

**PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sahabatsurga
DALAM MEMPERKUAT PEMAHAMAN AGAMA PADA
MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

SKRIPSI

**NOVA FIRDIANA
NPM: 1841010506**

Program Studi: Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

**PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sahabatsurga
DALAM MEMPERKUAT PEMAHAMAN AGAMA PADA
MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun Oleh

**Nova Firdiana
NPM. 1841010506**

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I : Dr. H. Jasmadi, M.Ag
Pembimbing II: Dr. Fitri Yanti, MA**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

ABSTRAK

Pesan dakwah atau Maddah (materi dakwah) adalah pesan yang disampaikan oleh da'I kepada mad'u yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist. Berupa ajaran Islam yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu Aqidah, Syariat, dan juga Akhlak. Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini digunakan tidak hanya untuk meningkatkan eksistensi diri, namun bisa juga digunakan sebagai media dakwah. Salah satu yang menggunakan instagram untuk media berdakwah yaitu akun instagram @sahabatsurga. Akun ini selalu mengunggah konten yang bertujuan untuk berdakwah dan mengajak netizen untuk berbuat kebaikan, dan memiliki target followers yang dituju yaitu pada usia produktif seperti late millenials dan Gen Z.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (Field Research) dengan pendekatan kualitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu follower/pengikut dari akun instagram @sahabatsurga yang merupakan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik "*purposive sampling*" yaitu teknik pengambilan sekelompok sampel yang terlebih dahulu dikategorikan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi.

Hasil dari penelitian diketahui: Pesan dakwah yang ada di akun instagram @sahabatsurga mengandung tiga kategori pesan dakwah, yakni: pesan tauhid/akidah terdapat 3 postingan pada bulan September dan 2 postingan pada bulan oktober. Pesan syariah terdapat 6 postingan pada bulan September dan 6 postingan pada bulan oktober, dan pesan akhlak terdapat 11 postingan pada bulan September dan 18 postingan pada bulan oktober, dan untuk sisanya merupakan video yang dapat dikategorikan sebagai video informasi atau yang sedang ramai dibicarakan atau biasa disebut viral, walaupun berupa video informasi atau viral akun instagram @sahabatsurga juga mempostingnya dan mengaitkannya dengan dakwah. Dan dalam penelitian ini lebih menonjolkan postingan yang sama dengan nama dari akun instagram @sahabatsurga, yaitu postingan mengenai persahabatan yang sampai/menjuju surga. Dan pemahaman yang Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dapat dari akun instagram @sahabatsurga dapat dikatakan sangatlah berpengaruh atau dapat memperkuat pemahaman agama Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, yang dimana setiap postingan akun instagram

@sahabatsurga selalu disertai dan dikaitkan dalam hal kegamaan, terutama dalam hal berdakwah mengenai ajaran agama islam yang dimana Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang awalnya tidak mengetahui menjadi tahu dan yang sudah tahu menjadi lebih tau dan hal tersebut dapat memperkuat pemahaman agama Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam memahami konten-konten yang diposting akun instagram @sahabatsurga mengenai pesan akidah, syariah dan akhlak serta bisa dijadikan sebagai pengingat dan teguran. Dalam penelitian ini juga membahas mengenai definisi dan contoh sahabat surga yang dimana yang dimaksud sahabat surga yaitu persahabatan yang didasari dari saling mencintai karena Allah dan bersahabat di jalan Allah saling mengingatkan mengenai agama, yang mana nantinya menjadi jembatan bagi kita untuk kembali bertemu di surganya Allah. Dalam pandangan islam, terciptanya hubungan berupa persahabatan merupakan salah satu hal yang sangat dianjurkan oleh Allah SWT. “Perumpamaan kawan yang baik dan kawan yang buruk seperti seorang penjual minyak wangi dan seorang peniup alat untuk menyalakan api (pandai besi). Adapun penjual minyak wangi, mungkin dia akan memberikan hadiah kepadamu, atau engkau membeli darinya, atau engkau mendapatkan bau harum darinya. Sedangkan pandai besi, mungkin dia akan membakar pakaianmu, atau engkau mendapatkan bau yang buruk”, (H.R. Bukhari dan Muslim).

