

**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas -Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

Oleh :
Lia Marsela
NPM : 1741010173
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr.H. MA. Achlami Hs, MA.

Pembimbing II : Subhan Arif, S.Ag., M.Ag

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1442 H / 2022**

ABSTRAK

Dakwah adalah suatu kewajiban seorang muslim untuk mengajak keluarganya menyeru pada manusia lainnya yang ada di dunia. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan dakwah harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan mampu mengemas materi dakwah seunik mungkin sesuai kondisi lingkungan tersebut. Instagram adalah salah satu jenis media sosial berupa aplikasi yang dapat memudahkan manusia berkomunikasi dengan orang lain dengan cara membagikan foto dan video yang di unggah dan dibagikan ke publik, pengguna aplikasi instagram ini untuk semua kalangan tanpa batasan usia.

Media Sosial Instagram tidak hanya menjadi media untuk berkomunikasi. Namun bisa juga digunakan sebagai media dakwah. Salah satu Da'i yang eksis dalam menggunakan media sosial instagram adalah ustadz Hilman Fauzi pada akunnya yang bernama @ahilmanfauzi. Beliau dikenal sebagai Da'i muda yang mampu menyampaikan pesan dakwahnya secara ringan, santun dan segar sehingga membuat pesan dakwahnya dapat diterima oleh berbagai kalangan. Ceramahnya dalam versi pendek, ditonton dan juga diminati oleh puluhan hingga ratusan ribu orang.

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana isi pesan dakwah pada akun @ahilmanfauzi di instagram dalam tinjauan analisis isi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dakwah pada akun @ahilmanfauzi di instagram dalam tinjauan analisis isi. Penelitian ini merupakan penelitian analisis kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Reserch*) yaitu dengan menggunakan buku, catatan maupun hasil laporan terdahulu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik documenter atau dokumentasi, data online, observasi. Teknik Analisis Data menggunakan Analisis isi yang diperoleh kemudian di analisis secara deskriptif dengan cara penyajian data, pengolahan data dan penarikan kesimpulan.

Temuan dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pesan dakwah yang di sampaikan oleh Ustadz Hilman Fauzi dalam akun instagram @ahilmanfauzi secara keseluruhan mengandung tiga kategori pesan dakwah yakni : pesan Aqidah yang meliputi kepercayaan atas ketentuan Allah, pesan syariah yang meliputi sholat, berdoa dan berzikir kepada Allah, dan pesan akhlak yang meliputi akhlak terhadap diri sendiri, akhlak terhadap orang tua dan orang lain. Pesan dakwah yang paling dominan yaitu pesan akhlak.

Kata kunci : Analisi Isi , Pesan Dakwah

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lia Marsela
NPM : 1741010173
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Dakwah melalui media sosial instagram (analisis isi pesan dakwah pada akun @ahilmanfauzi) adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat ini saya buat agar dapat dimaklumi



Bandar Lampung, Juni 2022
Penulis

Lia Marsela
NPM.1741010173



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Indro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : **Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi)**
Nama : **Lia Marsela**
NPM : **1741010173**
Jurusan : **Komunikasi Dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Telah Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H. M.A. Achlami HS, MA
NIP.195501141987031001


Subhan Arif, S.Ag., M.Ag
NIP. 196807201996031002

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam


Dr. Khairullah, S.Ag., MA
NIP. 197303052000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Bandro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi)** Disusun oleh: **Lia Marsela, NPM. 1741010173, Jurusan: Komunikasi Dan Penyiaran Islam.** Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Hari/Tanggal : **Kamis, 14 Juli 2022, pukul 14.00 – 15.30 WIB, Tempat: Ruang Sidang KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Hj. Mardiyah, S.Pd, M.Pd


(.....)

Sekretaris : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si


(.....)

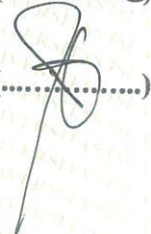
Penguji I : Dr. Khairullah, S. Ag., MA


(.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. M.A. Achlami HS, MA


(.....)

Penguji III : Subhan Arif, S.Ag, M.Ag


(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag.
NIP. 1965110PP11995031001

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ
وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Ali-Imran :104)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah Swt berkat rahmat dan hidayah nya, pada hari ini penulis mampu menyelesaikan segala bentuk apa yang menjadi tanggung jawabnya. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang selalu saya sayangi dan selalu memberikan motivasi dalam hidup penulis, terutama bagi :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Agus Sugiarto dan Ibu Marni, yang senantiasa menjadi pemacu penulis untuk selalu semangat dalam mewujudkan cita-cita, kedua orang tua ku yang memiliki jiwa besar telah menunggu selesainya studi, yang telah memberikan kasih sayang dan mendidik dengan penuh cinta, terucap syukur dan terimakasih kepada kedua Orang tuaku yang selalu memberikan do'a restu serta dukungannya baik moril maupun materil, terima kasih atas pengorbanan yang mungkin tak dapat kubalas jasamu dengan apapun sehingga anakmu sampai pada keberhasilan menyelesaikan studi S1.
2. Saudara-saudari kandungku, Kakak Nanang, Mba Devi Fransiska dan Kakak iparku Rianti Wulandari, Suyetno, serta keponakanku Azalea Haura Mahila, Alzaidan Atha Wahdana dan Kanaya Zea Amara, yang telah memberikan semangat dan keceriaan canda tawa bersama, sehingga memberikan kekuatan dalam berjuang menyelesaikan skripsi ini.
3. Dede Marjiyanto Bahtiar terima kasih telah banyak membantuku di saat kesulitan dan selalu memberikan dukungan serta doa yang tulus dan sabar dan memberikan kasih sayang kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripisi dan termotivasi untuk menjadi orang yang sukses.
4. Diri saya sendiri, kepada kaki yang selalu siap diajak melangkah, jiwa yang dengan amat sabar dan bertahan meski banyak kesulitan, terimakasih kepada diri ini karena mampu melewati berbagai ujian dan selalu semangat.
5. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga tetap terjaga kejayaan nya dalam mengembangkan kreativitas.

RIWAYAT HIDUP

Penulis, dilahirkan di Kota Bandar Lampung, Pada tanggal 16 Maret 1999. Penulis yang bernama lengkap Lia Marsela adalah anak terakhir dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Agus Sugiarto dan Ibu Marni.

Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Sriwijaya Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2005, setelah lulus dari TK melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar Negeri 2 Way Dadi , Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2011, Setelah lulus sekolah dasar kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 21 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2014, setelah lulus SMP penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 7 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan lebih tinggi pada tahun 2017 dan diterima sebagai mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Juni 2022
Penulis

Lia Marsela
NPM. 1741010173

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan syukur, tasbih, tahmid, tahlil dan takbir kepada AllahSWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi) ini.**

Shalawat dan salam senantiasa penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik dalam segala urusan, menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin fakultas ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr.H. MA Achlami HS,MA selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Subhan Arif, S.Ag, M.Ag selaku dosen pembimbing II dalam skripsi ini yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan masukan demi selesainya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag.,MA selaku Ketua Jurusan dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom, selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayangnya dalam setiap langkah sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahannya, semoga penulis dapat mencapai cita-cita.
6. Saudara-saudari kandungku, Kakak Nanang, Mba Devi Fransiska dan Kakak iparku Rianti Wulandari, Suyetno, serta keponakanku

Azalea Haura Mahila, Alzaidan Atha Wahdana dan Kanaya Zea Amara, yang telah memberikan semangat dan keceriaan canda tawa bersama, sehingga memberikan kekuatan dalam berjuang menyelesaikan skripsi ini.

7. Dede Marjiyanto Bahtiar terima kasih telah banyak membantuku di saat kesulitan dan selalu memberikan dukungan serta doa yang tulus dan sabar dan memberikan kasih sayang kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan termotivasi untuk menjadi orang yang sukses.
8. Sahabat tercinta Indah Paramitha yang sudah seperti kakak sendiri, terimakasih karena selalu ada disaat-saat sulit dan selalu memberi keceriaan, kasih dan sayang.
9. Kepada teman-teman yang telah bersedia memberikan warna dan selalu membantu selama masa perkuliahan Luluk Najmi Baswad, Mahroza Aulia Sari, Meylisa Elvianasari, Megaliana, Mitha Sulhu, Nadila Mirza, Indri Saina Helisya, Yusril Ihza. M, Niki Bima , M. Rivaldy Jumady, Herawati, Nanda Aulia dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 khususnya kelas KPI E yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Terimakasih untuk seluruh pihak yang turut membantu dan tidak bisa disebutkan satupersatu, tanpa kalian penulis tidak akan sampai pada titik ini.

Peneliti yakin tanpa bantuan dan bantuan dari berbagai pihak tersebut, peneliti ini tidak dapat selesai secara maksimal dan peneliti menyadari bahwa sangat besar jasa yang diberikan kepada peneliti, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih atas semua bantuannya.

Bandar Lampung, Juni 2022

Penulis

Lia Marsela
NPM. 1741010173

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus Penelitian	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
G. Penelitian Terdahulu	7
H. Metode Penelitian	9
I. Sistematika Penelitian	13

BAB II ANALISIS ISI PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. Analisis isi	
1. Pengertian Analisis isi	15
2. Prinsip-Prinsip Analisis isi	15
3. Tujuan Analisis isi	17
4. Pendekatan Analisis isi	18
B. Pesan Dakwah	
1. Pengertian Pesan Dakwah	21
2. Karakteristik Pesan Dakwah	23
3. Sumber-Sumber Pesan Dakwah	24
4. Unsur-Unsur Dakwah.....	30

C. Media Sosial	
1. Pengertian Media Sosial.....	44
2. Karakteristik Media Sosial	46
3. Fungsi Media Sosial.....	47
4. Jenis-Jenis Media Sosial	48
5. Instagram Sebagai Media Dakwah.....	50

BAB III DESKRIPSI AKUN @AHILMANFAUZI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. Paparan Data pada akun @ahilmanfauzi	
1. Profil Akun Instagram @ahilmanfauzi.....	53
2. Proses Pembuatan Konten.....	55
3. Pendidikan Ustadz Hilman Fauzi	56
4. Prestasi Ustadz Hilman Fauzi.....	57
B. Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi Di Media Sosial Instagram	
1. Pesan Dakwah Yang Mengandung Aqidah	59
2. Pesan Dakwah Yang Mengandung Syariah.....	65
3. Pesan Dakwah Yang Mengandung Akhlak	70

BAB IV ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN @AHILMANFAUZI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

1. Pesan Dakwah Yang Mengandung Aqidah	79
2. Pesan Dakwah Yang Mengandung Syariah.....	86
3. Pesan Dakwah Yang Mengandung Akhlak	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
C. Penutup	105

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Gambar Profil Instagram Ustadz Hilman Fauzi
- Surat Keterangan Judul (SK)
- Surat Perubahan Judul



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan untuk memudahkan serta memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul proposal ini. Berdasarkan penegasan ini diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berjudul **Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @ahilmanfauzi)**

Dakwah dalam bahasa arab, da'wat atau da'watu biasa digunakan untuk arti-arti: memanggil atau menyeru dan mengajak manusia untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan akidah, akhlak dan syariat islam secara sadar dan terencana.. Bisa juga diartikan bahwa dakwah adalah kewajiban seorang muslim untuk mengajak keluarganya juga menyeru pada manusia seluruhnya, di setiap waktu, tempat, untuk mengikuti Rasulullah dari ucapan, perbuatan, dan perilaku sehari-hari. ¹Dakwah juga dikatakan sebagai mengajak seseorang dalam kebaikan melalui metode dan media yang sesuai dengan target dakwah atau mad'u.

Media sosial adalah sebuah media online yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosialbaik itu berkomunikasi, berbagidan menciptakan berbagai konten berupa tulisan, foto dan video tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.²Salah satu contoh media sosial adalah facebook, twitter, google, instagram, youtube, dan tik-tok. Dalam penelitian ini penulis

¹Daniel Rusyad, *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar* (el Abqarie : Bandung)
h.1

²wikipedia.org/wiki/Media_sosial

menggunakan Instagram sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet. Instagram digunakan untuk membagikan foto maupun video dengan dilengkapi berbagai fitur. Dengan banyaknya pengguna Instagram dari berbagai kalangan, Instagram dijadikan salah satu media dalam berdakwah oleh Da'i dan Da'iyah. Melalui Instagram, dakwah dapat dibagikan dan dinikmati oleh mad'u atau pengguna Instagram dengan membagikan pesan-pesan dakwah melalui unggahan foto dan video berkonten dakwah.

Pesan dakwah adalah suatu informasi yang bersifat mengajak untuk melakukan hal kebajikan atau memanggil dengan menggunakan lisan serta tingkah laku atau perbuatan nyata baik individu maupun kelompok. Pesan dakwah mengajarkan atau memberikan informasi mengenai ajaran Agama Islam untuk mencapai tujuan menggagapi Ridho Allah SWT hidup bahagia di dunia dan akhirat.

Ahilmann Fauzi adalah nama akun pengguna Instagram, Ahilmann Fauzi memiliki nama asli "Hilman Fauzi". Saat ini ia dikenal sebagai Dai muda millennial. Hilman Fauzi memiliki 287 RB followers dengan 1.077 postingan seperti video dan foto-foto yang mengandung pesan dakwah. Akun Instagram @ahilmannfauzi berisi tentang kejadian kehidupan yang terjadi sehari-hari, penjelasannya dijelaskan di dalam *caption* yang di unggah, baik foto maupun video. Hilman Fauzi memanfaatkan Instagram sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah.

Instagram @ahilmannfauzi merupakan akun media sosial yang bergerak dibidang dakwah, akun Instagram @ahilmannfauzi adalah akun penggerak dakwah yang sering menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan penyampaian dakwah secara santun, ringan dan segar sehingga membuat pesan dakwahnya dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Dari penegasan judul diatas, media sosial instagram adalah media yang cukup efektif dalam membagikan informasi, karena saat ini adalah zaman digital, sehingga banyak orang berkumpul di media sosial instagram termasuk pada akun instagram @ahilmanfauzi. Instagram saat ini banyak digunakan oleh semua kalangan, akun Instagram @ahilmanfauzi berharap pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima oleh khalayak dan memberi efek positif, maka pesan dakwah di media sosial instagram @ahilmanfauzi berarti berdakwah melalui media sosial instagram dengan menyampaikan pesan dakwah melalui unggahan foto dan video.

B. Latar Belakang Masalah

Setiap umat islam mempunyai kewajiban untuk berdakwah, menyeru kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang mungkar dengan cara yang baik pula, sebuah pepatah mengatakan, jika engkau mempunyai niat baik namun cara engkau gunakan tidak baik, maka jangan harap kebaikan itu akan sampai.³ Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surat An-Nahl :124

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّهُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa dakwah juga dapat diartikan untuk mengajak umat muslim ke jalan Allah swt dengan cara yang baik, bijaksana, nasihat atau pelajaran yang baik dan berdiskusi atau berdebat dengan cara yang baik. Dakwah merupakan tugas kita semua sebagai seorang muslim, tanggung jawab kita sebagai seorang muslim menyampaikan kebenaran dan

³I' anatur Thoifah, M. Firdaus, Egalia Novika Hidayat, Saiful Bintaro, *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Milennial* (Malang :UMM Press, 2020) h.22

nilai-nilai Islam sehingga Islam dapat tersebar luas. Adanya agama Islam memberikan suatu kebaikan, pembawa ketenangan bahwa Islam hadir bukan menjadi bumerang atau perpecahan. Dalam penyampaian pesan dakwah harus disajikan secara menarik agar orang yang mendengarkan bisa mencerna pesan yang disampaikan.

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih maka dalam menyampaikan dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam. Dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah lainnya. Dakwah yang disampaikan pada masa sekarang dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya Instagram. Dengan menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dapat membantu menyebarkan dakwah kepada khalayak dengan lebih cepat, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Media sosial telah menjadi alat yang paling berkesan untuk menyampaikan pesan dakwah karena hampir setiap rumah kini mempunyai akses internet. Media sosial memberikan dampak positif dalam meningkatkan komunikasi yang dilakukan. Salah satu media sosial yang terpopuler digunakan saat ini adalah instagram. Pada awalnya instagram sendiri berkembang dari aplikasi Iphone untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan internet yang berkembang. Instagram dapat diakses melalui handphone, sehingga mudah para pengguna smartphone menggunakan media instagram.

Instagram memiliki fitur video yang durasinya dibatasi oleh pihak instagram yang biasa disebut *Vidgram*. Para pengguna aplikasi instagram harus lebih lagi berfikir keras untuk mengemas pesannya menjadi sebuah informasi yang menarik khalayak untuk menonton video dengan durasi 60 detik. Dengan melihat maraknya pengguna media sosial Instagram dari berbagai kalangan ini, Instagram sendiri menjadi media paling diminati dan menjadi

media dakwah bagi para Da'i dan Da'iah dalam menyampaikan dakwah mereka.

Akun instagram @ahilmanfauzi yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berdakwah.⁴Hilman Fauzi memilih media sosial Instagram karena beliau menyadari di zaman modern saat ini, konsumsi paling banyak bukan pada makanan melainkan pada kuota internet. Ustadz muda ini memiliki pengikut 287 rb followers dengan postingan sebanyak 1.077 dengan berbagai tema foto dan video yang menarik. Hilman Fauzi dikenal sebagai Dai muda. Sasaran dakwah Hilman Fauzi adalah anak remaja dan kalangan millennial yang menggunakan media sosial instagram ini juga menambah daya tarik tersendiri untuk diteliti.

Dakwah yang dilakukan oleh @ahilmanfauzi melalui media sosial ini termasuk unik dan efektif dilihat dari banyaknya pengguna instagram lain yang berasal dari berbagai kalangan melihat video yang dibagikan di akunnya mencapai ratusan ribu *likers* dan *viewenmmmmnlrs*. Selain itu cara berdakwahnya menggunakan bahasa yang sederhana dan santun sehingga tidak heran jika ceramahnya mampu diterima oleh berbagai kalangan. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah yang merupakan terobosan baru dalam dunia dakwah. Melalui media sosial instagram tayangan dakwah bisa dilihat kapan saja dan dimana saja.

Pesan dakwah yang diinginkan oleh penulis dalam akun @ahilmanfauzi adalah supaya manusia khususnya para kaum milenial yang ada di seluruh dunia ini mendapatkan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai agama islam, serta dapat mengingatkan diri sendiri untuk beribadah, bersedekah dan berbuat baik ke pada orang lain. Dapat meningkatkan iman dan taqwa kita kepada Allah Swt dan dapat menjauhkan kita dari kemaksiataan.

⁴<https://www.instagram.com/ahilmanfauzi/>, diakses tanggal 19 januari 2022

Berdasarkan penjelasan tersebut, Peneliti menggunakan akun instagram @ahilmanfauzi sebagai bahan penelitian, supaya orang yang ingin menjadi pendakwah atau da'i baru, bisa sukses seperti akun Instagram @ahilmanfauzi karena akun instagram @ahilmanfauzi konsisten dalam menyampaikan pesan dakwah yang menarik. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apa saja isi pesan dakwah dalam postingan @ahilmanfauzi di akun instagramnya.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan mana yang tidak relevan. Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan dari masalah yang di hadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan di fokuskan pada “ Dakwah Melalui media sosial instagram (analisis isi pesan dakwah pada akun @ahilmanfauzi) yang objek utamanya merupakan Akun instagram @ahilmanfauzi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana isi pesan dakwah dalam akun @ahilmanfauzi di instagram dalam tinjauan analisis isi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dakwah yang disampaikan dalam akun @ahilmanfauzi di Instagram dalam tinjauan analisis isi.

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya dan ini ada dua jenis manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam konteks menggunakan teknologi, terkhusus dalam penggunaan media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan sebagai sumber informasi bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

b. Penelitian ini diharapkan bisa membuka wawasan pembaca dalam menjadikan media sosial sebagai wadah menyebarkan kebaikan, serta meningkatkan kualitas diri.

c. Penelitian ini diharapkan bagi para aktivis dakwah untuk memperkaya aktivitas dakwah sesuai dengan metode dan cara yang efektif.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam kajian kepustakaan penelitian ini akan menjelaskan tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang mengambil tema yang sama dengan pesan dakwah dalam media sosial Instagram. Dalam hal ini peneliti mengambil skripsi sebelumnya sebagai penelitian terdahulu yang relevan:

1. Salsa Fauziah Zein Tahun 2021, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul “Pesan Dakwah Hanan Attaki Dalam Mempersuasi Mad’u Di Instagram @Shiftmedia.ID”.

Permasalahan yang diteliti pada skripsi adalah bagaimana pesan dakwah Hanan Attaki di Instagram @Shiftmedia.ID. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan pendekatan komunikasi persuasif dengan

analisis semiotika. Perbedaan dalam penelitian ini Salsa Fauziah Zein menggunakan metode analisis semiotika sedangkan peneliti menggunakan analisis isi. Persamaan nya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

2. Pradipta Abhiyoga Rahardjo Tahun 2020, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Akun Youtube Taffaqquh Video”.

Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan pesan dakwah yang dibagikan di akun youtube Taffaqquh dan isi pesan dakwah yang paling dominan dari Ustadz Abdul Somad di akun youtube Taffaqquh. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini Pradipta Abhiyoga Rahardjo menggunakan media sosial Youtube sebagai bahan penelitian nya. Sedangkan peneliti menggunakan media sosial Instagram sebagai media penelitian nya. Persamaan nya sama-sama menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif.

3. Chelsea Sivana Sofie Maria Tahun 2020, mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran islam UIN Sunan Ampel Surabayar dengan judul “Pesan Dakwah Akun Twitter NU Garis Lucu (Analisis Semiotik Roland Barthes)”

Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan pesan dakwah pada postingan akun twitter NU Garis Lucu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh data dan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Perbedaan dalam penelitian ini Chelsea Sivana Sofie Maria menggunakan analisis semiotik Roland Barthes untuk mengembangkan dan mencari wawasan yang luas mengenai penelitian. Sedangkan peneliti menggunakan analisis isi untuk mengembangkan penelitian ini. Perbedaan

lainnya juga mengenai media sosial, peneliti terdahulu menggunakan media sosial twitter sedangkan peneliti menggunakan media sosial instagram. Persamaanya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif untuk dapat mendapatkan hasil penelitian.

H. Metode Penelitian

Pada sebuah penelitian dibutuhkan metode agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat atas masalah yang diteliti. Metode Penelitian atau Methodology Research dapat dibedakan pengertiannya dengan penelitian atau research dalam artian umum, dalam pengertian umum metodologi penelitian merupakan suatu ilmu atau studi mengenai sistem.

Ataupun tindakan mengerjakan investigasi sedangkan penelitian merupakan tindakan melakukan investigasi untuk mendapatkan fakta baru, tambahan informasi dan sebagainya yang dapat bersifat mendalam (*indepth research*), beragam akan tetapi tidak lazim sebagaimana biasanya. Dengan perkataan lain, metodologi penelitian merupakan ilmu ataupun studi yang berhubungan dengan penelitian dengan penelitian, sedangkan penelitian menunjukkan kegiatan pelaksanaan penelitian.⁵

Metode merupakan suatu prosedur tata cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Ilmu yang mempelajari tentang metode ilmiah disebut dengan metodologi, metodologi merupakan suatu pekerjaan dalam mempelajari peraturan-peraturan dalam metode tersebut.⁶ Adapun metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini menghasilkan temuan data

⁵Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) hal.7

⁶*Ibid*, hal.12

deskriptif berupa kata-kata, bukan angka.⁷ Menurut I Made Winartha metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, dan situasi dari data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara ataupun pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan.⁸

Berdasarkan judul skripsi penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Reserch*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan *literatur* (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun hasil laporan terdahulu.⁹ Teknik ini dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran teoritis.¹⁰

Dipilihnya penelitian ini adalah penulis mengharapkan bisa mengungkap isi pesan dalam akun instagram @ahilmanfauzi serta dalam mendapatkan respon positif dari khalayak yang mengikuti konten dakwah @ahilmanfauzi untuk mendapatkan pesan-pesan dakwah.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah). Adapun dalam pengumpulan data digunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Teknik Dokumenter disebut juga teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen seperti informasi yang didokumentasikan berupa

⁷Sudarwan denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : pustaka setia, 2002) cet-1 hlm 51

⁸I Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta : ANDI, 2006) hal. 155.

⁹Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008) hal 5.

¹⁰Kartini kartono, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung : ALUMNI,1993) hal 78.

dokumentasi tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis berupa arsip, catatan harian, majalah, autobiografi dan sebagainya. Dalam hal ini buku ilmu dakwah menjadi salah satu buku pendukung dalam penelitian ini serta foto-foto dan vidio dalam akun instagram @ahilmanfauzi. Menurut sugiyono mengemukakan pendapatnya mengenai dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karyaOkarya monumental dari seseorang¹¹

- b. Data online ialah data yang didapat melalui penelusuran internet melalui serching dengan menggunakan jaringan internet untuk mengakses alamat situs-situs tertentu, mengakses *e-book* atau *e-journal* dan sebagainya, data online didapat dengan cara mengunduh atau mengambil berita berupa tulisan yang sesuai dengan penelitian, kemudian disimpan. Dalam hal ini diketahui bahwa *download* merupakan bagian dari data online berupa foto dan vidio dalam akun @ahilmanfauzi.
- c. Observasi adalah metode atau cara-cara dalam menganalisis secara terstruktur mengenai kebiasaan atau tingkah laku dengan melihat dan mengamati obyek secara langsung. Observasi dipakai untuk memahami persoalan-persoalan yang ada disekitar pelaku dan narasumber. Observasi dapat dilakukan di perpustakaan, atau dimanapun peneliti memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian baik melalui buku-buku atau visual yang lain.¹²Dapat dipahami bahwa observasi dari penelitian ini ialah salah satu metode pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara visual. Dengan begitu peneliti melakukan observasi melalui pengamatan data online terhadap unggahan foto-

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17 (Bandung : Alfabeta, 2012) hal. 240

¹²M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra*, (Bandung : ALUMNI, 1998) hal. 78.

foto dan vidio akun Instagram @ahilmanfauzi dengan melihan komentar yang ada dalam setiap unggahan.

3. Objek dan Subjek Penelitian

Objek adalah masalah apa yang akan diteliti atau masalah yang harus dipecahkan melalui penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah isi pesan dakwah yang disampaikan dalam akun instagram @ahilmanfauzi di dalam foto-foto dan vidio yang di upload akun instagram @ahilmanfauzi.

Sedangkan subjek penelitian adalah sesuatu, seperti orang, benda atau lembaga seperti organisasi yang akan diteliti. Dapat dikatakan subjek adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Subjek penelitian ini ialah akun instagram @ahilmanfauzi. Dalam penelitian ini analisisnya berupa materi yang ada dalam unggahan konten dakwah akun instagram @ahilmanfauzi yang berkesinambungan dengan rumusan masalah penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi (content analysis). *Reserch using content analysis focuses on the characteristics of the language as communication with the attention to the content or contextual meaning of the text.*¹³ Maksud dari menganalisis data ialah menyaring dan mengatur serta menjelaskan data yang masuk bertujuan untuk mengerti isi data tersebut.

Selanjutnya mengklasifikasikan data dari 13 vidio dalam *Vitgram* di akun instagram @ahilmanfauzi yang di unggah pada bulan Januari 2021 – juni 2021 yang dipilih secara random sesuai pada rumusan masalah penelitian berdasarkan jumlah *viewers* terbanyak dan yang berisi konten dakwah, kemudian data dianalisis dengan metode analisis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan lebih pada kata-kata atau gambar bukan angka. Analisis data yang sudah

¹³Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method* (Jakarta : Selemba Empat, 2012), hal. 122

dikumpulkan kemudian dipaparkan secara deskriptif dalam bentuk uraian-uraian.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan penelaahan yang jelas dalam membaca skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan secara garis besar sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada bab satu ini menjelaskan tentang penegasan judul, untuk menegaskan judul skripsi pada Dakwah melalui media sosial instagram dan analisis isi pesan dakwah pada akun @ahilmanfauzi. Menjelaskan istilah-istilah penting dalam judul skripsi yang penulis buat agar tidak ada kesalahan atau kekeliruan dalam penulisan. Kemudian menguraikan latar belakang masalah, serta menjelaskan persoalan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Lalu penulis menjelaskan fokus penelitian, kemudian mencantumkan rumusan masalah berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang akan dicari jawabannya dalam pelaksanaan penelitian. Menjabarkan tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Serta mencantumkan penelitian terdahulu yang relevan hal ini untuk penulis mengetahui hal-hal yang sudah diteliti dan belum diteliti agar tidak terjadi plagiarisme. Kemudian menjelaskan metode penelitian atau tindakan dalam meneliti untuk memecahkan masalah yang diteliti. Di sistematika Pembahasan menjelaskan tentang urutan dalam menyelesaikan skripsi ini bagaimana dan seperti apa itu dari bab 1 sampai bab 5 akan dijelaskan pada bagian sistematikan pembahasan ini.

Bab II: Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram

Pada bab dua ini berisi tentang : analisis isi pesan dakwah melalui media sosial instagram, penulis menguraikan isi dari bab dua yaitu sebagai berikut : yang pertama ada Analisis isi, yang kemudian penulis menjabarkan lagi apa itu pengertian analisis isi, prinsip-

prinsip analisis isi, tujuan analisis isi, dan pendekatan analisis isi. Lalu yang kedua itu ada Pesan Dakwah, kemudian penulis menjabarkan lagi apa itu pengertian pesan dakwah, Jenis-jenis pesan dakwah, karakteristik pesan dakwah, unsur-unsur dakwah, media dakwah, metode dakwah, efek dakwah, tujuan dakwah dan bentuk-bentuk dakwah. Selanjutnya yang ke tiga yaitu media sosial, disini penulis menjabarkan lagi apa itu pengertian media sosial, karakteristik media sosial, fungsi media sosial, dan jenis-jenis media sosial. Yang keempat itu ada instagram, penulis menjabarkan lagi apa itu pengertian dari isntagram , fitur-fitur yang ada di instagram dan instagram sebagai media dakwah.

Bab III: Deskripsi Akun @Ahilmanfauzi Dan Judul Video Dakwah Di Instagram

Pada Bab tiga ini berisi tentang : Deskripsi akun @ahilmanfauzi dan judul video dakwah di instagram. Penulis menguraikan objek yang akan diteliti yaitu yang pertama ada paparan data pada akun @ahilmanfauzi yang berisi profil akun instagram @ahilmanfauzi, pendidikan Ustadz Hilman Fauzi, dan prestasi Ustadz Hilman Fauzi Berisi gambaran umum objek yang akan diteliti, penyajian fakta dan data penelitian. Pembahasan berikutnya ada judul video dakwah di akun instagram @ahilmanfauzi.

Bab IV: Analisis Pesan Dakwah Pada Akun @Ahilmanfauzi Di Media Sosial Instagram

Pada Bab ini menjelaskan tentang berbagai macam hasil analisis pesan dakwah yang terkandung dalam Akun instagram @ahilmanfauzi. Seperti adanya pesan dakwah aqidah, pesan dakwah akhlak, pesan dakwah syariah dan pesan dakwah muamalah.

Bab V: Kesimpulan Dan Saran

PadaBab ini berisi kesimpulan dan saran, kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

BAB II

ANALISIS ISI PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Gorys Keraf mengemukakan bahwa analisis adalah sebuah proses untuk memecahkan sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lainnya. Sedangkan menurut Komarrudin mengatakan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda dari setiap komponen, hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang terpadu. Tetapi menurut Robert J. Schreiter mengatakan analisa merupakan membaca teks, dengan menempatkan tanda-tanda dalam interaksi yang dinamis dan pesan yang disampaikan.¹⁴

Analisis isi memiliki teknik yang memungkinkan seseorang dapat menguraikan dan memahami perilaku manusia secara tidak langsung, dengan menganalisis komunikasi antara satu manusia dan manusia lainnya, dalam berbagai genre dan ragam bahasa yang digunakan, misalnya melalui buku pelajaran sekolah, berita media massa, novel, cerpen, drama, majalah, artikel, buku petunjuk, lagu, pidato kampanye, iklan, gambar.¹⁵

Isi dari semua bentuk atau tipe atau jenis komunikasi itu dapat dianalisis karena keyakinan, sikap, nilai, dan pandangan seseorang atau kelompok orang biasanya terungkap dalam tindak komunikasi. Analisis isi kualitatif memiliki kecenderungan memaparkan isi media dilihat dari konteks dan proses dari dokumen-dokumen sumber sehingga hasil yang diperoleh lebih mendalam dan rinci mengenai isi media serta mampu menjelaskan keterkaitan

¹⁴ Adzikra Ibrahim, *Pengertian Analisa Menurut Ahli*, 2021, <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-analisa-menurut-ahli>

¹⁵ Sumarno "analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra". *Jurnal elsa*, Vol. 18 No. 2 (September 2020) h. 37

isi media dengan konteks realitas sosial yang terjadi. Hal itu dikarenakan paradigma kajian analisis isi kualitatif memandang pesan. media sebagai himpunan lambang atau simbol yang merepresentasikan budaya tertentu dalam lingkup kehidupan masyarakat.

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi. Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak ataupun elektronik. Di luar itu, analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antarpribadi, kelompok, ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.¹⁶

Analisis juga mempelajari dan menarik kesimpulan atau suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Pada titik inilah, analisis isi kemudian dipakai oleh ilmu lain. Karena banyak bidang studi yang memanfaatkan dan menggunakan dokumen sebagai bahan penelitian. Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek yaitu :

- a. Analisis isi ditempatkan sebagai metode utama
- b. Analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Peneliti menggunakan banyak metode (survey, eksperimen) dan analisis isi menjadi salah satu metode.
- c. Analisis isi dipakai sebagai bahan perbandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain dan menggunakan analisis isi untuk mengecek apakah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti sah atau tidak dalam hal ini didukung oleh temuan dalam analisis isi.

Analisis isi tidak hanya bisa digunakan untuk melihat gambaran suatu pesan. Analisis isi juga bisa di gunakan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan.

¹⁶ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : KENCANA, 2011) h.10

2. Prinsip-Prinsip Analisis Isi

Menurut Wimmer dan Dominick dalam Subiako prinsip-prinsip analisis isi adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Prinsip sistematis, yaitu penggunaan prosedur yang sama pada seluruh pesan yang dianalisis. Jadi, tidak diperkenankan hanya menganalisis pesan sesuai dengan minat dan perhatian peneliti, tetapi harus pada semua pesan yang sudah ditentukan dalam populasi dan pemilihan sampel. Jadi, analisis isi tidak sama dengan observasi biasa terhadap isi/pesan.
- b. Prinsip objektif, maksudnya ialah bahwa hasil bergantung pada prosedur penelitian, bukan pada peneliti. Salah satunya dengan ketajaman instrumen dan penetapan katagori sehingga orang lain dapat menggunakannya, dengan simpulan yang relatif sama, dengan pesan/isi, sarana, dan prosedur yang sama meskipun berbeda penelitian.
- c. Prinsip kuantitatif dilakukan dengan pencatatan nilai bilangan atau kekerapan yang menggambarkan beraneka isi pesan yang didefinisikan. Akan tetapi, prinsip ini juga berarti penerapan *hypothetico deductive method*. Penelitian diawali dengan adanya masalah, kajian teori, perumusan hipotesis, dan diakhiri dengan pembuktian/uji empiris.
- d. Prinsip faktual, yaitu bahwa kajian dan pembahasan terbatas pada isi pesan yang tampak/tersurat, bukan persepsi dan perasaan peneliti. **Persoalan simpulan analisis menunjukkan adanya sesuatu yang tersirat dibalik yang tersurat hal itu tidak menjadi persoalan sepanjang semua kegiatan analisis dan pembahasan didasarkan pada isi yang tersurat**

¹⁷ Sumarno “analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra”.
Jurnal elsa, Vol. 18 No. 2 (September 2020) h. 38

3. Tujuan Analisis Isi

Tahapan awal dalam menyusun desain riset ialah menentukan dengan jelas tujuan analisis isi. Hanya dengan tujuan yang jelas, maka desain riset juga dapat dirumuskan dengan jelas pula. Tujuan analisis isi sebagai berikut¹⁸:

a. Menggambarkan karakteristik pesan (Describing the Characteristics of Message)

Analisis ini banyak dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan. Dalam bahasa holsti, analisis isi di sini dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan “*what*” berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, trend an perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan “*to whom*” dipakai untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. Sementara pertanyaan “*how*” terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan (misalnya, teknik persuasi).

Analisis isi menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan. Ada analisis isi yang hanya menggambarkan pesan (teks). Tetapi ada juga analisis isi yang di desain untuk melakukan perbandingan, misalnya perbandingan antarwaktu, antarkomunikator yang berbeda, dan antarkhalayak yang berbeda. Paling tidak ada empat desain analisis isi yang umumnya dipakai untuk menggambarkan karakteristik pesan, yaitu :

- 1) Analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. Analisis isi ini dipakai untuk menggambarkan kecenderungan (tren) dari suatu pesan komunikasi.
- 2) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. Situasi di sini dapat berupa konteks yang berbeda budaya, sosial, dan politik. Desain analisis isi memasukkan

¹⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : KENCANA, 2011) h. 32

pesan dari sumber yang sama, tetapi dalam konteks situasi yang berbeda.

- 3) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak di sini merujuk pada pembaca, pendengar atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik berbeda. Desain analisis isi memasukkan pesan dari sumber yang sama tetapi untuk pemirsa yang berbeda.
 - 4) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda. Umumnya, penelitian ini ingin melihat kasus yang sama dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi (content) yang berbeda dari kasus yang sama. Dari empat desain untuk menggambarkan karakteristik pesan di atas, desain penelitian ini yang mungkin paling banyak dipakai.
- b. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (Inferences about the Causes of Communication)

Analisis isi tidak hanya dapat dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Yang menjadi fokus analisis isi di sini tidak deskripsi dari pesan, tetapi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.

4. Pendekatan Analisis isi

Aspek lain yang juga penting dalam menyusun desain penelitian adalah pendekatana analisis isi. Apakah analisis isi ditunjukkan untuk menjawab hipotesis? Apakah analisis isi dimaksudkan untuk deskripsi ataukah lebih jauh ingin menguji hubungan di antara variabel? Apakah peneliti menginginkan untuk melihat hubungan di antara variabel ataukah untuk menguji hubungan sebab akibat (satu variabel menyebabkan variabel lainnya) pertanyaan ini haruslah dijawab sebelum kita menyusun sebuah desain riset. Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Desain analisis isi tidak dapat dibuat tanpa adanya tujuan penelitian yang

dirumuskan secara jelas. Dilihat dari pendekatan dalam analisis isi, dapat dibagi ke dalam tiga bagian besar, yakni ¹⁹:

a. Deskriptif

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

b. Eksplanatif

Analisis isi eksplanatif adalah analisis isi yang di dalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Analisis isi ini juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Analisis tidak hanya sebatas menggambarkan secara deskriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan antara pesan ini dan variabel lain.

Analisis isi eksplanatif dapat dibagi ke dalam dua kelompok. Pertama, menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan hubungan di antara variabel. Alat ukur dalam analisis isi terdiri atas sejumlah variabel. Peneliti mencoba mencari hubungan di antara variabel yang terdapat di dalam analisis isi. Kedua, menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan perbedaan variabel menurut komunikator, waktu, atau konteks tertentu.

c. Prediktif

Analisis isi berusaha untuk memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Di sini peneliti bukan hanya menggunakan variabel lain di luar analisis isi, tetapi juga harus menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian (analisis isi dan metode lain) itu dihubungkan dan di cari keterkaitannya.

¹⁹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : KENCANA, 2011) h.45

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah isi atau informasi yang disampaikan oleh seseorang (komunikator) kepada komunikan yang bertujuan untuk memberikan informasi. Pesan dapat disampaikan secara lisan maupun tulisan. Selain itu, dapat pula berupa gambar, warna, lambang-lambang, dapat juga dilakukan dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal, tetapi harus dapat dipahami oleh kedua belah pihak, baik pengirim maupun penerima pesan.²⁰

Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab “da’wah”. Dakwah mempunyai tiga huruf asal yaitu “*dal, ’ain, dan wawu*” artinya mengajak, menyeru, memanggil. Ahmad Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya memanggil, mengundang, mengajak, menyebabkan, mendatangkan menyeru, mendorong, mendoakan, menanggapi, dan meratapi.²¹

Mengenai definisi dakwah sudah banyak sekali para ahli jelaskan, meski berbeda bahasa namun maksud dan tujuan tetap sama. Banyak ahli tafsir mendefinisikan dakwah dengan berbagai arti. Diantaranya para ahli tersebut adalah²² :

- a. Abu Bakar Zakaria mengatakan bahwa Dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.
- b. M.Arifin, mengatakan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian,

²⁰ Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Andi, 2017) h. 8

²¹ Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h.5

²² *Ibid* h.9

kesadaran, sikap, penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama, *message* yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.

- c. Jamaluddin Kafie, Dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, kelompok, atau segolongan umat islam sebagai aktualisasi *imaniyah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang disampaikan dengan ikhlas dengan menggunakan metode, sistem, dan bentuk tertentu, agar mampu menyentuh kalbu dan *fitrah* seseorang, sekeluarga, sekelompok, massa dan masyarakat manusia, supaya dapat memengaruhi tingkah laku untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- d. Asep Muhiddin, Dakwah adalah upaya memperkenalkan islam yang merupakan satu-satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.²³

Dakwah dari segi bahasa dan definisi para ahli sebagaimana yang telah disebutkan di atas memiliki pandangan dengan berbagai istilah-istilah yang antara lain : *tablig, khutbah, nashahah, tabsyir wa tandzir, washiyyah, amar makruf nahi mungkar, dan tarbiyah wa ta'alim*.²⁴ Masing-masing istilah ini berasal dari bahasa Arab yang telah menjadi istilah agama Islam dan sebagian telah populer di kalangan masyarakat muslim. Orang yang berdakwah biasa disebut dengan Da'i sedangkan orang yang penerima pesan dakwah adalah Mad'u.

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah bergantung pada tujuan dakwah yang ingin dicapai. Setiap umat muslim wajib berdakwah baik itu secara perorangan maupun berdakwah di khalayak ramai. Jadi pesan dakwah adalah isi materi dakwah yang di sampaikan Da'i kepada Mad'u yang sumber materinya dari agama islam.

²³ *Ibid*, h. 10

²⁴ *Ibid*, h. 17

2. Karakteristik Pesan Dakwah

Pesan dakwah terdiri dari ajaran islam yang disampaikan oleh Rasulullah SAW kepada umatnya, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadis. Untuk memahami kedua sumber pesan dakwah tersebut, dibutuhkan pengetahuan yang mendalam tentang metodologinya, antara lain : usul fiqih, ilmu tafsir, dan ilmu Hadis. Pengetahuan metodologi ini penting bagi pendakwah agar tidak terjadi penyimpangan atau kekeliruan dalam menggali pesan dakwah. Dengan demikian karakteristik pesan dakwah adalah sebagai berikut ²⁵:

- a. Orisinalitas merupakan pesan dakwah islam yang benar-benar berasal dari Allah Swt telah menurunkan wahyu melalui malaikat jibril kepada Nabi Muhammad Saw, selanjutnya Nabi Saw mendakwahkan wahyu tersebut untuk membimbing manusia ke jalan yang benar.
- b. Rasionalitas, dakwah mengajarkan rasionalitas ajaran islam. Salah buktinya adalah ajaran keseimbangan (al-mizan) keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah di antara dua kecenderungan. Dua kecenderungan yang saling bertolak belakang pasti terjadi dalam kehidupan manusia.
- c. Universal yaitu mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia beradab. Ajaran islam mengatur hal-hal yang paling kecil dalam kehidupan manusia hingga hal yang paling besar.
- d. Kemudahan yaitu ajaran islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.

Sebagai perbandingan yang tidak jauh berbeda, Abd al-Karim Zaidan juga mengemukakan lima karakter pesan dakwah yaitu :

- a. Berasal dari Allah Swt (*annahu min 'indillah*)
- b. Mencakup semua bidang kehidupan (*al-syumul*)
- c. Umum untuk semua manusia (*al-umum*)
- d. Ada balasan untuk semua tindakan (*al-jaza'fi al-islam*)

²⁵ Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h.290

- e. Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyyah wa al-waqi'iyah*).

Asep Muhiddin merumuskan lebih banyak karakteristik pesan dakwah sebagai berikut :

- a. Islam sebagai agama fitrah
- b. Islam sebagai agama rasional dan pemikiran
- c. Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan *fiqhiyyah*
- d. Islam sebagai agama argumentative (*Hujjah*) dan demonstratif (*burhan*)
- e. Islam sebagai agama hati (*qalb*), kesadaran (*wijdan*) dan nurani (*dlamir*)
- f. Islam sebagai agama kebebasan (*hurriyyah*) dan kemerdekaan (*istiqlal*).

Pesan dakwah yang memenuhi sejumlah karakteristik di atas dapat semakin meneguhkan keiman seorang muslim. Orang-orang di luar islam pun mengagumi butir-butir ajaran islam walaupun mereka tidak mengimaninya. Mereka juga kagum bagaimana kaum muslimin bersedia berkorban apa saja demi keyakinan itu. Kehebatan agama Allah Swt yang disajikan dalam dakwah tidak akan berpengaruh secara maksimal jika salah dalam memilih metode penyampaiannya. Dengan metode yang tepat sesuatu yang sulit bisa menjadi mudah, lawan bisa menjadi kawan, dan yang semula dirasakan sebagai beban kewajiban berubah menjadi kenikmatan.

3. Sumber-Sumber Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah message yaitu symbol-simbol. Dalam literature berbahasa arab, pesan dakwah disebut *maudlu al-da'wah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang ucapkan pembicara itulah pesan

dakwahnya. Jika yang dilakukan melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Pada prinsipnya pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan Hadits tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan Hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan hadits)

a. Ayat-Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah Swt kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam Al-Qur'an. Untuk melihat kandungan Al-Qur'an kita bisa menelaah antara lain kandungan surat *Al-Faatihah* yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan Al-Qur'an. Dalam surat *Al-Faatihah* terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran islam. Dalam mengutip ayat Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan :

- 1) Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar. Kekuargan satu huruf saja atau kesahan tanda baca (syakl) dapa mengubah makna ayat Al-Qur'an. Begitu pula, pengucapan yang tidak sesuai dengan pendoman pengucapannya (*tajwid*) akan dapat merusak maknanya. Dari sini, pendakwah wajib belajar Ilmu Tajwid.
- 2) Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya disertai terjemahannya. Hal ini dimaksudkan agar mitra dakwah dapat memahami ayat Al-Qur'an. Tidak semua mengerti bahasa arab apalagi bahasa Al-Qur'an. Bagi pendakwah yang mampu

menerjemahkan dengan baik, ia lebih baik menggunakan terjemahnya. Jika ia tidak mampu, maka ia harus memilih terjemahan dari sumber yang terpercaya serta menulis atau mengatakan sumber tersebut

- 3) Antara ayat dikemukakan dengan topic dakwah harus sesuai dan relevan. Tingkat relevansi terletak pada arah dan maksud ayat. Yang terbaik memahami ayat adalah dengan melihat hasil terjemahan serta petunjuk ayat sebelum dan sesudahnya.
- 4) Sebelum membaca ayat Al-Qur'an pendakwah hendaknya membaca *ta'awwudh* dan *basmalah*.

b. Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadis. Pendakwah hanya perlu cara mendapatkan hadis yang sahih serta memahami kandungannya. Jumlah hadis Nabi SAW yang termaksud dalam beberapa kitab hadis sangat banyak. Terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Pendakwah cukup membuat klasifikasi hadis berdasarkan kualitas dan temanya.²⁶

Dalam mengutip Hadis Nabi SAW ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah :

- 1) Penulisan atau pengucapan hadis harus benar. Kesalahannya dapat menimbulkan perubahan makna. Namun kesalahan ini tidak lebih berta dibanding dengan kesalahan penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an.
- 2) Penulisan atau pengucapan matan hadis sebaiknya disertai terjemahannya, agar pengertian dapat dipahami oleh mitra dakwah
- 3) Nama Nabi SAW atau Rasulullah Saw serta nama perawi sahabat dan perawi penulis kitab hadis harus disebutkan.
- 4) Pendakwah harus memprioritaskan hadis yang lebih tinggi kualitasnya.

²⁶ Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h.274

c. Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa Nabi SAW, pernah bertemu Nabi SAW dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Di antara para sahabat Nabi SAW ada yang termasuk sahabat senior (*Kibar al-shahabah*) dan sahabat junior (*syighar al-shahabah*). Sahabat senior diukur dari waktu masuk islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW. Hampir semua perkataan sahabat dalam kitab-kitab hadis berasal dari sahabat senior. Sama dengan kutipan-kutipan sebelumnya, dalam mengutip pendapat sahabat juga harus mengikuti etika sebagai berikut :

- 1) Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis
- 2) Menyebutkan nama sahabat yang dikutip
- 3) Menyebut sumber rujukan
- 4) Membaca doa dengan kata *radliyallahu anhu (anha)* atau menulis dengan singkatan r.a dibelakang nama sahabat

d. Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Pendapat para ulama dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-Muttaafaq'alah*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhatalaf fih*). Adapun etika mengutip pendapat ulama sebagai berikut :

- 1) Tidak bertentangan dengan AL-Qur'an dan Hadis
- 2) Menyebut nama ulama yang dikutip
- 3) Menguasai argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (*Taqlid*)
- 4) Memilih pendapat ulama yang tertulis daripada pendapat yang didapatkan dari komunikasi lisan
- 5) Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat.

e. Hasil Penelitian Ilmiah

Sifat dari hasil penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif karena nilai kebenarannya dapat berubah. Reflektif karena ia mencerminkan realitasnya. Hasil penelitian bisa berubah oleh penelitian berikutnya atau penelitian dalam medan yang berbeda. Oleh karenanya, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika sebagai berikut :

- 1) Menyebut nama penelitinya, atau lembaga bila melibatkan suatu lembaga.
- 2) Menyebutkan objek penelitian yang sesuai dengan topik dakwah
- 3) Disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas
- 4) Disampaikan kepada mitra dakwah yang memahami fungsi penelitian
- 5) Disampaikan untuk menguatkan pesan dakwah

f. Kisah Dan Pengalaman Teladan

Ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan, kita mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, kita mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan. Salah satu diantaranya adalah menceritakan pengalaman seseorang atau pribadi yang terkait topik. Ketika menceritakan pengalaman apalagi yang menyangkut keteladanaan, pendakwah harus berhati-hati.²⁷

g. Berita Dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa tentang suatu kejadian. Peristiwa lebih ditonjolkan dari pada pelakunya. Berita (*kalam khabar*) menurut istilah *ilmu al-balaghah* dapat benar atau dusta. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah. Dalam Al-Qur'an berita sring

²⁷ Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h. 278

disebut dengan kata al-naba yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti dan membawa manfaat yang benar.

Dalam menjadikan berita sebagai penunjang pesan dakwah, terdapat beberapa etika yang harus diperhatikan :

- 1) Melakukan pengecekan berkali-kali sampai diyakini kebenaran berita tersebut.
- 2) Dampak dari suatu berita juga harus dikaji
- 3) Sifat berita adalah datar, hanya memberitahukan (*to Inform*)
- 4) Berita yang disajikan harus mengandung hikmah

h. Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa : syair, puisi, pantun, nasyid, atau lagu, dan sebagainya. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Hampir setiap karya sastra memuat pesan-pesan bijak. Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijakan. Keindahannya menyentuh perasaan, sementara kebijakannya menggugah hati dan pikiran.

Karya sastra yang dijadikan pesan dakwah harus berlandaskan etika sebagai berikut :

- 1) Isinya mengandung hikmah yang mengajak kepada islam atau mendorong berbuat kebaikan
- 2) Dibentuk dengan kalimat yang indah
- 3) Ketika pendakwah mengungkapkan suatu sastra secara lisan, kedalaman perasaan harus menyertainya, agar sisi keindahannya dapat dirasakan.
- 4) Jika diiringi musik, maka penyampaian pesan karya sastra tidak dengan alat musik yang berlebihan.

i. Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Jenis pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapa pun. Jadi bersifat subjektif. Bagi

pencinta karya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berfikir tentang Allah SWT dan makhluknya, lebih dari pada ketika hanya mendengar ceramah agama.

Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan, yaitu :

- 1) Diupayakan sedemikian rupa agar karya seni tidak ditafsirkan secara salah oleh mitra dakwah
- 2) Menurut ulama yang berpaham tekstualis (memahami ayat atau hadis sesuai dengan teksnya) , tidak dibenarkan karya seni dengan objek makhluk hidup
- 3) Karya seni tidak bernuansa pornografi, menghina simbol-simbol agama, melecehkan orang lain, atau menimbulkan dampak-dampak negatif lainnya baik langsung maupun tidak langsung.
- 4)

4. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur- unsur dakwah harus ada dalam proses kegiatan dakwah. Jika unsur-unsur itu tidak terpenuhi maka kegiatan berdakwah akan mengalami hambatan bahkan kegagalan. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Dalam ilmu dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang menjadi kesuksesan bagi para pendakwah :

a. Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah atau ajaran Agama Islam yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Da'i biasa disebut sebagai *mubaligh* (orang yang menyampaikan agama Islam). Subjek dakwah merupakan unsur terpenting dalam pelaksanaan dakwah. Keberhasilan dan kesuksesan seorang da'i di lihat dari kepribadian da'i itu sendiri. Berdakwah bisa melalui tulisan, lisan, perbuatan, maka penulis keislaman, penceramah Islam, mubaligh, guru mengaji, pengelola panti asuhan Islam dan sejenisnya termasuk pendakwah.

Dari segi keahlian yang dimiliki, Toto Tasmaman menyebutkan juga dua macam pendakwah:

- 1) Secara umum adalah setiap muslim yang *mukallaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat tak terpisahkan

pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah rasulullah untuk menyampaikan islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.

- 2) Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (*mutakhashish*) di bidang agama islam, yaitu ulama dan sebagainya.

Apabila seorang da'i memiliki kepribadian yang baik, maka dakwah yang disampaikan akan diterima dengan baik. Begitu pula dengan seorang da'i yang memiliki kemampuan tapi tidak memiliki kepribadian yang baik, maka dakwahnya sulit diterima oleh masyarakat. Kepribadian dan akhlak seorang da'i merupakan penentu keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah.

Abd al-Karim Zaydan juga menghendaki kesempurnaan seorang pendakwah. Ia menuntut pendakwah agar memiliki pemahaman islam yang mendalam, iman yang kukuh, dan hubungan yang kuat dengan Allah Swt. Secara terperinci al-Buyanuni memberikan persyaratan pendakwah sebagai berikut :²⁸

- 1) Memiliki keyakinan yang mendalam terhadap apa yang akan didakwahkan
- 2) Menjalin hubungan yang erat dengan mitra dakwah
- 3) Memiliki pengetahuan dan wawasan tentang apa yang didakwahkan
- 4) Ilmunya sesuai dengan perbuatannya dan konsisten (istiqomah) dalam pelaksanaannya
- 5) Memiliki kepekaan yang tajam
- 6) Bijak dalam mengambil metode
- 7) Perilaku terpuji
- 8) Berbaik sangka dengan umat islam
- 9) Menutupi cela orang lain
- 10) Berbaur dengan masyarakat jika dipandang baik untuk dakwah menjauh jika justru tidak menguntungkan
- 11) Saling membangun, saling bermusyawarah dan saling menasehati dengan sesama pendakwah

²⁸ Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004) h.188

b. Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah orang yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang Da'i, baik individu maupun kelompok, baik mad'u itu dekat atau jauh, muslim atau non muslim, laki-laki atau perempuan. Seorang Da'i akan menjadikan mad'u sebagai objek bagi transformasi keilmuan yang dimilikinya. Mad'u bagi seorang Da'i merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam sistem dakwah. Sebagian besar para ilmuwan dakwah mengkategorikan konsep mad'u sebagai objek dakwah. Objek dakwah ini meliputi masyarakat yang dilihat dari berbagai segi yaitu²⁹:

- 1) Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari berbagai segi sosiologis berupa masyarakat terasing pedesaan, kota besar, dan kecil serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
- 2) Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari sudut struktur kelembagaan berupa masyarakat, pemerintahan dan keluarga.
- 3) Sasaran yang berupa kelompok yang dilihat dari segi sosial cultural berupa golongan priyayi, abangan, santri. Klasifikasi terletak dalam masyarakat jawa.
- 4) Sasaran yang dilihat dari segi tingkat usia, berupa golongan anak-anak, remaja, dan orang tua.
- 5) Sasaran yang berhubungan dengan profesi atau pekerjaan.
- 6) Sasaran yang menyangkut masyarakat dilihat dari segi tingkat hidup sosial ekonomi.
- 7) Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat yang dilihat dari jenis kelamin.
- 8) Sasaran yang berhubungan dengan golongan yang dilihat dari segi khusus, golongan masyarakat tuna susila, tuna wisma, dan narapidana.

²⁹ Asna Istya Marwantika, Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia, *Jurnal al-Adabiya*. Vol. 14 No. 01, 2019, h. 3.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang luas tentang materi dakwah. Da'i harus mampu memilih materi dakwah, sesuai dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Materi yang akan disampaikan da'i kepada mad'u harus dilihat sesuai situasi dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Secara umum, materi dakwah diklasifikasikan menjadi empat pokok yaitu :

1) Aqidah (keimanan)

Dalam bahasa arab akidah berasal dari kata *al-aqdu* yang berarti ikatan, *at-tautsiiqu* yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang kuat, *al-ihkaamu* yang artinya mengokohkan atau menetapkan dan *ar-rabthu biquw-wah* yang berarti mengikat dengan kuat. Sedangkan menurut istilah akidah adalah iman yang teguh dan pasti, yang tidak ada keraguan sedikit pun bagi orang yang meyakininya.

Meyakini sepenuh hati maksudnya kebenaran islam harus mengakar dan menancap kuat dalam hati sanubari kita, mendarah daging. Tidak boleh ada kebimbangan dan keraguan sedikitpun tentang kebenaran islam (keesaan Allah Swt, kerasulan Muhammad Saw). Orang yang percaya bahwa yang menciptakan langit dan bumi adalah Allah Swt, namun dia tidak mau menerima hukum allah, enggan melaksanakan perintah dan menjauhi larangan-Nya maka sebenarnya dia masih digolongkan kafir.

Selanjutnya hal-hal yang harus kita yakini oleh para ulama dikelompokkan dalam rukun iman. Sebagian ulama mendefinisikan akidah sama dengan iman, yakni iman kepada Allah, para Malaikatnya, Kitab-kitabnya, para rasulnya, hari akhir, serta beriman kepada takdir yang baik maupun takdir yang buruk.³⁰

Selain istilah akidah, para ulama menyebutkan dengan beberapa istilah yang lain, diantaranya sebagai berikut :

³⁰ H. A. Zabri, *Pokok-Pokok akidah yang benar* (Yogyakarta : Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2019) h. 3

- a. Tauhid (mengesakan Allah) sebagian ulama menamakan akidah ini dengan istilah tauhid sebab pembahasan yang paling pokok atau tema besar dalam akidah adalah persoalan tauhid.
- b. Ushuluddin (pokok-pokok agama) istilah akidah kadang-kadang dinamakan ushuluddin sebab masalah keyakinan dalam ajaran islam menempati kedudukan yang paling dasar atau prinsip dan menjadi fondasi semua amal
- c. Al-Fiqh al-akbar (pemahaman yang agung) imam Abu Hanifah menyebut akidah dengan istilah fikih akbar. Penggunaan istilah ini didasarkan pada pemahaman beliau terhadap perintah untuk *ber-tafaqquh fiddin* (memperdalam ilmu agama) dalam *tafaqquh fiddin* tentu bukan hanya persoalan akidah tetapi juga ibadah dan muamalah.
- d. Iman (kepercayaan) ada sebagian ulama yang mendefinisikan akidah dengan iman karena kepercayaan itulah yang terikat dalam hati.

Adapun ruang lingkup akidah islamaiah itu adalah :

- a. Ilahiyat yaitu sesuatu yang berhubungan dengan ketuhanan
- b. Nubuwwat yaitu sesuatu yang berhubungan dengan nabi dan rasul, kitab suci, mukjizat dsb.
- c. Ruhaniyat yaitu sesuatu yang berhubungan dengan alam metafisika, malaikat, jin, ruh.
- d. Sam'iyat yaitu sesuatu yang tidak masuk ketiga kelompok di atas, namun hanya diketahui dari sami (dalil *naqli*) seperti : barzah, alam kubur, akhirat, takdir.

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Aspek aqidah adalah yang akan membentuk akhlak (moral) manusia.³¹ Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik

³¹ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 24

(menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Ciri-ciri yang membedakan akidah dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- a. Keterbukaan melalui persaksian (syahadat). Seorang muslim harus selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- b. Memiliki pandangan yang luas menyakini bahwa Allah adalah pencipta semesta alam dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan asal usul manusia.
- c. Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Orang yang memiliki iman yang benar (hakiki) akan cenderung untuk berbuat baik dan akan menjauhi perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk. Iman inilah yang berkaitan dengan dakwah Islam dimana amar ma'ruf nahi munkar dikembangkan yang kemudian menjadi tujuan utama dari suatu proses dakwah.

2) Syariah

Syariah berasal dari kata syara'a. kata ini menurut ar-Rizi dalam bukunya Mukhtar-us Shihab bisa berarti nahaja (menempuh), awdhaha (menjelaskan) dan bayyan-al masalik (menunjukkan jalan), sedangkan menurut Al-Jurjani syariah bisa juga disebut mazhab dan jalan yang lurus. Secara bahasa, syariah artinya peraturan atau undang-undang. Sedangkan secara istilah, syariah adalah hukum-hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk mengatur manusia baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, dengan sesama manusia, dengan alam semesta dan dengan makhluk ciptaan lainnya.

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam berbagai penjuru dunia dan sekaligus merupakan hal yang patut di banggakan. Kelebihan dari materi syariah ini adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. Syariah ini bersifat universal yang menjelaskan

hak-hak umat muslim dan nonmuslim bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.³² Bidang syariah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian yang cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan, sehingga umat tidak perpelekok ke dalam kejelekan, sementara yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan.

Materi dakwah yang menyajikan unsur syariah harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, *mubah* (dibolehkan), dianjurkan (*mandub*), *makruh* (diajarkan supaya tidak dilakukan) dan *haram* (dilarang).

Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsi nya dari pada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial dari pada aspek kehidupan ritual. Ibadah dalam muamalah diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah Swt.³³

Muamalah dalam arti luas ialah al-Qununul Khas (Hukum Perdata), Waratsah (Hukum Niaga), Munakahat (Hukum Nikah), dan lain sebagainya. Kemudian al-Qununul'am (Hukum Publik) antara lain, Hinayah (Hukum Publik), Khalafah (Hukum Negara), Jihad (Hukum Perang dan Damai, dan lain sebagainya).

3) Akhlak

Secara umum, akhlak mencakup segala pengertian tentang tingkah laku, perangai, dan karakter manusia yang baik maupun yang buruk dalam hubungannya dengan sang pencipta maupun dengan sesama makhluk ciptaanya.

Akhlak berasal dari bahasa Arab yaitu *Khuluqun* yang dapat diartikan sebagai budi pekerti, perangai, maupun tingkah laku. Secara terminologi akhlak adalah suatu keinginan yang ada

³² Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 26

³³ *Ibid.* h.28

di dalam jiwa yang akan dilakukan dengan perbuatan tanpa melibatkan akal dan pikiran. Atau dengan kata lain, akhlak adalah sifat yang melekat dalam jiwa seseorang yang menjadikan seseorang itu dengan mudah melakukan sesuatu tanpa banyak pertimbangan.³⁴

Menurut sebagian ulama, akhlak adalah suatu sifat yang tertanam di dalam jiwa seseorang dan sifat tersebut akan muncul pada seseorang tersebut ketika melakukan sesuatu hal tanpa merasa kesulitan karena sudah menjadi kebiasaannya. Dari penjelasan di atas, secara substansial, definisi akhlak tampak saling melengkapi yang dapat dilihat dari ciri-ciri berikut ini :

- a. Akhlak adalah perbuatan yang telah tertanam dalam jiwa seseorang sehingga menjadi suatu kepribadian
- b. Akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan mudah dan tanpa pemikiran. Hal ini bisa diartikan bahwa saat melakukan sesuatu perbuatan seseorang dalam keadaan tidak sadar, hilang ingatan, maupun tidur.
- c. Akhlak adalah perbuatan yang timbul dari dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan atau tekanan dari luar. Perbuatan ini dilakukan atas dasar kemauan, pilihan dan keputusan orang tersebut.
- d. Akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan ikhlas dan sungguh-sungguh, bukan main-main atau bersandiwara.

Kesimpulan yang dapat kita ambil mengenai pengertian akhlak yaitu bahwa akhlak adalah segala perbuatan manusia yang dapat dinilai baik maupun buruk. Materi akhlak dalam islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus di penuhi, karena semua manusia harus mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya, maka islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan bukan siksaan.

Secara garis besar, akhlak dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

³⁴ Retno Widiyastuti, *Kebaikan Akhlak dan Budi Pekerti* (Semarang : ALPRIN, 2010) h. 2

a. Akhlak terhadap diri sendiri

Sebelum kita terjun ke dunia masyarakat, kita haruslah mempunyai bekal akhlak atau perilaku yang baik terhadap diri sendiri. Akhlak terhadap diri sendiri adalah pemenuhan kewajiban seseorang terhadap dirinya sendiri, baik yang menyangkut kebutuhan jasmani maupun rohani, adapun akhlak atau perilaku terpuji antara lain : jujur, percaya diri, ramah dan sopan, bekerja keras dan disiplin, dan ikhlas.

b. Akhlak terhadap keluarga

Keluarga adalah sekelompok orang yang memiliki hubungan darah sebagai hasil dari adanya ikatan perkawinan. Akhlak dalam keluarga akan ditentukan oleh akhlak dari para anggota keluarga atau orang-orang yang ada di keluarga itu, misalnya akhlak suami terhadap istri begitupun sebaliknya. Apabila masing-masing anggota keluarga mempunyai akhlak yang baik, maka kebahagiaan dalam sebuah keluarga akan tercapai.

c. Akhlak terhadap lingkungan

Lingkungan dalam hal ini masyarakat, merupakan kumpulan dari unit-unit keluarga yang hidup berdampingan satu dengan yang lain. Keluarga ini berasal dari berbagai macam latar belakang, baik pendidikan, agama, sosial, ekonomi, adat istiadat dan sebagainya.

Akhlak yang baik atau mulia akan membedakan antara manusia dengan makhluk lain, serta akan mengangkat manusia ke derajat yang tinggi dan mulia, sedangkan akhlak yang buruk akan meminasakan seseorang dan juga akan membinasakan umat manusia secara keseluruhan.

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam berdakwah membutuhkan media, jika media dakwah digunakan secara tepat maka akan menghasilkan dakwah yang efektif. Dalam era modern saat ini media sangat dibutuhkan untuk membatu

keberhasilan dalam pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Hamzah Yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu³⁵ :

- 1) Lisan
Lisan adalah media yang paling mudah dengan menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan lisan dapat berupa pidato, ceramah, penyampaian materi kuliah, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan
Dalam berdakwah bisa melalui dengan tulisan seperti, buku majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.
- 3) Lukisan
Selain tulisan, media dakwah juga bisa lewat lukisan, seperti karikatur, gambar poster, dan sebagainya.
- 4) Audio Visual
Media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan, seperti, televisi, internet bisa berupa youtube, instagram dan sebagainya.
- 5) Akhlak
Media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.

e. Bentuk-Bentuk Dakwah

Aktivitas dakwah yang merupakan operasionalisasi dari dakwah yang dilakukan para pelaku dakwah dapat diklasifikasikan dalam 3 kategori yaitu:

- 1) Dakwah Bil Lisan
Dakwah Bil Lisan adalah penyampain pesan dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lainnya. Metode ini sering dilakukan para da'i atau aktivis dakwah, seperti halnya ceramah di majelis

³⁵ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 32./

taklim, khutbah jum'at di masjid atau mengisi acara pengajian.

2) Dakwah Bil Qalam

Dakwah Bil Qalam ialah dakwah melalui tulisan yang dilaksanakan dengan seorang ahli dalam menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun di media sosial. Dakwah Bil Qalam ini memiliki jangkauan yang sangat luas karna siapapun dapat menerima pesan dakwah. Pelaksanaan dakwah bil qalam tidak memerlukan waktu khusus, karna bisa kapanpun, dimanapun menyampaikan pesan dakwah. Hal ini sangat efektif dimana sasaran dakwah (mad'u) banyak menggunakan media sosial dan berkumpul di media sosial. Sehingga dakwah lebih mudah disampaikan melalui media sosial di zaman modern saat ini.

3) Dakwah Bil Hal

Dakwah Bil Hal ialah dakwah yang dilakukan dengan perbuatan nyata, maksudnya dimana kegiatan dakwah dilalui melalui tindakan keiatan amal nyata. Misalnya dalam membangun masjid, tempat pembelajaran Al Qur'an , membatu korban bencana alam, dan hal lainnya. Dakwah bil hal merupakan usaha merintis dan mempraktekan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah dalam bentuk ini dapat dilakukan oleh setiap orang di manapun berada dengan profesi apapun.

f. Efek Dakwah

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah di lakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, *wahilah*, dan *thariqoh* tertentu, maka akan timbul respon efek (*atsar*) pada mad'u (penerima pesan dakwah). *Atsar* (efek) sering disebut juga dengan *feedback* dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak yang menjadi perhatian para da'i.³⁶

³⁶ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 34

Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal atsar sangat besar artinya dalam penentuan dakwah-dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* (efek) dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya dengan menganalisis *atsar* (efek) dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk kemudian diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya.

Demikian juga strategi dakwah termasuk didalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dan ditingkatkan. Evaluasi dan koreksi terhadap atsar dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif artinya tidak secara parsial atau setengah-setengah. Seluruh komponen sistem (unsur-unsur) dakwah harus dievaluasi secara komprehensif.

Para da'i harus memiliki jiwa terbuka untuk melakukan pembaruan dan perubahan, di samping bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah menghasilkan beberapa konklusi dan keputusan, maka akan segera diikuti dengan tindakan korektif (*corrective action*) jika proses ini dapat terlaksana dengan baik, maka terciptalah suatu mekanisme perjuangan dalam bidang dakwah. Dalam bahasa agama, inilah sesungguhnya yang disebut dengan *ikhtiar insani*.

Jalaludin Rahmad menyatakan ada beberapa efek yaitu ³⁷ :

- 1) Efek kognitif yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui dan diperspsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- 2) Efek afektif yaitu timbul jika perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap serta nilai.
- 3) Efek behavior yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan tindakan berperilaku.

³⁷ Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 35

g. Tujuan Dakwah

Secara singkat tujuan dakwah yang dimaksud adalah arah yang akan dituju oleh seorang da'i dalam proses dakwah. Banyak pandangan yang dikemukakan para ahli tentang tujuan dakwah. Dalam merumuskan tujuan dakwah tersebut terjadi perbedaan, para ahli sepakat bahwa dakwah sangat strategis posisinya dalam kehidupan umat islam khususnya. Dalam tulisan ini ada lima tujuan dakwah yaitu ³⁸:

- 1) Pertama, dakwah bertujuan untuk menyelesaikan problematika umat. Dalam konteks ini tujuan dakwah dibagi menjadi dua bentuk yakni tujuan yang bersifat *urgent* dan *insidental*. Tujuan dakwah yang bersifat *urgent* adalah dakwah untuk mengatasi berbagai permasalahan penting dan rumit dengan cepat dan tepat karena kalau tidak akan dapat menghambat terwujudnya masyarakat yang saleh, baik individu maupun sosial. Selanjutnya tujuan dakwah bersifat *insidental* adalah berusaha memecahkan masalah-masalah yang terjadi sewaktu-waktu dalam masyarakat seperti penyakit dan kasus penyuapan (korupsi), pemerasan dan pemahaman agama yang tidak benar. Tujuan dakwah dalam konteks ini, menurut para da'i harus memiliki kepekaan terhadap apa yang sedang dihadapi umat, agar dakwah mampu berkontribusi menyelesaikan masalah umat, baik masalah *urgent* maupun *insidental*.
- 2) Kedua, dakwah bertujuan untuk membentuk manusia (masyarakat) islami. Artinya untuk mentransformasi sikap ke manusiaan (*attitude of humanity transformation*) atau yang dalam termonologi Al-Qur'an disebut *al-ikhraj min al-Zulumat ila al-Annur* (mengeluarkan manusia dari kegelapan menuju ke jalan yang terang). Konteks ini lebih melihat tujuan akhir dakwah agar manusia sebagai individu dan

³⁸ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*, (Jakarta Timur : Prenadamedia Group, 2019), h.17

masyarakat mampu mengamalkan nilai-nilai islam dalam kehidupan nyata.

- 3) Ketiga, dakwah bertujuan untuk mendorong manusia mengikuti petunjuk yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Islam adalah agama dakwah di dalam proses dakwah memuat ajakan, seruan, penjelasan serta motivasi terhadap manusia agar dapat menjalani kehidupannya secara baik berdasarkan petunjuk Al-Qur'an dan Hadits.
- 4) Keempat, dakwah bertujuan untuk memperkenalkan dan member pemahaman kepada umat hakikat agama islam. Sehingga pada gilirannya mereka akan mengetahui islam dengan sesungguhnya dan berdampak pada pola perilaku dan sikapnya.
- 5) Kelima, dakwah bertujuan untuk menjaga manusia pada fitrahnya agar senantiasa berpijak pada nilai-nilai kemanusiaan yang berbasis pada Al-Qur'an dan al-Sunah.³⁹

Dari kelima tujuan dakwah yang telah disebutkan diatas maka secara sederhana dapat disimpulkan bahwa gerakan dakwah pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan substansi ajaran islam secara kontinu dan dinamis, sesuai dengan fitrah manusia agar manusia tersebut berfikir dan berpijak sesuai dengan ketentuan syariat Allah Swt demi menggapai keselamatan di dunia dan akhirat.

³⁹ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*, (Jakarta Timur : Prenadamedia Group, 2019), h.19

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Situs media sosial yang populer dan banyak digunakan saat ini ialah : Instagram, Twitter, Facebook, Blog, Wikipedia, dan Path. Pendapat lain mengatakan media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.⁴⁰

Dengan berkembangnya teknologi, media sosial sangat membutuhkan jaringan internet. Internet menyederhanakan jarak atau waktu komunikasi, dan intraksi. Kehadiran media sosial dan aktivitas pengguna yang menjadikan media sosial sarana dalam berkomunikasi dan bertukar informasi, menjadi salah satu saluran penting dalam akses informasi. Media sosial bersifat aktif memberikan pesan-pesan. Media dengan kekuatan satu arah yang berisi informasi dapat mendikte apa yang seharusnya dilakukan oleh publik. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh perindividu saja, tetapi dilakukan kepada seluruh pengguna media sosial.

Media sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah kenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan. Para pengguna media sosial juga dapat mempersentasikan diri dalam berkomunikasi, membentuk ikatan, membangun pekerjaan, berbagi informasi, mendapatkan informasi, dengan pengguna lainnya secara online (virtual) melalui jaringan internet. Berikut ini ialah definisi media sosial menurut para ahli:

⁴⁰ Siti Makhmudah, *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Jakarta:Guepedia, 2019) h.26

- a. Menurut Adreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial merupakan sebuah kelompok jaringan yang berbasis aplikasi dalam internet yang dibangun berdasarkan teknologi dan konsep web 2.0 (*wikis*, *weblogs* dan media internet lainnya) sehingga dapat membuat pengguna (*users*) menciptakan dan mengganti konten yang disebutkan. Serta yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated contend*.
- b. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing media sosial adalah manusia yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas.
- c. Menurut Karjaluoto istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberikan kontribusi di dalam media tersebut.⁴¹

Intinya menggunakan media sosial menjadikan diri kita sebagai diri sendiri, selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang sangat pesat. Dalam hal ini penulis menggunakan media sosial dalam berdakwah. Karena pada dasarnya penyampaian isi pesan islam kepada masyarakat luas.

Selain itu media sosial berperan dalam pertukaran informasi dengan individu maupun kelompok, untuk membangun suatu hubungan. Pada saat ini media sosial sangat populer mulai dari kalangan, tua, muda, anak-anak, sudah menggunakan media sosial. Dalam berdakwah Da'i bisa menggunakan media apa saja. Aktivitas dakwah era modern saat ini, banyak menggunakan media yang bersifat efektif dan efisien.

Jenis media sosial saat ini pun sangat beragam seperti Instagram, WhatsApp, Line, Twitter, Facebook, Youtube dan masih banyak lagi yang dapat digunakan sebagai penunjang

⁴¹ *Ibid.* h. 26

dakwah di era digitalisasi saat ini. Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yaitu sebagai berikut :

- a. Jaringan (*Network*), adalah merupakan infrastruktur yang menghubungkan antara computer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini sangat diperlukan karena komunikasi dapat terhubung jika antar computer terhubung termasuk di dalamnya perpindahan data.⁴²
- b. Informasi (*Informations*), merupakan entitas penting pada media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi sesuai dengan apa yang dia harapkan.
- c. Arsip (*archive*) bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi (*interactivity*) media sosial membentuk jaringan antar sesama pengguna yang tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) saja, akan tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
- e. Simulasi sosial (*simulation of society*) merupakan media sosial yang memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat dalam dunia virtual. Media sosial ini mempunyai keunikan dan pola pada banyak kasus yang berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*) di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Inilah yang membedakan dengan media lama (tradisional) dimana khalayak

⁴²Rahmanita Ginting, dkk. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring sebelum Sharing* (Cirebon : Penerbit Insania, 2021) h.22

hanya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

3. Fungsi Media Sosial

Media sosial dalam peranannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar.⁴³ Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*)
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selain itu,terdapat pendapat lain menurut Puntoadi pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiencelah yang akan menentukan. Berbagai sosial media menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan content komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

⁴³ Arum Wahyuni Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Tirtayas EKONOMIK*, Vol.12, No.2, Oktober 2017. h .215

4. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

a. Media Jejaring Sosial (Social networking)

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. *Social networking* merupakan sarana yang dapat digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial (*social networking*) ini adalah setiap pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru secara online. Seperti jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan adalah facebook, instagram, telegram, whatsapp dan linkend. Media jejaring sosial yang dipakai oleh penulis yaitu instagram. Instagram terdiri dari dua kata yaitu, kata "*Insta*" dan "*Gram*". Arti kata pertama yaitu "*insta*" berasal dari kata "*instan*", yakni serba cepat dan mudah. seperti kamera Polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.⁴⁴

Menurut Jublilee Enterprise, instagram adalah komunitas yang saling berbagi foto antara satu anggota dengan anggota yang lain dari seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna instagram yang lain dan menciptakan jaringan pertemanan. Instagram memiliki fungsi untuk memotret dan mengolah foto agar terkesan antik (*vintage*) dan menyebarkannya ke komunitas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa instagram adalah salah satu jenis media sosial berupa aplikasi yang dapat memudahkan manusia dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan orang lain dengan cara membagikan foto dan video yang di unggah dan dibagikan kepada publik, selain itu instagram juga bisa dijadikan ajang berbisnis sama hal nya seperti ustadz hilman fauzi beliau

⁴⁴ Siti Saadah, dkk. *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata* (Surabaya : Unitomo Press,2022), h. 103

menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah nya. Karena menurut beliau instagram sangat efektif untuk menyampaikan pesan dakwah.

Instagram mengumumkan pengguna aktif di indonesia telah mencapai 91.01 juta pada bulan oktober 2021, mayoritas pengguna instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun yakni sebanyak 33.90 juta. Terbukti bahwa peminat penggunaan aplikasi instagram sangat banyak, setiap tahun nya pengguna aktif instagram terus bertambah. Instagram memiliki beberapa fitur yaitu : home page, pencarian, relles, Ig shopping, Profil, Pengikut, Tanda suka, Komentar, Mention, Label Foto, Kamera, Video, IG TV.

b. Jurnal Online (Blog)

Blog adalah media sosial yang dapat digunakan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada permulaannya blog adalah salah satu bentuk situs pribadi yang isinya merupakan kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya.

Pada perkembangan saat ini, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Jenis media sosial jurnal online (blog) ini dapat dipisahkan menjadi dua yaitu dengan kategori personal *homepage* : bagi pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti *.com* atau *.net* dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.

c. Jurnal Online Sederhana atau *Microblog (micro-blogging)*

Tidak jauh perbedaanya dengan jurnal online (blog), *microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk padat menulis dan mempublikasikan aktifitas serta pendapat yang dia inginkan, seperti *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah twitter.

d. Media Berbagi (*media sharing*)

Media berbagi adalah jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi dokumen mulai dari dokumen (file), gambar, video, audio, dan sebagainya. Seperti halnya pada media berbagai pada youtube, Flickr, photo-bucket, atau snapfish.

e. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial adalah media sosial yang dibuat untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau suatu berita secara online. Penanda sosial atau *social bookmarking* yang terkenal seperti *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

f. Media Konten bersama atau wiki

Media sosial wiki ini adalah situs yang didalamnya memuat hasil kolaborasi dari para penggunanya. Seperti halnya dengan kamus atau ensiklopedi, wiki memunculkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Pada kenyataannya artikel-artikel tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk memenuhi konten dalam situs ini.

5. Instagram Sebagai Media Dakwah

Di zaman modern saat ini media sosial dapat memberikan informasi yang sangat update, dan kekinian. Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber informasi. Media sosial dapat memberikan informasi secara cepat pada publik dibanding informasi yang tayang ditv.⁴⁵ Hal ini terjadi karna setiap masyarakat yang memiliki kesempatan untuk mengunggah informasi berupa foto dan vidio mendapat dorongan dalam menyampaikan kebaikan, sehingga apa yang disampaikan mendapat respon baik sebagai bahan pemberitaan informasi di dunia maya.

⁴⁵Bambang dwi Atmoko, Instagram Hanbook, h. 42

Instagram sendiri memiliki ciri khas seperti fitur edit berupa video yang menjadi daya tarik minat pengguna media sosial Instagram. Selain itu Instagram memiliki fitur video yang durasinya dibatasi oleh pihak Instagram yang biasa disebut *Vidgram*. Para pengguna aplikasi Instagram harus lebih lagi berfikir keras untuk mengemas pesannya menjadi sebuah informasi yang menarik khalayak untuk menonton video dengan durasi 60 detik.

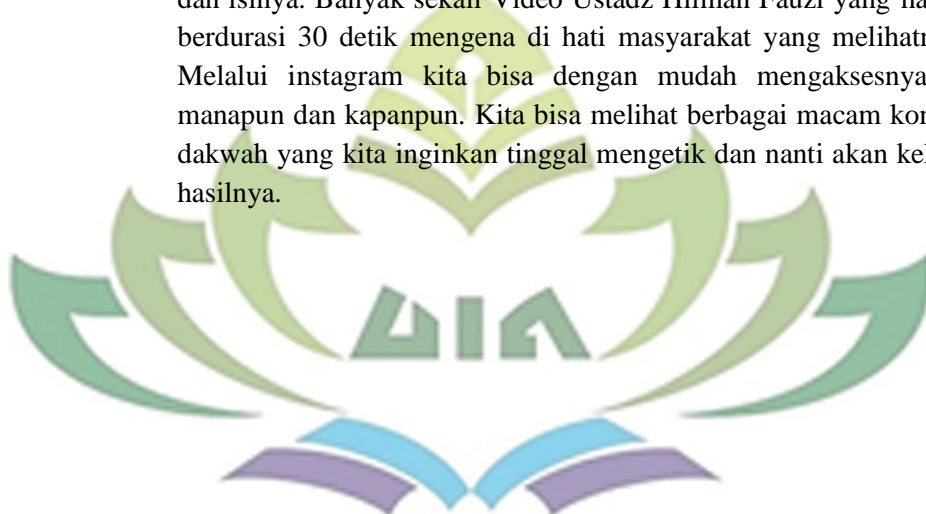
Fitur-fitur Instagram saat ini banyak digunakan oleh pengguna Instagram khususnya untuk membuat konten, seperti bisnis, pembelajaran, komunitas, komedi, video-video pribadi, dan apapun yang sedang trending atau hangat dibicarakan bisa mencapai satu juta lebih tayangan, hal ini menjadi motivasi bagi para da' in untuk menyampaikan pesan dakwah di antara video mereka pada pengguna Instagram dalam menggunakan filter *vidgram* (video Instagram).

Dalam proses dakwah, konten-konten yang berisi pesan dakwah dengan penyajian yang unik dan kreatif dapat menarik banyak audiens. Berdakwah di media sosial khususnya di Instagram sudah menjadi trend karena sangat efektif siapa saja bisa melihat dan mendengar dakwah. Terutama bagi mahasiswa saat ini sangat menyukai dakwah melalui Instagram, karena sebagai alarm pengingat diri dan tidak ingin ketinggalan zaman. Pada saat ini anak muda millennial lebih banyak berkumpul di media sosial, sehingga tugas seorang da'i bagaimana mengemas dakwah yang unik dan tidak membosankan agar bisa diterima oleh semua kalangan. Seorang da'i harus mempunyai strategi dalam menyampaikan pesan dakwahnya agar bisa dinikmati semua kalangan.

Dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana berdakwah harus memperhatikan etika dan norma-norma dalam ber-medsos. Tidak boleh melontarkan kalimat-kalimat yang berpotensi pada pencemaran nama baik, juga dilarang membuat pernyataan-pernyataan yang provokatif dan mengarah pada

persoalan isu SARA. Meskipun mungkin niatnya baik, namun perlu diperhatikan juga bahwa niatan baik harus dilakukan dengan cara-cara yang baik. Sehingga tidak menimbulkan kegaduhan dan tindakan diskriminatif.

Pendakwah yang menggunakan media sosial instagram untuk menyampaikan pesan dakwah, salah satu nya adalah Ustadz Hilman Fauzi beliau mengamati bahwasanya banyak sekali yang menggunakan instagram sebagai media dakwah. Dengan begitu beliau lalu mencoba mengunggah video cermah nya ke media sosialnya instagram dan mendapatkan respon baik dari netizen. Terkadang melalui video singkat lebih bisa dipahami apa maksud dan isinya. Banyak sekali Video Ustadz Hilman Fauzi yang hanya berdurasi 30 detik mengena di hati masyarakat yang melihatnya. Melalui instagram kita bisa dengan mudah mengaksesnya di manapun dan kapanpun. Kita bisa melihat berbagai macam konten dakwah yang kita inginkan tinggal menetik dan nanti akan keluar hasilnya.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*, (Jakarta Timur : Prenadamedia Group, 2019)

Aidil Novia, Masturi irham ,*Menjadi Dai Yang Sukses* (Jakarta :Qisthi Press, 2005)

Bambang dwi Atmoko, *Instagram Hanbook*

Daniel Rusyad, *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar* (el Abqarie : Bandung)

Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : KENCANA, 2011)

I' anatut Thoifah, M. Firdaus, Egalia Novika Hidayat, Saiful Bintaro, *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Milennial* (Malang :UMM Press, 2020)

I Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta : ANDI, 2006)

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008).

Kartini kartono, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung : ALUMNI,1993)

Muhammad Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)

M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra*, (Bandung : ALUMNI, 1998)

Moh. Ali Aziz *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta :Kencana,2004)

Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2006)

Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Andi, 2017)

Rahmanita Ginting, dkk. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring sebelum Sharing* (Cirebon : Penerbit Insania, 2021)

Sudarwan denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : pustaka setia, 2002)

Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method* (Jakarta : Selemba Empat, 2012)

Siti Makhmudah, *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Jakarta:Guepedia, 2019)

Siti Saadah, dkk. *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata* (Surabaya : Unitomo Press,2022)

Sumber Jurnal :

Arum Wahyuni Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Tirtayas EKONOMIK*, Vol.12, No.2, Oktober 2017.

Asna Istya Marwantika, Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media Di Indonesia, *Jurnal al-Adabiya*. Vol. 14 No. 01, 2019

Sri Maullasari, Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat dan Implementasinya dalam Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), *Jurnal Dakwah*, Vol.20, No 1 Tahun 2019

Sumarno “analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra”. *Jurnal elsa*, Vol. 18 No. 2 (September 2020)

Sumber Internet :

wikipedia.org/wiki/Media_sosial

<https://www.instagram.com/ahilmanfauzi/>

Profil Ustadz Hilman Fauzi , tersedia dia :
<https://cariustadz.id/ustadz/detail/Hilman-Fauzi,-M.ESy>

