EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANDY BONNY MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DIKALANGAN REMAJA GANG AL-IQRA' KELURAHAN FAJAR BULAN LIWA LAMPUNG BARAT

SKRIPSI

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

Oleh:
RAMDANI
NPM : 1841010043

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M

EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANDY BONNY MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DIKALANGAN REMAJA GANG AL-IQRA' KELURAHAN FAJAR BULAN LIWA LAMPUNG BARAT

SKRIPSI

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

Oleh:
RAMDANI
NPM : 1841010043

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si
Pembimbing II : Nadya Amalia Nasoetion, M. Si

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG

1443 H/2022 M

ABSTRAK

Teknologi komunikasi memberikan dampak yang besar bagi perkembangan media informasi. Kegiatan manusia tak bisa lepas dari produk teknologi komunikasi dan media akibat pengaruh dari perkembangan yang terus menerus berjalan, masyarakat tidak dapat lepas bahkan cenderung bergantung kepada teknologi untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain.

Para pendakwah saat ini banyak memanfaatkan media sosial untuk berdakwah contohnya akun *Instagram* ustadz Handy Bonny merupakan salah satu akun dakwah di *Instagram* yang memuat video dakwah, menayangkan kajian keislaman dengan tema perbaikan diri dan mengajak anak muda/kaum millenial untuk hijrah. Penelitian ini menggunakan teori Pembelajaran Sosial untuk mengetahui bagaimana efektivitas akun *Instagram* ustadz Handy Bonny sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dan jenis penelitian ini merupakan Penelitian Lapangan (*Field Research*) melalui wawancara bebas terpimpin, dan observasi terhadap sepuluh *followers* pada akun *instagram* ustadz Handy Bonny, serta dengan menonton dan memperhatikan video di akun *Instagram* minimal dua kali dalam satu minggu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah menggunakan video yang disebarkan melalui akun *Instagram* ustadz Handy Bonny tergolong efektif di gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan untuk meningkatkan pemahaman agama, memberikan motivasi, dan mendorong perubahan perilaku informan menjadi lebih religius.

Kata Kunci : Efektifitas, Dakwah, Pesan Dakwah, Ustadz Handy Bonny, *Instagram*.

ABSTRACT

Communication technology has a great impact on the development information media. Human activities cannot be separated from the product of communication technology and media due to the influence of continuous developments, people cannot be separated and even tend to depend on technology to be able with communicate others.

Preachers currently use social media a lot to preach, for example, the Instagram account of Ustadz Handy Bonny is one of the da'wah accounts on Instagram that contains da'wah videos, broadcasts Islamic studies with the theme self-improvement and invites young people/millennials to emigrate. This study uses Social Learning theory to find how effective the Instagram account of Ustadz Handy Bonny is as a propaganda medium. This study uses a descriptive qualitative method and this type of research is Field Research through free guided interviews, and observations of ten followers on Ustadz Handy Bonny's Instagram account, as well as watching and paying attention to videos on Instagram accounts at least twice a week

The results showed that the da'wah strategy using videos distributed through the Instagram account of Ustadz Handy Bonny was quite effective in Al-Iqra' Alley, FajarBulan Village, to increase religious understanding, provide motivation, and encourage changes in the behavior of informants to become more religious.

Keywords: Effectiveness, Da'wah, Message of Da'wah, Ustadz Handy Bonny, Instagram.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Ramdani
NPM	: 1841010043
Jurusan/Prodi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	: Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 04 Oktober 2022
Penulis,

Ramdani
NPM. 1841010043

KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul	:	**Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat.**
Nama	:	**Ramdani**
NPM	:	**1841010043**
Jurusan	:	**Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas	:	**Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si	**Nadya Amalia Nasoetion, M.Si**
NIP. 196104091990031002	**NIP. 199007272019032026**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Efektifitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial Instagram Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra Kelurahan Fajar Bulan, Liwa, Lampung Barat"** yang ditulis oleh **RAMDANI**, NPM: **1841010043**, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, pada hari Senin tanggal 14 November 2022.

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. H. Zamhariri, S.Ag, M. Sos. I** (.....)

Sekretaris : **Ade Nur Istiani, M.I.Kom.** (.....)

Penguji I : **M. Apun Syaripudin, S.Ag. M. Si.** (.....)

Penguji II : **Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si** (.....)

Penguji Pendamping: Nadya Amalia Nasoetion, M.Si. (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 19511 19950311001

MOTTO

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ
وَأُو۟لَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung."
(QS. Ali-Imran [3]:104)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, kita memujinya meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung kepada Allah dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Dengan mengharap *Ridha*-mu ya Allah, shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sahabat dan para pengikutnya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Karya dan Ibu Nani yang keduanya sangat saya sayangi yang telah memberikan kasih sayang, telah mengasuh, memotivasi, mendidik, dan memberikan hal-hal terbaik. Terimakasih atas segala do'a dan dukungan yang tiada henti.
2. Terimakasih untuk adik saya Ica, Afif, Meysha dan tidak lupa Kakek dan Nenek yang selalu mendo'akan dan memberi motivasi demi keberhasilan penulis.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Fajar Bulan, pada tanggal 04 Januari 2000. Anak Pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Karya dan Ibu Nani. Adapun pendidikan yang ditempuh penulis, sebagai berikut:

1. SD N 01 Fajar Bulan, Lulus Tahun 2012
2. MTS N AL-IKHLAS, Lulus Tahun 2015
3. SMA N 01 Way Tenong, Lulus Tahun 2018
4. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tahun 2018 di UIN Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama menjadi Mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi dan kegiatan antara lain:

1. *Crew* UKM-F Rumah Film KPI tahun 2018 s.d Sekarang
2. Divisi Humas UKM-F Rumah Film KPI tahun 2018- 2019
3. Divisi Kaderisasi UKM-F Rumah Film KPI tahun 2019-2020
4. Ketua Divisi Oprasional Festival Film Islami Lampung UKM-F Rumah Film KPI tahun 2021

Penulis

Ramdani

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Sosial (SOS) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Sholawat dan salam senantiasa Nabi Muhammad SAW, teladan yang baik dalam segala urusan, pemimpin revolusioner dunia menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Adapun judul skripsi ini adalah "Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra', Kelurahan Fajar Bulan, Liwa, Lampung Barat." 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 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S. Ag, M. A. Selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Ade Nur Istiani, M. Kom. I. Selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. Selaku pembimbing I dan Ibu Nadya Amalia Nasoetion, M.Si. Selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang telah banyak memberikan ilmu serta masukan dan bimbingannya demi selesainya skripsi ini.
4. Para dosen serta segenap Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.