Kata Kunci: Pesan Dakwah, Instagram.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Firdiana
NPM : 1841010506
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @sahabatsurga Dalam Menguatkan Pemahaman Agama Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi 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 pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 28 Desember 2022

Penulis



Nova Firdiana
NPM.18410100506

HALAMAN PERSETUJUAN

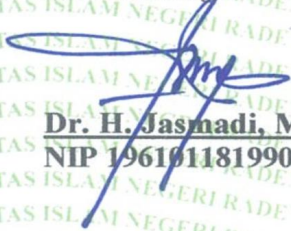
**Judul Skripsi : PESAN DAKWAH PADA AKUN
INSTAGRAM @sahabatsurga DALAM
MEMPERKUAT PEMAHAMAN AGAMA
PADA MAHASISWA UIN RADEN INTAN
LAMPUNG**

**Nama : NOVA FIRDIANA
NPM : 1841010506
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam siding munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I



Dr. H. Jasmadi, M.Ag
NIP 196101181990031003

Pembimbing II



Dr. Fitri Yanti, MA
NIP 197510052005012003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Dr. Khairullah, S.Ag., M.A
NIP. 197303052000031002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Telp. (0721) 704030 Sukarame 1 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sahabatsurga DALAM MEMPERKUAT PEMAHAMAN AGAMA PADA MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG” disusun oleh: **Nova Firdiana, NPM: 1841010506, Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**, telah diujikan dalam sidang munaqosah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Jum’at, 24 Februari 2023**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. H. Zamhariri, S.Ag, M.Sos.I



(.....)

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd



(.....)

Penguji I : Dr. Khairullah S.Ag, MA



(.....)

Penguji II : Dr. H. Jasmadi, M.Ag



(.....)

Penguji III : Dr. Fitri Yanti, MA



(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 195110119955031001

MOTTO

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

“Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”

(QS. Al-Hujurat: 10)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji dan syukur kepada Allah SWT dan tak lupa shalawat beserta salam selalu turunkan kepada baginda Rasul yakni Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir nanti aamiin ya rabbal ‘alamin. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

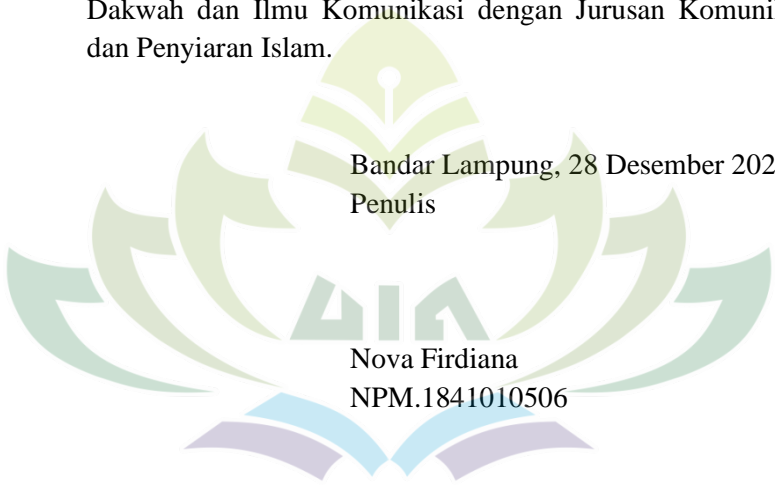
1. Kedua orang tua saya yang tercinta yaitu Ibunda Ana Yusriana dan Ayahanda Akhmad Firdaus yang senantiasa memberikan do’a, semangat dan kasih sayang yang tiada henti kepada saya. Terimakasih banyak atas semua pengorbanan yang sangat luar biasa, bekerja keras untuk membiayai saya kuliah, yang selalu berjuang mendidik dan memotivasi saya sampai bisa berada di tahap ini. Semoga ayah dan ibu senantiasa dilindungi oleh Allah SWT dan diberikan umur yang panjang serta kesehatan dan kebahagiaan dunia akhirat, aamiin ya rabbal ‘alamin.
2. Kakak, adik serta keponakan saya yaitu Angga Pratama, Yudi Afrizal dan Chayra Aleva yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, senyuman, dan bantuan kepada saya.
3. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah bertahan dan berjuang sampai detik ini.
4. Keluarga besar, nenek Masnah, Alak, Minan, Makcik, Uwo, Kakak, Adik yang telah memberikan do’a, semangat dan support sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Nova Firdiana, dilahirkan di Desa Wayakrui pada tanggal 21 November 1999, anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Akhmad Firdaus dan Ibu Ana Yusriana.

Adapun jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis diantaranya:

1. SD N 4 Kalirejo Pada Tahun 2012
2. SMP Muhammadiyah 1 Kalirejo Pada Tahun 2015
3. SMA N 1 Sukoharjo Pada Tahun 2018
4. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi studi S1 nya di UIN Raden Intan Lampung. Di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.



Bandar Lampung, 28 Desember 2022
Penulis

Nova Firdiana
NPM.1841010506

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT, karena atas kuasa dan ridha Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam mari kita sanjungkan kepada sang kekashi Allah SWT yakni Nabi Muhammad SAW. Semoga ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Sebelumnya penulis mengucapkan jazakumullah khairan katsiran kepada kedua Orang Tua tercinta dengan curahan cinta dan kasih sayang nya, kerja kerasnya, serta do'a yang selalu terucap. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat berjasa, untuk itu terimakasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak diantaranya:

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.
3. Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom Selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. H. Jasmadi, M.Ag Selaku Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Fitri Yanti, MA Selaku Pembimbing 2 yang selalu sabar dan bijak dalam memberikan arahan serta dorongan yang sangat bermanfaat guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
6. Keluarga besar perpustakaan UIN Raden Intan Lampung atas memperkenankan penulis meminjam buku sebagai literature yang dibutuhkan.

7. Pengurus/pengelola akun instagram @sahabatsurga dan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung atas kerjasamanya yang telah memberikan data-data dan informasi demi kelancaran skripsi ini
8. Teman-teman seperjuangan ku baik yang di perkuliahan maupun teman-teman kosan dan seluruh temanku yang selalu memberi semangat dan menghibur dalam proses menyelesaikan skripsi
9. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Desember 2022
Penulis

Nova Firdiana
NPM.1841010506

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
SURAT PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan Subfokus	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Kajian Terdahulu	8
H. Metode Penelitian	10
I. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL	19
A. Pesan Dakwah	19
1. Pengertian Pesan Dakwah	19
2. Jenis-jenis Pesan Dakwah	21
3. Tema-Tema atau Isi Pesan Dakwah	30
4. Karakteristik Pesan Dakwah	31
5. Hubungan Pesan Dakwah dengan Unsur-Unsur Dakwah.....	34
B. Media Sosial	40
1. Jenis Media Sosial.....	41
2. Fungsi Media Sosial.....	42
C. Analisis Isi (Content Analysis)	42

BAB III AKUN INSTAGRAM @sahabatsurga SERTA TANGGAPAN DARI MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG.....	49
A. Gambaran Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.....	49
B. Gambaran Umum Akun Instagram @sahabatsurga.....	50
C. Bentuk-Bentuk Dakwah.....	55
D. Konten Akun Instagram @sahabatsurga.....	56
a. Konten yang berjudul “Dikeluarkan Dari KK Karena Mualaf”.....	57
b. Konten yang berjudul “Pria yang Tadinya Nulis Buku Anti-Islam, Tapi Malah Dapat Hidayah Dari Allah”.....	59
c. Konten yang berjudul “Apakah Menyentuh Kemaluan Membatalkan Wudhu”.....	60
d. Konten yang berjudul “Hukum Memejamkan Mata Ketika Shalat”.....	61
e. Konten yang berjudul “Detik-Detik Pengendara Sepeda Motor Terseret Arus Air”.....	63
f. Konten yang berjudul “Masya Allah Tabarakallah Rebutan Kebaikan”.....	64
g. Konten yang berjudul “Ma Fi Qalbi Ghairullah.....	65
h. Konten yang berjudul “Serge Aurier Akui Lebih Bahagia Setelah Peluk Islam”.....	66
i. Konten yang berjudul “Hukum Menggaruk-garuk Saat Shalat”.....	68
j. Konten yang berjudul “Hukum Menangis Saat Shalat”.....	69
k. Konten yang berjudul “7 Adab Anak Kepada Orang Tua Menurut Imam Al-Ghazali”.....	71
l. Konten yang berjudul “Ini Keutamaan Menyantuni & Memuliakan Anak Yatim”.....	73
m. Konten yang berjudul ”Simak Ini dan Tag Bestiimu”.....	74
n. Konten yang berjudul “Paksa dan Ajak Orang Terdekat Masuk Surga”.....	76

o.	Konten yang berjudul “Berkumpullah Dengan Orang Soleh”.....	77
p.	Konten yang berjudul “4 Bocah Lagi Baca Al-Quran, Kaget Ternyata Abangnya”.....	78
q.	Konten yang berjudul “Masya Allah Tabungan Surga Untuk Orang Tuanya Dari Anak yang Shaleh”.....	79
E.	View Dari Akun Instagram @sahabatsurga	80
F.	Pemahaman Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Mengenai Postingan Akun Instagram @sahabatsurga	81

BAB IV PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTARAM @sahabatsurga DALAM MENGUATKAN PEMAHAMAN AGAMA PADA MAHASISWA UIN RADEN INTAN	91
A. Pesan Dakwah Yang Terdapat Pada Akun Instagram @sahabatsurga.....	92
1. Pesan Dakwah yang Mengandung Tauhid/Akidah.....	92
2. Pesan Dakwah yang Mengandung Syariah	96
3. Pesan Dakwah yang Mengandung Akhlak.....	100
B. Penguatan Pemahaman Agama Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung	108
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	113
C. Penutup	114

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

- 3.1 Logo Akun Instagram @sahabatsurga
- 3.2 Struktur Organisasi Akun Instagram @sahabatsurga
- 3.3 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Seorang Mualaf
- 3.4 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Seorang Penulis Buku Anti-Islam dan Akhirnya Mualaf
- 3.5 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Hukum Apabila Menyentuh Kemaluan Membatalkan Wudhu
- 3.6 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Hukum Memejamkan Mata Ketika Shalat
- 3.7 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Berbuat Baik atau Membantu Orang Lain
- 3.8 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Berbuat Baik atau Membantu Orang Lain
- 3.9 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Allah Adalah Satu-Satunya Tuhan
- 3.10 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Seorang Pemain Sepak Bola yang Mualaf
- 3.11 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Hukum Menggaruk Saat Shalat
- 3.12 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Hukum Menangis Saat Shalat
- 3.13 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Adab Anak Kepada Orang Tua
- 3.14 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Memuliakan Anak Yatim
- 3.15 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Persahabatan
- 3.16 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Mengajak Ke Surga
- 3.17 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Persahabatan
- 3.18 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Persaudaraan
- 3.19 Postingan Akun Instagram @sahabatsurga Tentang Anak yang Shaleh Tabungan Surga Orang Tua

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Izin Survey / Penelitian Dari Fakultas
- Lampiran 3 : Surat Rekomendasi Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
- Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 5 : Surat Konsultasi Skripsi



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari adanya kesalah pahaman dan salah pengertian, maka perlu adanya penegasan judul, adapun judul penelitian skripsi ini yaitu: **“PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @sahabatsurga DALAM MENGUATKAN PEMAHAMAN AGAMA PADA MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG”** untuk menghindari kesalahan dalam memahami tujuan dan maksud dari skripsi ini, perlu dijelaskan mengenai pengertian judul tersebut.

Pesan dakwah atau Maddah (materi dakwah) adalah pesan yang disampaikan oleh da'I kepada mad'u yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist.¹ Berupa ajaran Islam yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu Aqidah, Syariat, dan juga Akhlak.

Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter,² namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Akun @sahabatsurga dipilih karena memiliki jumlah followers 3,2JT pengikut dan dari jumlah followers tersebut kuransg lebih banyak dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang juga mengikuti akun *instagram* tersebut. Keunikan yang dimiliki *instagram* sendiri ada pada bingkai foto maupun video yang berbentuk persegi, memiliki fitur edit foto maupun video yang menjadi menarik minat pengguna

¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) ed.1, cet. 1, 24.

² Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

untuk memposting di *instagram*, serta pada durasi video yang diberikan oleh *instagram* (*vidgram*) yaitu tidak melebihi dari 60 detik, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi para penggiat dakwah (da'i) agar bisa mengemas pesannya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh *instagram*.

Menguatkan adalah menjadikan kuat dalam berbagai arti seperti mengukuhkan, meneguhkan (dugaan, pendapat, alasan, keputusan, dsb).³ Dan yang dimaksud menguatkan dalam penelitian ini yaitu semakin menguatkan pengetahuan agama pada mahasiswa UIN RIL yang terkait dengan ajaran agama islam.

Pemahaman berasal dari kata paham yang artinya mengerti benar dalam suatu hal.⁴ Pemahaman mencakup kemampuan untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari. Adanya kemampuan pemahaman ini dinyatakan dalam menguraikan isi pokok dari suatu bacaan mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk lain.⁵

Agama adalah persoalan keyakinan yang dipercaya dapat membawa kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Agama islam merupakan agama yang terakhir, agama keseimbangan dunia dan akhirat, agama yang tidak mempertentangkan iman dan ilmu. Allah Ta'ala telah mewahyukan agama ini dalam nilai kesempurnaan yang tinggi, kesempurnaan yang mana meliputi nilai-nilai fundamental tentang duniawi dan ukhrawi guna mengantarkan manusia kepada kebahagiaan lahir dan batin.⁶

Berdasarkan penegasan judul di atas, dapat penulis jelaskan bahwa penelitian ini merupakan suatu penelitian yang

³ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa), 765.

⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 811.

⁵ W.S. Wingkel, *Psikologi Pengajaran*, 149.

⁶ Nasruddin Razaq, *Dienul Islam*, (Bandung: Al-maarif, 1987, cet. Ke-7), 7.

dilakukan untuk mengupas atau mengkaji pesan dakwah yang terdapat pada konten akun instagram @sahabatsurga yang terkait dengan Syariat Agama Islam

yang postingannya dapat menambah atau menguatkan pengetahuan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung terkait syariat agama islam.

B. Latar Belakang

Bagi setiap muslim sebaik-baiknya aktivitas komunikasi adalah dakwah. Sebagaimana yang dipahami bahwa dakwah adalah kegiatan yang bersifat mengajak, menyeru dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan aqidah, syariah dan akhlak islam.⁷ Dimana seorang da'i (komunikator) menyampaikan kepada (mad'u) umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk dan ajaran dari Allah SWT melalui Rasulullah SAW, Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah Ali-Imran [3] : 104 yaitu:

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

Artinya “Dan hendaklah ada di antara 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)

Sebagai seorang muslim, kita diwajibkan untuk berdakwah. Kegiatan berdakwah tidak hanya dilakukan oleh Ustad, Kyai, atau Da'I saja, tetapi setiap umat muslim memiliki tugas untuk berdakwah yaitu menyebarkan ajaran

⁷ Bambang, Saiful Ma'arif. *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 22.

agama Islam sesuai dengan syariat Islam sesuai dengan yang disebutkan dalam Al-Quran dan Hadist.

Pada proses komunikasi dikenal adanya komunikator, komunikan, pesan, saluran yang dipergunakan dan dampak yang ditimbulkan, elemen-elemen ini berkaitan erat satu sama lainnya, begitu juga dalam komunikasi dakwah., komunikasi artinya proses penyampaian suatu pesan pada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah perilaku, pendapat atau sikap baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media)s.⁸

Adapun pengertian dakwah ialah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk verbal, tulisan atau tingkah laku serta sebagainya yang dilakukan secara individual maupun kelompok supaya muncul pada dirinya suatu kesadaran sikap pengkhayatan maupun pengalaman terhadap ajaran agama menjadi pesan yang disampaikan kepadanya menggunakan tanpa ada unsur-unsur paksaan.⁹

Seperti pada proses komunikasi dimana komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan sedangkan komunikan adalah sebagai penerima pesan.¹⁰ Sama halnya dengan proses dakwah yang mana seorang Da'i sebagai komunikator yang mengirim atau pemberi pesan kepada Mad'u, sedangkan Mad'u sebagai komunikan yang menerima pesan. Yang pada saat ini berdakwah tidak hanya dilakukan secara langsung seperti pengajian di majlis taklim atau pengajian dan pertemuan lainnya tetapi juga bisa melalui online seperti media sosial.

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun

⁸ Enung Asmaya, "Efektivitas Dakwah Bagi Remaja," KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 7.2 (1970), <https://doi.org/10.24090/komunika.v7i2.381>.

⁹ Jurnal An-nida, "Efektifitas Pesan Dakwah Terhadap Peningkatan," 10.1 (2018). Diakses pada tanggal 01 Juni 2022

¹⁰ Jurnal Zikri Fachrul Nurhadi dan Achmad Wildan Kurniawan, "Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi " .92 (2017)

berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan menguatkan ikatan secara virtual. Hal ini sejalan dengan pendapat Van Dijk (2013) yang memberikan definisi media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan.¹¹

Kemajuan teknologi terus berkembang dari masa ke masa. Berbagai macam teknologi diciptakan untuk memberi kemudahan bagi para penggunanya. Salah satu kemajuan teknologi yaitu dalam bidang komunikasi. Kemajuan teknologi komunikasi melahirkan media yang memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi atau pesan tanpa batasan waktu dan tempat. Salah satu media komunikasi yaitu media sosial. Seperti sekarang ini banyak sekali media sosial dan aplikasi yang populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan seperti Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Twitter, Tiktok dan aplikasi populer lainnya. Dan salah satu aplikasi yang diminati oleh masyarakat di era ini salah satunya yaitu Instagram.

Instagram merupakan media sosial yang memudahkan masyarakat dalam berbagi informasi melalui sebuah foto atau video. Kini instagram dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagi macam hal, seperti media untuk berbisnis, sarana pendidikan, media hiburan, bahkan instagram kini digunakan untuk media berdakwah. Metode dalam berdakwah juga mengikuti arus berkembangnya teknologi. Berbagai media baru banyak dimanfaatkan untuk berdakwah. Dengan menggunakan media baru para pendakwah dapat menyampaikan dakwahnya kepada khalayak ramai dengan jangkauan yang lebih luas.

¹¹ Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

Seperti yang dilakukan oleh akun instagram @sahabatsurga yang memanfaatkan instagram sebagai media dalam berdakwah. Dalam menyebarkan pesan dakwah akun ini terus memposting konten-konten mengenai dakwah Islam. Konten yang disuguhkan dalam akun ini meliputi banyak hal seperti hijrah kepada Allah, segala yang berkaitan dengan Nabi Muhammad SAW, membahas tentang Al-quran dan cara membaca Al-quran yang baik, hukum shalat, sedekah, membahas mengenai akhlak, berita yang sedang viral dan memberi informasi yang dikemas dengan cara berdakwah, dan lain sebagainya.

Dari postingan akun instagram @sahabatsurga dapat dilihat bahwa postingannya memberikan kita ilmu dan informasi mengenai pesan-pesan dakwah terkait dengan ajaran Agama Islam. Yang dimana bisa kita lihat postingan dari akun instagram @sahabatsurga dapat menguatkan pemahaman agama kita mengenai ajaran Agama Islam seperti: hukum yang ada di ajaran Agama Islam, surat-surat yang terdapat di Al-Quran beserta artinya, tentang hadis, dan lain sebagainya. Dalam hal ini akun instagram @sahabatsurga yang menjadi komunikator atau Da'i sebagai pemberi pesan sedangkan komunikan atau Mad'u disini yaitu follower dari akun instagram @sahabatsurga.

Hingga tanggal 29 September 2022 akun @sahabatsurga sudah memposting 15,9 ribu postingan. Dan akun ini memiliki 3,2 juta pengikut di instagram. Yang mana pengikut dari akun ini berasal dari berbagai kalangan, dari orang tua, ibu rumah tangga, remaja, laki-laki dan perempuan. Yang dalam skripsi ini penulis akan mengkaji postingan akun instagram @sahabatsurga yang diposting pada bulan september dan bulan oktober 2022.

Kegiatan mahasiswa yang sering mengakses media sosial secara tidak langsung akan mempengaruhi pola pikir mereka, dan saat mahasiswa mengakses akun dakwah islami di instagram secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola pikir dan ideologi mereka dalam beragama. Pola pikir tersebut

dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mahasiswa dan dengan adanya fitur atau edit yang menarik dari postingan di media sosial yang mana tidak hanya menarik tetapi juga memiliki isi pesan yang ingin disampaikan dengan bentuk foto maupun video dapat meningkatkan kesadaran dalam ajaran agama dan membuat mahasiswa tertarik untuk menyebarkan postingan tersebut dengan fitur yang menarik tersebut dengan isi pesan yang utama yang ingin disampaikan diberbagai platform atau media sosial mahasiswa.

Dan disini penulis akan melakukan penelitian di kalangan mahasiswa, yaitu Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN RIL). Yang mana dikalangan ini banyak sekali yang menggunakan media sosial instagram dan juga ada beberapa mahasiswa yang mengakses akun instagram @sahabatsurga. Dan ingin mengetahui postingan akun instagram @sahabatsurga yang terdapat pada bulan September dan bulan oktober 2022 dalam menguatkan pemahaman agama bagi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

C. Fokus dan Subfokus

Sub fokus pada penelitian ini adalah berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berfokus pada pesan dakwah pada postingan akun instagram @sahabatsurga pada bulan September dan bulan oktober 2022 dan pemahaman Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung pada postigan instagram @sahabatsurga dalam menguatkan pemahaman agama.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apa pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @sahabatsurga pada bulan September dan bulan oktober 2022?

2. Bagaimana akun @sahabatsurga dapat menguatkan pemahaman agama pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin penulis capai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @sahabatsurga yang diposting pada bulan September dan bulan oktober 2022
2. Untuk mengetahui bagaimana akun instagram @sahabatsurga dapat menguatkan pemahaman agama pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya di lingkungan Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, khususnya tentang terpaan media yang memiliki peran dalam memberikan informasi atau pemahaman pada Mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada para pengguna media sosial dapat bijak menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan serta nilai-nilai islami.

G. Kajian Terdahulu

Ditinjau dari judul skripsi yang penulis teliti, terdapat pula beberapa kajian yang telah diteliti oleh peneliti lain namun ada sisi yang belum dibahas dari peneliti sebelumnya

beberapa penelitian yang relevan dengan judul yang penulis teliti.

1. Anjani Naka Murti, (2020) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh pesan dakwah pada akun istagram @berani.hijrah terhadap perilaku beragama remaja berpengaruh positif dan signifikan dan responden lebih cenderung merasakan apa yang diperoleh dari mengakses akun instagram @berani.hijrah.
2. Lisa Seri Wahyuni, (2019), Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, peneltian dengan judul “Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @sahabat_islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry)”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pesan-pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @sahabat_islam yaitu, pesan Aqidah, pesan Syariah, dan pesan Akhlak. Pesan dakwah pada akun instagram @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan yaitu sejak menjadi followers instagram tersebut mereka berdampak ke arah yang lebih baik dan sering mengamalkan tentang ilmu yang di dapatkan melalui postingan pada akun tersebut.
3. Yosiena Duli Deslima, (2018) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, penelitian dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa instagram adalah media yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah, terdapat mahasiswa yang memanfaatkan instagram sebagai tempat/wadah untuk berdakwah dan menjadikan

instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut.

4. Ayu Ashilawati, (2021) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, penelitian dengan judul “Konten Akun Instagram @XKWAVERS Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Dalam Analisis Pesan Dakwah”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa konten pesan dakwah pada akun @xkwavers dapat mempengaruhi seseorang untuk berhijrah dari dunia hallyu yang disebar oleh akun @xkwavers dalam bentuk konten-konten dakwah yang menarik pengikutnya, serta banyak mendapat respon positif dari pengikutnya untuk hijrah secara sukarela atau atas kemauan sendiri tanpa harus memaksa dan menggurui.

Dari uraian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian dari kajian terdahulu dengan yang peneliti teliti saat ini, terdapat persamaan yaitu meneliti pesan dakwah pada akun instagram dengan menggunakan media internet yang sama yaitu instagram, dan terdapat perbedaan pada objek, yaitu objek penelitian yang pertama remaja followers akun instagram @berani.hijrah, objek penelitian kedua yaitu mahasiswa KPI UIN Ar-Raniry, objek penelitian ketiga yaitu mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung, objek penelitian yang keempat yaitu hanya akun instagram, sedangkan objek penelitian yang saat ini teliti yaitu postingan akun instagram @sahabatsurga dan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang berarti merupakan aturan mengenai bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan dengan cara ilmiah untuk menemukan kebenaran menggunakan pemikiran yang kritis untuk mencapai suatu tujuan atau

penelitian untuk mendapatkan jalan keluar atas permasalahan tertentu berdasarkan fakta yang terkumpul.¹² Adapun metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yakni pengumpulan data secara langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dari suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat.¹³ Penelitian yang dilakukan dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi.¹⁴ Penulis menggunakan metode ini karena akan langsung mendatangi responden dimana mereka berada yaitu mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

b. Sifat Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode Kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor didalam buku Lexy J.Maleong, Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi mendefinisikan metodologi Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁵ Berdasarkan teori metodologi penelitian kualitatif diatas dapat disimpulkan bahwa metodologi kualitatif merupakan suatu tindakan

¹² Muhammad Ramdhan , *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021). 1.

¹³ M.Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghila Indonesia,2022), 11.

¹⁴ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 14.

¹⁵ Lexy J.Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung PT. Remaja Rosda Karya, 2014), 4.

penelitian untuk mendapatkan data deskriptif berupa perilaku dan kata-kata dari objek penelitian.

Penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambar. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo.¹⁶ Dalam hal ini peneliti akan berkomunikasi secara langsung dengan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam melihat pesan dakwah pada postingan akun instagram @sahabatsurga dalam menguatkan pemahaman agama.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.¹⁷ Dalam penelitian ini memperoleh data dan informasi secara langsung dengan menggunakan elemen-elemen yang telah ditetapkan sebagai populasi dan sampel. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti guna menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Dikarenakan jumlah mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang sangat banyak dan tidak memungkinkan untuk meneliti secara keseluruhan maka penulis memilih beberapa orang saja untuk dijadikan sampel sebagai sumber data. Maka dalam hal ini peneliti menggunakan teknik

¹⁶ Ibid., 11.

¹⁷ Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung Remaja Rosda Karya, 2015), 360.

“*purposive sampling*” yaitu teknik pengambilan sekelompok sampel yang mempunyai karakteristik sesuai dengan karakteristik populasi yang terlebih dahulu diketahui.¹⁸

Adapun kriteria yang dipilih untuk menjadi sampel yaitu:

1. Laki-laki dan perempuan
2. Mahasiswa aktif
3. Memiliki akun instagram dan pengguna aktif
4. Memfollow/mengikuti akun instagram @sahabatsurga

yang dapat menjadi sampel yaitu laki-laki dan perempuan, mahasiswa yang saat ini aktif perkuliahan kampus atau sedang di tahap pengerjaan skripsi dan belum lulus sidang munaqosah, memiliki aplikasi instagram dan akun instagram serta pengguna aktif karena tentunya lebih memahami cara menggunakan aplikasi instagram. Dan untuk memperkecil sampel yang akan digunakan maka penulis juga menambahkan kriteria yaitu memfollow akun instagram resmi UIN Raden Intan Lampung yaitu @uinradenintan, karena sampel akan dipilih dari follower/pengikut yang mengikuti akun instagram @uinradenintan yang juga memfollow akun instagram @sahabatsurga, karena jumlah follower/pengikut akun instagram @uinradenintan sangat banyak yaitu berjumlah 73,8ribu pengikut yang tidak memungkinkan untuk meneliti keseluruhan maka dipilih yang memenuhi kriteria diatas dan hanya dipilih beberapa akun saja untuk mewakili menjadi sampel dan terpilih lah 7 akun/mahasiswa, yang mengapa memilih 7 akun/mahasiswa tersebut karena setelah diteliti dan yang sanggup peneliti deteksi

¹⁸ Asep Saeful Mutadi, dan Agus Ahmad Safe'I, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), 154

terdapat 43 akun/mahasiswa yang mencakup seluruh fakultas yang terdapat di UIN Raden Intan Lampung dan yang terbanyak terdapat di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, karena tidak memungkinkan untuk meneliti keseluruhan maka diambil sampel dari setiap fakultas untuk mewakili.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan.¹⁹ Penulis menggunakan artikel/jurnal, buku-buku, skripsi, dan hasil data yang didapat dari postingan akun instagram @sahabatsurga pada bulan September dan bulan oktober dan wawancara pada akun instagram @sahabatsurga maupun wawancara dan dokumentasi yang didapat dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data digunakan alat pengumpul data sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek).²⁰ Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden. Dalam penelitian ini proses wawancara dilakukan secara online yaitu melalui chat WhatsApp dan DM instagram serta melalui E-mail. Dan untuk wawancara dengan mahasiswa dilakukan secara langsung face to face guna menjawab pertanyaan yang akan dijadikan sebagai data.

¹⁹ Ibid., 360.

²⁰ Sugiyono, *Op. Cit.*, 23.

b. Metode Observasi

Metode observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek yang diamati secara langsung.

Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang diamati, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati.²¹ Dalam hal ini penulis menggunakan jenis observasi partisipan, yaitu melakukan pengamatan dengan cara pengumpulan data dan informasi dengan peneliti terlihat pada apa yang diamati atau digunakan sumber dalam penelitian. Pada metode ini peneliti mengamati postingan yang diposting akun instagram @sahabatsurga pada bulan September dan bulan oktober dan melihat langsung bagaimana mahasiswa UIN Raden Intan Lampung menggunakan aplikasi instagram untuk mengakses konten dakwah pada akun instagram @sahabatsurga.

c. Dokumentasi

Menurut Koenjaraningrat dokumentasi adalah kumpulan-kumpulan data verbal berbentuk tulisan-tulisan disebut dokumen dalam arti sempit, dokumen dalam arti luas meliputi monument, artifack, foto, tape dan sebagainya. Jadi dokumentasi adalah suatu cara yang ditempuh untuk memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang ada, serta hal-hal yang berhubungan dengan lokasi yang diteliti, metode ini penulis gunakan sebagai metode pelengkap dalam mengumpulkan data yang diinginkan seperti bukti postingan akun instagram @sahabatsurga dan dokumentasi pada saat wawancara dengan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

²¹ Muhammad Teguh, *Op. