film, televisi video dan surat kabar⁸

⁸ Ilona V. Oisina Situmeang, *Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya Populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa*, (Pascasarjana Fakultas Komunikasi UPI-YAI, Jakarta, 2015, h. 2

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan perilaku orang dapat diamati⁹

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat dekripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Sugiyono, menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

2. Subjek dan Objek

a. Subjek Penelitian

Subjek yaitu pokok pembicaraan, satu pusat yang menjadi pengamatan. Adapun yang menjadi subjek

⁹ Irwan Suhartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 35

penelitian ini adalah remaja penggemar *K-pop* di KPI, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

b. Objek Penelitian

Objek yaitu sesuatu yang menjadi sasaran pembicaraan. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Akun @Fuadbakh

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh berbagai data yang diperlukan dalam penelitian maka dibutuhkan teknik atau alat pengumpulan data dan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

a. Pengamatan atau Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kebiasaan yang dilakukan oleh penggemar *K-pop* mulai dari 5 Oktober sampai dengan 19 Januari 2020.

Observasi yang bertujuan untuk memastikan para penggemar Kpop mengetahui tentang Akun @Fuadbakh yang dijadikan sumber kemudian mahasiswa UIN SMH BANTEN dijadikan narasumber utama.

b. Wawancara

Wawancara adalah cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data dengan lengkap. Dalam hubungan ini, untuk terarahnya wawancara sesuai dengan data yang diperlukan, maka perlu disusun suatu pedoman yang disebut "pedoman wawancara" atau "panduan wawancara".¹⁰

Setelah observasi yang harus dilakukan adalah wawancara. Dalam hal ini yang dapat diwawancara adalah mahasiswa atau Mahasiswi KPI penggemar *K-pop* di UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten guna mendapatkan data- data yang berkaitan.

¹⁰ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001) Cet.Ke-5, h. 132

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses dan penyusunan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, menyusun ke dalam pola-pola, memilih hanya data yang penting dan kemudian data yang dapat dipelajari serta membuar kesimpulan agar dipahami. Proses analisis data dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemuatan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan dan tranformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.

b. Penyajian data

Pada tahap ini dilakukan dengan membentuk sebuah table hasil wawancara dengan beberapa informan terkait pada penelitian, penyajian ini digunakan dalam bentuk teks naratif, guna meminimalisir banyaknya data yang diambil,

peneliti kemudian menyusun data yang diperoleh secara sistematis.

c. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dalam proses analisis data ini adalah penarikan kesimpulan, pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti telah melakukan perbandingan antara pengamatan yang terjadi di lapangan dengan jawaban informan dari beberapa pertanyaan yang diberikan peneliti, sehingga terdapat kebenaran yang sesuai data hasil wawancara dan observasi

Oleh karenanya teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis isi *content analysis* adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis, cetak atau media massa lainnya, dalam hal ini penulis mengumpulkan beberapa pesan yang disampaikan oleh akun @Fuadbakh mengenai remaja yang menggemari *K-Pop*.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan penelitian ini agar lebih sistematis dan terfokus pada pemikiran. Maka, penyusun sajikan gambaran dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN membahas tentang pendahuluan, yaitu gambaran keseluruhan penelitian yang akan dilakukan serta pokok- pokok permasalahannya yang meliputi : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI yang akan menjelaskan Pengertian pesan dakwah, pengertian media, pengertian *K-pop*, dan pengertian *Instagram*

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM DAN SUBYEK PENELITIAN akan membahas tentang awal terbentuk dan konten video akun *Instagram* @Fuadbakh dan sosok Fuadbakh itu sendiri dan juga akan membahas tentang subyek lokasi penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN yang akan membahas hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP membahas kesimpulan dan saran