5. Seluruh teman- teman yang terlibat dalam pembutan penelitian ini.
6. Terimakasih kepada para kakak tingkat yang memberikan motivasi dan arahan dalam penulisan.
7. Sahabat-Sahabatku (Ade, Alex, Fajar, Resty, Zelin), yang selalu menemani suka duka selama 4 tahun Kuliah. Terkhusus untuk Rizky Fibrina terima kasih telah menemani lebih dari setangah waktu kuliah saya dengan banyak pelajaran berarti, sangat bersyukur untuk bisa bertemu kamu.
8. Teman seperjuangan, KPI A angkatan 2018, semoga kita mendapatkan apa yang kita impikan dimasa depan. *Aamin yaa Rabb*.
9. Terimakasih juga kebersamannya selama ini untuk *Crew* UKM-F Rumah Film KPI untuk Semua *Crew* angkatan 18 yang telah menjadi teman berproses dan teman berjuang di UKM ini, serta seluruh *Crew* UKM-F Rumah Film KPI yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih untuk setiap memori yang telah dirajut, canda dan tawanya, semoga saat-saat indah akan selalu menjadi kenangan yang indah pula.
10. Almamater saya tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, tempat penulis menimba ilmu dan pengalaman hidup yang berharga.
11. Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas semuanya. semoga Allah yang membalas kebaikan kalian.

Penulis hanya bisa berdo'a semoga amal baik Bapak/Ibu mendapatkan balasan berupa pahala yang tiada henti dari Allah SWT. Akhirnya, manusia tempatnya salah dan lupa, dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari nilai sempurna, untuk itu penulis harapkan kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

Bandar Lampung, 04 Oktober 2022

Penulis,

Ramdani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iv**
PERSETUJUAN ..... **v**
PENGESAHAN ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
PERSEMBAHAN ..... **viii**
RIWAYAT HIDUP ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Penegasan Judul 1
B. Latar Belakang Masalah 3
C. Fokus Penelitian 8
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 8
F. Manfaat Penelitian 9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan 9
H. Metode Penelitian 11
I. Kerangka Berpikir 16
J. Sistematika Pembahasan 17

BAB II PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* **19**
A. Efektifitas Pesan Dakwah 19
1. Definisi Efektivitas Pesan Dakwah 19
2. Definisi Dakwah 20
3. Unsur-Unsur Dakwah 21
4. Jenis-Jenis Dakwah 22

5. Media Dakwah 22
6. Pengertian Pesan Dakwah..... 23
7. Sumber Pesan Dakwah..... 25
8. Pengelompokan Pesan Dakwah..... 27
9. Karakteristik Pesan Dakwah..... 31
B. Media Sosial..... 31
1. Definisi Media Sosial..... 31
2. Karakteristik Media Sosial..... 31
3. Manfaat Media Sosial 34
4. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial..... 35
C. Teori Pembelajaran Sosial 37
D. Remaja..... 38
1. Pengertian Remaja..... 38
2. Tahap Perkembangan Remaja..... 39
3. Ciri-Ciri Remaja 39
E. *Instagram*..... 40
1. Pengertian *Instagram*..... 40
2. Kelebihan dan Kekurangan *Instagram*..... 41
3. Dampak Positif dan Negatif *Instagram*..... 43
4. *Instagram* Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah..... 44

BAB III GAMBARAN UMUM DESA FAJAR BULAN, BIOGRAFI USTADZ HANDY BONNY, PESAN DAKWAH USTADZ HANDY BONNY DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*.....47
A. Gambaran Umum Desa Fajar Bulan 47
1. Sejarah Desa Fajar Bulan 47
2. Letak Geografis Desa Fajar Bulan..... 48
3. Populasi Warga Yang Ada di Gang Al-Iqra' 50
B. Biografi Ustadz Handy Bonny 51
1. Profile Ustadz Handy Bonny 51
C. Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny di Media Sosial *Instagram*..... 53
1. Sejarah Akun *Instagram* Ustadz Handy Bonny 53

2. Judul Materi Dakwah Ustadz Handy Bonny di Media Sosial *Instagram*..... 55
3. Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny di Media Sosial *Instagram*..... 60

BAB IV DAKWAH USTADZ HANDY BONNY MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DI KALANGAN REMAJA.....71
A. Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* dikalangan Remaja 71

BAB V PENUTUP.....85
A. Kesimpulan 85
B. Saran..... 86
C. Penutup..... 87

DAFTAR PUSTAKA.....89
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Tata Guna Tanah..... 49
Tabel 3.2 : Jumlah Prasarana Ibadah 50
Tabel 3.3 : Jumlah Keseluruhan Penduduk Di Gang Al-Iqra' 50
Tabel 3.4 : Jumlah Keseluruhan Anak 50
Tabel 3.5 : Data Remaja Yang Dijadikan Informan 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Ustadz Handy Bonny 52
Gambar 3.2 : Akun Ceramah Ustadz Handy Bonny 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Surat Keterangan Judul..... 95
Lampiran. 2 Surat Keterangan Perubahan Judul 98
Lampiran. 3 Surat Izin Penelitian 99
Lampiran. 4 Pedoman Observasi..... 101
Lampiran. 5 Pedoman Wawancara 101
Lampiran. 6 Pedoman Dokumentasi 101
Lampiran. 7 Surat Keterangan Bebas Plagiasi 105

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Adapun judul skripsi ini adalah "Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagran* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat".

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna, efektiv merupakan kata dasar yang berarti terjadinya sesuatu efek atau kegiatan yang diinginkan. Jadi, perbuatan seseorang yang efektiv ialah perbuatan yang menimbulkan akibat sebagaimana diharapkan. Menurut Hidayat "efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (Kuantitas, Kualitas, Waktu) telah tercapai dimana makin besar presentase target yang dicapai, maka makin tinggi efektifitas nya[1].

Dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak, baik dalam bentuk lisan dan tulisan maupun dalam bentuk tingkah laku dan sebagainya. Dakwah harus dilakukan secara sadar dan terencana, serta berusaha untuk mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok. Tujuannya adalah supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran hidup dan penghayatan sikap serta mau mengamalkan ajaran agama Islam tanpa adanya paksaan[2].

Pesan dakwah atau *Maudlu' Al-da'wah* merupakan materi yang akan disampaikan kepada mad'u atau bisa juga diartikan sebagai kata, gambar, lukisan dan sebagainya. Kemudian diharapkan dapat membantu memahami materi dakwah bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.

---

[1]Lismayani Husain, Sirajuddin Saleh dkk, "Efektifitas Pelaksanaan Pelayanan Kearsipan Pada Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan" , *Jurnal Ad'ministrare* 2, No. 1 (2015),Web: https://ojs.unm.ac.id/administrare/article/view/1235/368

[2]Baidi Bukhori, "Dakwah Melalui Bimbingan dan Konseling Islam", *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 5, No. 1 (2014), http://dx.doi.org/10.21043/kr.v5i1.1057.

Ustadz Handy Bonny adalah salah satu ustadz yang mempunyai gaya nyentrik ala anak muda. Meski gaya fashionnya seperti anak muda, ia adalah seorang pendakwah yang giat mendakwahkan ajaran Islam, terutama untuk anak muda. Ustadz Handy Bonny lahir di Bandung, tepatnya tanggal 14 April 1988. Beliau adalah mahasiswa Universitas Padjajaran angkatan 2006 yang aktif kuliah dan berbisnis, ia kemudian belajar agama Islam di Pondok Pesantren *Daarut* Tauhid. Ustadz Handy Bonny berdakwah mulai tahun 2012 hingga hari ini[3].

Media sosial adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain yang menyebabkan akan terbentuknya ikatan sosial secara virtual[4].

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya keberbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger[5].

Syamsu Yusuf mengatakan bahwa, remaja merupakan siswa Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama dan siswa Sekolah Lanjutan Tintgkat Atas yang sedang berada dalam proses berkembang kearah kematangan. Tetapi dalam menjalani proses perkembangan ini, tidak semua remaja dapat mencapainya secara mulus, ada beberapa remaja yang menampilkan sikap dan perilaku menyimpang, tidak wajar, bahkan tidak bermoral, contoh membolos sekolah, tawuran, Melakukan tindak kriminal,

---

[3]https://www.kompasiana.com/ahmadjogja/5f33bd86d541df08a54c1f16/mengenal-sosok-ustadz-handy-bony. Diakses pada tanggal 12-03-2022.

[4]Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017).

[5]Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Visi Komunikasi* 16, No. 1 (2017): Web: https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submission/original/1649-3678-1-SM.pdf

mengkonsumsi minuman keras, hingga melakukan *Free sex* (berhubungan badan sebelum nikah)[6].

Dari penjelasan diatas maka efektivitas pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai alat pengukur keberhasilan isi pesan dakwah ustadz Handy Bonny di *Instagram* yang mencakup banyak menyampaikan tentang hijrah, dan juga mengandung tiga unsur pokok ajaran islam yakni tentang akidah, *syari'ah* dan akhlak .

B. Latar Belakang Masalah

Pada zaman ini, memang tidak bisa dipungkiri lagi tentang pesatnya kemajuan teknologi dan informasi. Sehingga masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang ada. Dengan begitu, masyarakat bisa mengakses semua informasi terupdate yang ada di internet. Karena kecanggihan teknologi dan informasi saat ini, masyarakat bisa melakukan sebuah komunikasi kepada orang lain melalui aplikasi-aplikasi seperti *Instagram, Facebook, Twitter* maupun *WhatsApp* yang dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses sebuah informasi dan melakukan komunikasi[7].

Salah satu media informasi yang memberikan peran penting dalam penyebaran informasi atas suatu pemberitaan adalah media sosial *Instagram. Instagram* merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat Indonesia terutama dikalangan remaja hingga dewasa. *Instagram* menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah *Youtube, Facebook,* dan *WhatsApp*. Popularitas *Instagram* yang hadir dengan pendekatan berbagi foto dan video dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para

---

[6]Nurul Azmi, "Potensi Emosi Remaja dan Pengembangan nya", *Jurnal Pendidikan Sosial* 2, No. 1 (2015): DOI: http://dx.doi.org/10.31571/sosial.v2i1.50

[7]Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh", (Tesis, Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2017)

pendakwah. Mereka mengemas konsep dakwah yang kreatif melalui video di *Instagram* untuk mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah agar menjadi lebih religius[8].

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam dilakukan secara sadar dan sengaja, yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dapat ditarik kesimpulan, bahwasanya dakwah ialah mempengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diserukan oleh para da'i.

Dakwah yang efektif adalah dakwah yang bisa mengubah perilaku dan memotivasi mad'u nya menjadi lebih religius seacara keimanan maupun ketaqwaan nya. Dakwah lebih baik jika disampaikan dengan jujur dan terbuka, jujur dalam dakwah sama dengan *Al-Ballagh* dalam Al-Qur'an, yaitu menyampaikan dengan transparan tanpa kebohongan ataupun manipulasi. Kemudian terbuka dalam dakwah, memiliki arti rendah hati atau *Tawadlu* yakni mengakui keterbatasan dan menerima kritik dari orang lain. Dalam Al-qur'an terdapat perintah untuk kaum muslimin berdakwah, yaitu pada Q.S Ali-Imran Ayat 104 :

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُو۟لَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung." (Q. S. Ali-Imran [3]: 104)

[8]Febri Nurrahmi, Puteri Farabuana, "Efektivitas Dakwah Melalui Instagram,"*Journal Of Communication*, Vol. 4, No. 1 (Banda Aceh: Nyimak, 2020). http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/2326/1521.

Tafsir Al-*Muyassar* / Kementerian Agama Saudi Arabia

Dan hendaklah diantara kalian (wahai kaum mukminin), ada segolongan orang yang mengajak kepada kebaikan dan memerintahkan kepada yang ma'ruf, yaitu sesuatu yang telah diketahui kebaikannya menurut syariat dan akal, dan melarang dari kemungkaran, yaitu apa-apa yang diketahui keburukannya dari segi syariat maupun akal. Mereka itu adalah orang-orang yang beruntung menggapai surga yang penuh kenikmatan.

Dengan melihat banyaknya penggunaan *Instagram* diberbagai lapisan masyarakat, *Instagram* sendiri menjadi salah satu media dakwah bagi para da'i dalam menyampaikan dakwah mereka. Salah satu da'i yang menggunakan media sosial *Instagram* sebagai wadah untuk berdakwah ialah ustadz Handy Mahmud alias ustadz Handy Boony. Jika ditinjau dari kajian ilmu komunikasi, dakwah merupakan bentuk Komunikasi Persuasif yang dapat dikatakan efektif jika memberikan pengaruh kepada audensi nya. Efek tersebut meliputi efek *Kognitif* (akibat yang timbul), *Afektif* (berkaitan dengan perasaan), dan *Psikomotorik*. Ketiga aspek ini memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan, sebelum sampai kepada aspek *Psikomotorik*, terlebih dulu subjek akan mengalami tahap *Kognitif* dan *Afektif*. Pada tahap penerimaan, subjek terlebih dulu perlu memiliki suatu perhatian untuk dapat menerima materi yang diberikan, dengan adanya perhatian maka akan mudah bagi subjek untuk menerima pengetahuan tersebut dan seterusnya.

Salah satu akun dakwah di *Instagram* adalah @ustadzhandybonny, akun *Instagram* ini dipelopori oleh Ustadz Handy Bonny pada bulan maret 2018. Video dakwah yang ditayangkan di akun tersebut menggunakan retorika dakwah yang disesuaikan dengan bahasa kalangan anak remaja millenial saat ini, sehingga mereka bisa dan mudah dalam memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video di *Instagram*. Alasan peneliti memilih Ustadz Handy Bonny dikarenakan akun *Instagram* @ustadzhandybonny banyak diminati oleh pengguna *Instagram*, berdasarkan pengamatan peneliti pada 6 April 2022,

Jumlah *Views* pada 3 unggahan terakhir rata-rata berjumlah 295.193 *Views*, dengan jumlah komentar positif pada 3 unggahan terakhir rata-rata berjumlah 111 orang, dan mendapatkan *like* sebanyak 14.409. Popularitas akun ini juga bisa dilihat dari jumlah *Followers*nya yaitu mencapai 341 ribu.

Remaja adalah generasi penerus yang akan melanjutkan operasional pembangunann negara. Dipundak remaja negara akan berkembang dikemudian hari. Sehingga negara mengharapkan remaja Indonesia berjiwa unggul dan potensial. Remaja yang ideal adalah remaja idola sosialita, remaja yang dalam berkomunikasi harus tahu etika serta sopan santun, remaja harus memiliki akhlak yang baik. Remaja dalam bersosialisasi harus tahu tata krama, bukan hanya tahu saja melainkan harus melaksanakan. Remaja dalam berfikir dan bertindak harus tahu batasan[9].

Namun fakta di lapangan (gang Al-Iqra') remaja disana mengalami penurunan dalam hal istiqomah beribadah contohnya malas belajar baca Al-qur'an di TPA, dan solat berjamaah di masjid. Remaja disana juga mengalami degradasi akhlak, contoh nya berkata kasar, tidak patuh dan melawan orang tua, bolos sekolah dan malas belajar.

Pesan dakwah yang sering disampaikan ustadz Handy Bonny juga mencakup banyak menyampaikan tentang Hijrah yaitu tentang meninggalkan semua keburukan menuju keadaan yang lebih baik. Ustadz Handy Bonny menyampaikan dakwah nya dengan bahasa indonesia dan sesekali dicampur dengan bahasa sunda. Ustadz Handy Bonny juga menyampaikan dakwah nya dengan gaya bahasa yang gaul, dan dikemas dengan sangat baik. Beliau dikenal sebagai ustadz muda yang selalu menyampaikan dakwah nya dengan gaya yang mengikuti *trend* anak muda zaman sekarang[10].

---

[9] Achadyah Prabawati, "Remaja Yang Ideal Adalah Idola Sosialita Dambaan Orang Tua Harapan Bangsa Dan Negara" *Majalah Ilmiah "Pelita Ilmu"* 2 No. 1 (2019): https://doi.org/10.37849/mipi.v2i1.116

[10]Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin, dan Bahrudin, "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny" *Jurnal Komuikasi dan Penyiaran Islam* 3. No. 2 (2018): https://10.15575/TABLIGH.V3I2.626

Peneliti merasa degradasi akhlak yang merebak dikalangan remaja gang Al-iqra' bisa dijembatani dengan konten dakwah ustadz Handy Bonny, karna beliau melakukan pendekatan yang sangat bersahabat dengan millenial, dengan gaya bicara nya yang tidak memojokkan salah satu pihak dan tidak menjudge halal haram atau boleh tidaknya dalam ceramahnya.

Banyak remaja sekarang yang menggunakan media sosial *Instagram* untuk menjadi salah satu media pembelajaran, sama hal nya seperti remaja di gang Al-iqra' kebanyakan dari mereka mencari video-video ceramah untuk mempelajari bagaimana gaya bahasa, dan cara menyampaikannya dengan benar agar dapat langsung diterima oleh mad'u nya, karena melihat tafsir dari surat Q.S Al-Imran ayat 104 bahwa dakwah merupakan hal yang wajib *Ain* bagi seluruh umat muslim[11].

Tugas dakwah yang demikian berat dan luhur itu mencakup dua aspek yaitu *Amar ma'ruf* (Mengajak kepada kebaikan) dan *Nahi Munkar* (Mencegah kemunkaran). Jika seluruh muslim menyadari hal ini terutama para remaja, selayaknya krisis moral dan iman yang merebak dikalangan remaja sedikit demi sedikit akan tereliminasi.

Penelitian ini penting diteliti karena menurut peneliti untuk menjembatani degradasi akhlak yang merebak dikalangan remaja gang Al-Iqra' perlu adanya dakwah. Namun apakah konten dakwah ustadz Handy Bonny dapat menjembataini kesenjangan itu ? berdasarkan uraian tersebut maka peneliti berminat untuk meneliti mengenai dakwah ustad Handy Bonny yang disampaikan melalui media sosial *Instagram*. Maka dari itu peneliti memilih judul "Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat".

---

[11]Faizatun Nadzifah, "Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus", 1, No 1, (2013)

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah tentang Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat. *World Health Organization* (WHO) mendefenisikan remaja sebagai individu yang berusia 10-19 tahun, sedangkan di indonesia terdapat beberapa batasan usia remaja yaitu :

1. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No. 25 tahun 2014 bahwa remaja merupakan kelompok usia 10 sampai 18 tahun (Kementrian Kesehatan RI) .
2. Menurut BKKBN Rentang usia remaja adalah 10-21 tahun dan belum menikah (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN)[12].

Dalam hal ini remaja yang akan diteliti adalah remaja yang bertempat tinggal di gang Al-iqra' Kelurahan Fajar Bulan, yang menggunakan *Instagram* dan mengakses dakwah Ustadz Handy Bonny di I*nstagram.*

D. Rumusan Masalah

Bagaimana efektivitas pesan dakwah ustadz Handy Bonny melalui media sosial *instagram* dikalangan remaja ?

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa efektiv konten dakwah ustadz Handy Bonny melalui media sosial *Instagram.*

---

[12]Ira Marti Ayu, dkk, "Program Peningkatan Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja di SMK "X" Tangerang Raya", *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)* 3, No. 1 (2020).

F. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penulisan ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran teori-teori tentang efektivitas dalam berdakwah, khususnya kepada mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Sebagai informasi peneliti lain, khususnya penelitian yanng berkaitan tentang Efektivitas Berdakwah.

G. Kajian Penelitian Dahulu Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, terlebih dahulu melakukan tinjauan pustaka untuk mengetahui apakah ada penelitian dibidang yang sama atau belum, sekaligus untuk menghindari penjiplakan dalam penelitian ini. Setelah melakukan tinjauan pustaka, penulis menemukan empat skripsi dengan judul :

1. Afif Abdul Rosid (171231017) merupakan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Dengan judul skripsi "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah (Studi Kasus Akun *Instagram* @kajian.ustadz.abdulsomad)".[13] Persamaan terdapat pada teori dakwah melalui media sosial, perbedaan nya terdapat pada teori dan metode penelitian yang di gunakan, penelitian diatas menggunakan teori efek Komunikasi Masa dan menggunakan metode penelitian Kuantitatif, sedangkan penulis menggunakan teori pembelajaran sosial dan menggunakan metode penelitian Kualitatif. Kesimpulan dari penelitian diatas yaitu terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah
2. Desi Anggraini (1541010098) Merupakan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dengan judul skripsi "Efektivitas Media Sosial *Instagram* Dalam Penyampaian

[13]Afif Abdu Rosid, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah (Studi Kasus Akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad", (Skripsi, Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Indonesia, 2020)

Pesan Dakwah (Studi Pada Akun *Instagram* @islamdakwahcom)".[14] Persamaan pada teori dakwah melalui media sosial dan metode penelitiannya, perbedaan nya terdapat pada penelitiannya, penulis diatas menggunakan penelitian pustaka sedangkan penulis menggunakan penelitian lapangan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* dalam penyampaian pesan dakwah cukup efektif.

3. Bella Nadyantama Mulia (21014011), merupakan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Islam Agama Negeri Ponorogo. Dengan judul skripsi "Efektifitas Media Sosial *Instagram @Fuadbakh* Sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)".[15] Persamaan terdapat pada teori dakwah melalui media sosial, perbedaan nya terdapat pada objek peneliti, teori yang dipakai, dan metode penelitian. Penelitian diatas mengambil dakwah melalui *Instagram* dengan studi kasus akun *Instagram@Fuadbakh*, sedangkan penulis pada media sosial *Instagram* Ustadz Handy Bonny, terdapat perbedaan antara teori penulis dan teori diatas, teori diatas menggunakan teori Jarum Hipodermik sedangkan penulis menggunakan teori Pembelajaran Sosial. Kesimpulan dari penelitian diatas yaitu media sosial *Instagram* akun *@Fuadbakh* terbukti cukup berperan sebagai media dakwah. Tetapi pengaruh dakwah akun *@Fuadbakh* pada responden penelitian dan pesan dakwah pada akun *@Fuadbakh* sebagai media dakwah kurang efektif.

4. Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana. Merupakan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi (FISIP) Universitas Syiah Kuala. Dengan judul skripsi "Efektivitas Dakwah Melalui

---

[14]Desi Anggraeni, "Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom", (Skripsi, Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia, 2019)

[15]Bella Nadyantama Mulia, "Efektifitas Media Sosial *Instagram@Fuadbakh*Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik", (Thesis,Ponorogo : Institut Agama Ialam Negeri Ponorogo, Indonesia, 2018).

Instagram".[16] Menggunakan metode penelitian Kualitatif Eksplanatif, dengan menggunakan teori pembelajaran sosial. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Syiah Kuala (Aceh) yang berjumlah sebanyak 7 orang. Persamaan terdapat pada teori yang di gunakan, dan perbedaan terdapat pada subjeknya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penyampaian dakwah melalui *Instagram* bisa dikatakan efektif. Hal ini dilihat dari video dakwah pada akun *Instagram* Pemuda Hijrah yang mampu meningkatkan pemahaman agama serta membentuk motivasi dan perilaku hijrah pada informan. Tetapi, motivasi dan perilaku hijrah juga dipengaruhi intensitas dan atensi informan dalam mengakses video dakwah di akun tersebut.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Lapangan *(Field Research)* yaitu penelitian yang dilakukan dalam kehidupan nyata atau dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian dilakukan langsung dilapangan atau lokasi penelitian[17]. Penelitian ini dilakukan di gang Al-iqra', Kelurahan Fajar Bulan, Lampung Barat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, karena peniliti bertemu langsung dengan beberapa remaja yang menggunakan *Instagram* untuk melihat dan memperhatikan video dakwah ustadz Handy Bonny.

---

[16]Febri Nurrahmi, Puteri Farabuana, "Efektivitas Dakwah Melalui Instagram,"Journal Of Communication,
Vol. 4, No. 1 (Banda Aceh : Nyimak, 2020)

[17]Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Tekhnik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat Kualitatif Deskriptif, penelitian Kualitatif Deskriptif berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapatan yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecendrungan yang tengah berkembang).

2. Sumber Data Penelitian

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lain nya[18]. Data primer bersifat utama, sehingga keberadaannya wajib untuk membantu memecahkan rumusan masalah. Data primer merupakan data yang bisa didapatkan dengan beberapa cara, misalnya kuisioner, wawancara, dan survei.

Dalam hal ini data yang utama adalah data remaja yang bertempat tinggal di gang Al-iqra', Kelurahan Fajar Bulan, yang menggunakan *Instagram* dan mengakses dakwah ustadz Handy Bonny di *Instagram*, dengan Interval umur 10-21 tahun. Sugiyono menyatakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu Probability Sampling dan Nonprobability sampling. Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang

[18]P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015).

tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[19]

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Nonprobability sampling yaitu Snowball Sampling. Menurut sugiyono Snowball Sampling merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih Snowball Sampling karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan atau pelengkap yang sifatnya melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip sumber lain, sehingga tidak bersifat autentik karena sudah diperoleh dari tangan kedua[20]. Penulis menggunakan artikel, buku-buku, dan referensi yang berkaitan untuk menunjang penulisan ini.

3. Metode Pengumpulan Data.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan narasumber. Wawancara sendiri terbagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara struktur merupakan wawancara yang dimana pertanyaan-pertanyaannya telah dipersiapkan oleh peneliti.[21]

---

[19]Vonny Agustin Mamangkey, "Pengaruh Motivasi Wanita Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop di Semarang", (Skripsi, Semarang, Universitas Katolik Soegijapranata, 2018).

[20]Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, Perss, 1998).

[21]Jhon W. Creswell, *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016, Cet. 1).

Dalam hal ini penulis menggunakan *Interview* (Wawancara) terstruktur yaitu peneliti harus menggunakan acuan pertanyaan lengkap dan terperinci agar data-data yang diperoleh sesuai dengan harapan.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan peneliti untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu dilokasi penelitian. Dalam kegiatan ini peneliti mencatat dan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada remaja yang dijadikan narasumber. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data dan dokumen-dokumen[22]. Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data Kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen, maupun catatan pristiwa yang berbentuk tulisan dan gambar.

d. Analisis data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data. Analisis dalam penelitian Kualitatif akan berlangsung bersamaan dengan tahapan-tahapan lain dalam proses pengumpulan data[23]. Data yang dihasilkan berupa teks atau gambar, dan tidak semua informasi yang didapatkan digunakan dalam penelitian, maka dalam hal ini peneliti perlu menganalisis data dan memisahkan data.

Data yang didapatkan melalui wawancara dan pengamatan yang dilakukan dilapangan secara langsung, serta beberapa dokumen dan foto-foto dapat dipilih dan memilah milahnya menjadi satu kesatuan yang nantinya dapat dikelola dan memutuskan apa yang akan dijelaskan

---

[22]Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

[23] Jhon W. Creswell, Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016, Cet. 1).

atau diceritakan dalam penelitian ini. Untuk melakukan analisis data diperlukan beberapa proses, yaitu :

1) Reduksi data

Reduksi atau pengurangan data merupakan teknik yang digunakan untuk membuang atau mengurangi informasi data yang tidak perlu, proses ini dilakukan untuk lebih menyederhanakan data mentah yang terjadi dalam catatan tertulis dilapangan.

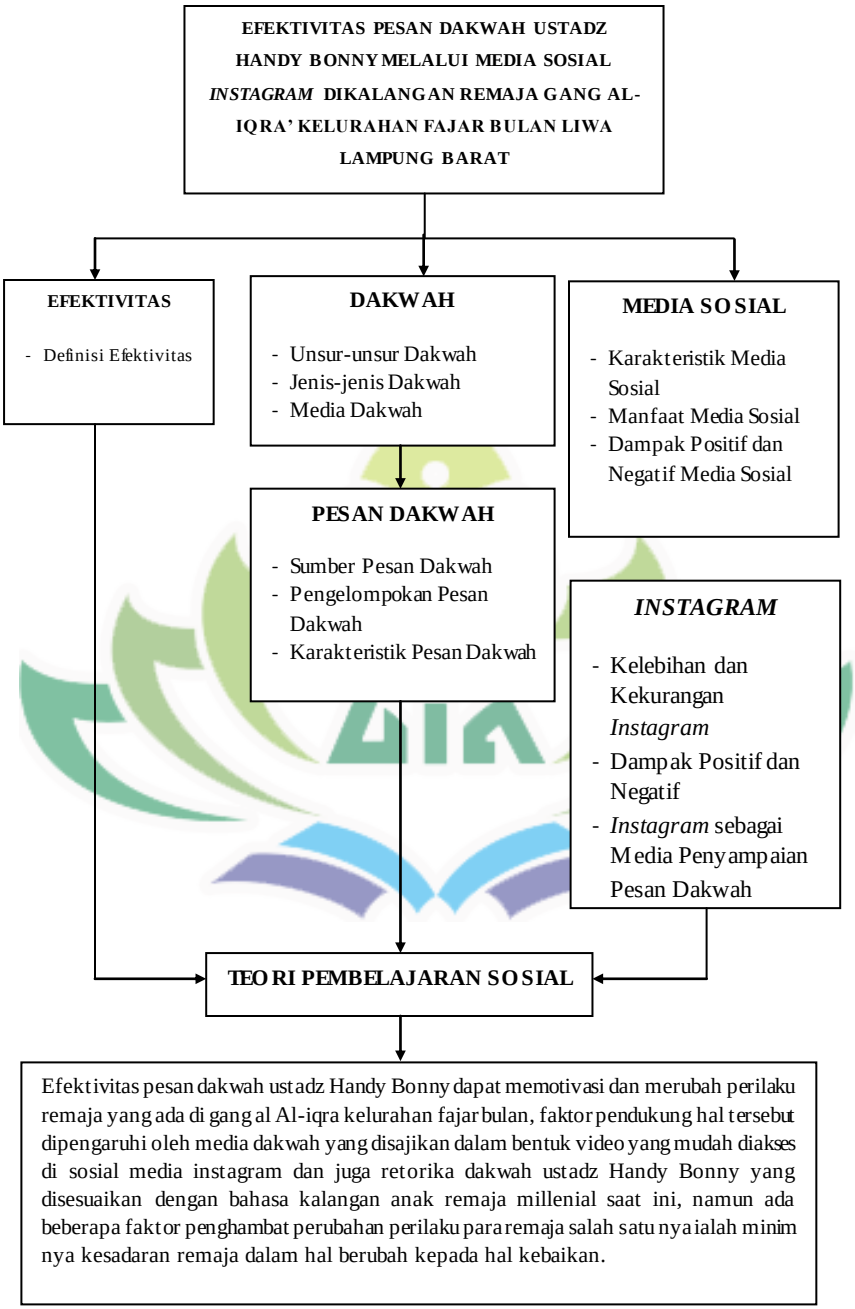
2) Penyajian data

Tahap ini adalah mengambil kemungkinan ditariknya kesimpulan dari data yang telah direduksi, sehingga sesuai dengan pokok permasalahan yang diamati.

3) Verifikasi data atau menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari penyusunan data sesuai dengan kebutuhan. Peneliti menarik kesimpulan dari pernyataan umum menjadi pernyataan khusus atau dari pernyataan khusus menjadi pernyataan umum.

I. Kerangka Berpikir



Teori pembelajaran sosial digunakan untuk melihat sejauh mana video-video yang ditonton tersebut memberikan pengaruh terhadap perubahan akhlak remaja yang ada di gang Al-Iqra', Kelurahan Fajar Bulan. Dalam proses penerapan teori ini ada lima tahapan. Teori ini dipakai untuk mempermudah penelitian, sehingga peneliti mendapatkan data yang diinginkan.

J. Sistematika Pembahasan

Penulisan proposal ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

   Pada bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, kerangka berfikir dan sistematika pembahasan. Uraian yang dijelaskan dalam bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum terkait isi keseluruhan skripsi yang berjudul Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan Fajar Bulan Liwa Lampung Barat

2. Bab II Landasan Teori

   Menguraikan tinjauan pustaka, teori-teori yang berasal dari studi kepustakaan dan berfungsi sebagai kerangka teori untuk menyelesaikan penelitian terkait dengan judul skripsi Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Handy Bonny Melalui Media Sosial *Instagram* Dikalangan Remaja Gang Al-Iqra' Kelurahan, Fajar Bulan, Liwa, Lampung Barat. Meliputi hal-hal terkait tentang sejauh apa dan bagaimana efektifitas pesan dakwah ustadz handy bonny melalui media sosial *instagram*.

3. Bab III Deskripsi Objek Penelitian

   Mendeskripsikan atau menggambarkan secara umum objek penelitian, dalam hal ini peneliti akan mendeskripsikan

letak geografis, gambaran umum kelurahan fajar bulan, jumlah populasi warga yang ada di gang Al-iqra', selain itu juga menjelaskan tentang biografi ustadz Handy Bonny dan isi pesan dakwah ustadz Handy Bonny.

4. Bab IV Analisis Penelitian

   Pada bab IV terdapat pembahasan hasil analisis yang penulis tulis tentang efektifitas pesan dakwah ustadz Handy Bonny melalui media sosial *Instagram* yang ditinjau dari selama penelitian berlangsung.

5. Bab V

   Pada bab V berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai efektifitas pesan dakwah ustadz Handy Bonny melalui media sosial *Instagram* dan juga berisi saran-saran dan penutup, bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata penulis.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian oleh penulis dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa efektivitas pesan dakwah ustadz Handy Bonny melalui media sosial cukup efektif. Penyampaian dakwah melalui konten video melalui *Instagram* bisa dikatakan efektif hal ini dilihat dari video dakwah pada akun *Instagram* ustadz Handy Bonny mampu meningkatkan pemahaman agama serta membentuk motivasi dan perilaku hijrah pada informan, namun perilaku hijrah juga dipengaruhi oleh sudah berapa lama atau tidak nya informan mengikuti akun ceramah ustadz Handy Bonny, dan juga fokus atau tidaknya informan dalam menonton ceramah di akun *Instagram* ustadz Handy Bonny.

Hasil temuan dari peneliti di bab 3 yang berhubungan dengan teori Pembelajaran Sosial dan dijadikan acuan dipenelitian ini mengenai Atensi (perhatian), menurut hasil observasi peneliti ditemukan bahwa informan memperhatikan konten ceramah ustadz Handy Bonny dikala mereka sedang senggang/santai.Selanjutnya, Retensi (mengingat), menurut hasil observasi peneliti ditemukan bahwa informan lebih memperhatikan dan fokus pada konten yang sedang relate dengan keadaan informan dan juga konten materi dakwah yang mereka sukai. Selanjutnya Reproduksi Motorik (gerak), yaitu gerakan atau perubahan perilaku, setelah informan mengarahkan perhatian kepada video ceramah di akun *Instagram* ustadz Handy Bonny, mengingat isi pesan yang terkandung dan menyimpannya dalam ingatan, informan melakukan Reproduksi Motorik yang dipengaruhi adanya pemahaman agama yang lebih baik pada informan setelah menonton video akun *Instagram* ustadz Handy Bonny yang membuat mereka menjalankan aturan agama sesuai dengan tuntutan syariat islam sebagai pembuktian atas

keimanannya kepada Allah. Kemudian yang terakhir adalah Motivasi yaitu adanya dorongan menjadi lebih baik dari segi perilaku maupun akhlak. Menurut hasil observasi peneliti ada beberapa remaja yang sudah mulai mengunakan pakaian yang menutup aurat, menjauhi dosa *zinah* (pacaran), menjauhi ghibah, dalam segi pemahaman agama, dan menerima takdir yang Allah berikan kepadanya.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah perilaku hijrah sangat dipengaruhi oleh fokus atau tidak nya informan dalam menonton konten ceramah ustadz handy bonny, faktor lingkungan tetapi lebih mencondong kepada orang tua yang juga menjadi faktor pendorong seseorang untuk hijrah. Efektivitas video dakwah di akun *Instagram* ini didukung oleh karakteristik video yang menunjukkan kejelasan isi pesan, retorika dakwah yang digunakan pun tidak melulu baku dan sesekali memakai bahasa gaul/millenial, akrab dengan pengguna, memiliki kualitas resolusi video yang cukup baik, dan dapat digunakan secara individual kapanpun dan dimanapun. Video dakwah di akun *Instagram* ustadz Handy Bonny tidak membuat seseorang menjadi berubah lebih baik secara spontan, karena takaran perubahan tersebut kembali ke masing-masing orang. Namun akun *Instagram* ustadz Handy Bonny bisa dikatakan efektif dalam memberikan pemahaman serta membentuk motivasi dan perilaku hijrah pada informan.

B. Saran

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.Selain itu untuk melihat efektivitas dakwah melalui media sosial, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji dakwah diberbagai media sosial, mengingat dakwah ustadz Handy Bonny ini tidak hanya menggunakan satu media sosial, tetapi beberapa media sosial sekaligus.

C. Penutup

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat karunia-Nya dan telah memberikan kekuatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti memohon kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi karya ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Aziz Moh. Ali, "Ilmu Dakwah", (Jakarta, Prenada Media Grup, 2004).

Amin Samsul Munir "*Ilmu Dakwah",* (Jakarta, Amzah, 2009).

Creswell Jhon W., *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran,* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016, Cet. 1).

Fathoni Abdurrahman, *Metodologi Penelitian dan Tekhnik Penyusunan Skripsi,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).

F. Hanurawan,Psikologi Sosial: Suatu pengantar. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012).

H. E. K. J. E Friedman&Schustack, M, Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern, (Jakarta: Erlangga.2006).

Ilaihi Wahyu, "Komunikasi Dakwah", (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010).

Kamal Musthafa dkk, "Fiqih Islam", Cet II, (Jogyakarta, Citra Karsa Mandiri, 2002).

Munawir Ahmad Warson, Kamus Al Munawir Arab Indonesia, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997).

Mahmudi, Manajemen Kinerja Sektor Publik, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi

Ilmu Manajemen YKPN, 2015).

Nasrullah Rulli , *Media Sosial* (Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017).

Subagyo P. Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015).

Safrida,Andayani Dewi, "Aqidah dan Etika Dalam Biologi" (Banda Aceh: Penerbit Syiah Kuala

University Press, 2016).

Tinongan Rahman dkk, “Fiqih Ibadah”, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997).

Usman Husaini dan Akbar Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo

Persada, 2010), 23. Indonesia, 2020).

Wahid Fathul, Dakwah Melalui Internet, (Yogyakarta: Griya Media, 2004).

SKRIPSI :

Anggraeni Desi, “Efektivitas Media Sosial *Instagram* Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada

Akun *Instagram* @islamdakwahcom”, (Skripsi, Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan

Lampung, Indonesia, 2019).

Kurniawan Puguh, “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada

Batik Burneh”, (Skripsi, Madura: Universitas Trunojoyo Madura, 2017).

Mamangkey Vonny Agustin, “Pengaruh Motivasi Wanita Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop di Semarang”, (Skripsi, Semarang, Universitas Katolik Soegijapranata, 2018).

Mulia Bella Nadyantama, “Efektivitas Media Sosial *Instagram @Fuadbakh* Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik), (Thesis, Ponorogo: Institut Islam Agama Negeri Ponorogo, Indonesia, 2018).

Ramadhani Andi Zhafira Nurul, “Pengaruh Terpaan Akun Instagram @awkarin Terhadap Persepsi

Remaja Pengguna *Instagram* Tentang Awkarin”, (Skripsi, Univeritas Muhammadiyah Malang, 2020).

Rahim Muhammad Faatir, "Pesan Dakwah Melalui Media Sosial" (Analisis Wacana Pesan Dakwah

Dalam Postingan Video Pada Akun *Instagram* @ustadkhalidbasalamahofficial", (Skripsi, Malang

Universitas Muhamadiyah Malang, Indonesia, 2020), 1

Rasyid Afif Abdul, "Pengaruh Penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah (Studi Kasus Akun

Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad", (Skripsi, Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Indonesia, 2020).

JURNAL :

Ayu Ira Marti, dkk, " Program Peningkatan Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja di

Smk "X" Tangerang Raya", *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)* 3, No. 1 (2020).

Alimuddin Nurwahidah, "Konsep Dakwah Dalam Islam" *Jurnal Studia Islamika* 4, No. 1 (2007)

Azmi Nurul, "Potensi Emosi Remaja dan Pengembangan nya", *Jurnal Pendidikan Sosial* 2, No. 1 (2015).

Agianto Rifki, Anggi Setiawati dkk, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika

Remaja", *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* 7, No.2 (2020): 131-132,

Aliyudin, "Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an", *Academic Jurnal For Homiletic Studies*

5, No. 15 (2010).

Bungo Sakareya, "Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural" *Jurnal Dakwah Tabligh*

15,No. 2 (2014).

Bukhori Baidi, "Dakwah Melalui Bimbingan dan Konseling Islam", *Jurnal Bimbingan Konseling Islam,*

5, No. 1 (2014).

Cahyono Anang Sugeng, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia",

Publiciana 9, No. 1 (2016).

Ginanjar M. Hidayat, Kurniawat Nia, "Pembelajaran Akidah Akhlak dan Korelasinya Dengan Peningkatan Akhlak Al-Karimah Peserta Didik", *Jurnal Edukasi Islam Jurnal Pendidikan Islam,*6 no. 12 (2017): 107. http://dx.doi.org/10.30868/ei.v6i12.181

Husain Lismayani dkk, "Efektifitas Pelaksanaan Pelayanan Kearsipan Pada Dinas

Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan" , *Jurnal Ad'ministrare* 2, No. 1 (2015).

Habibah Syarifah, "Akhlak dan Etika Dalam Islam", *Jurnal Pesona Dasar* 1, No.4 (2015).

Irwandani, Juariah Siti, "Pengembangan Media Pembelajaran Berupa Komik Fisika Berbantuan Sosial

Media *Instagram* Sebagai Alternatif Pembelajaran", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni* 5, No. 1

Jafar Iftitah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-qur'an" *Jurnal Komunikasi Islam* 8, No. 1

(2018).

Kamaluddin, "Pesan Dakwah" *FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 2, No. 2 (2016).

Kurnia Neng Dewi dkk, *"Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi*

Media Di Upt Perpustakaan Itenas", Edulib 8, No. 1 (2018).

Millah Asep Saeful, Solahudin Dindin, dan Bahrudin, "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny" Jurnal Komuikasi dan Penyiaran Islam 3, No. 2 (2018).

Muhlisian Asep Achmad, Putri, Yuliani Kusuma "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam

Pembelajaran Kanji" *Jurnal Of Japanise Language & Edcation* 3, No. 2 (2019).

Mahendra Bimo, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam *Instagram* (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal*

Visi Komunikasi 16, No. 1 (2017).

Mamuaja Brejita, "Analisis Efektivitas Penerapan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Instansi

Pemerintah di Dinas Pendapatan Kota Manado", *Jurnal Emba* 4, No. 1 (2016).

Muhlisian Asep Achmad, "Pengunaan Media Sosial *Instagram* Dalam Praktik Pemahaman Budaya", *Academia*, 2018, http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/41225 .

Nadzifah Faizatun, "Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar

Kudus," *At-Tabsyir*, Vol. 1, No. 1, (2013).

Nurrahmi Febri, Farabuana Puteri, "Efektivitas Dakwah Melalui *Instagram", Journal Of Communication*,

Vol. 4, No. 1 (Banda Aceh : Nyimak, 2020).

Prabawati Achadyah, "Remaja Yang Ideal Adalah Idola Sosialita Dambaan Orang Tua Harapan Bangsa Dan Negara" *Majalah Ilmiah "Pelita Ilmu"* 2 No. 1 (2019): https://doi.org/10.37849/mipi.v2i1.116

Rini Dinda Sekar Puspita, Nuraeni Reni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*), *Jurnal Common* 3, No. 1 (2019).

Ratnamulyani Ike Atikah, Maksudi Beddy Iriawan, "Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi

Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar di Kabupaten Bogor", *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora* 20, No. 2 (2018).

Musthofa, “Prinsip Dakwah Via Media Sosial” *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 16, No. 1 (2016).

R Wilga Secsio Ratja Putri, Nurwati Nunung, S Meilanny Budiarti, Pengaruh Mediasosial Terhadap

Prilaku Remaja, *Jurnal Riset & Pkm* 1, No. 3, (2016)

Wifalin Michelle, “Efektifitas *Instagram* Common Grounds”, *Jurnal E-Komunikasi* 4, No. 1 (2016).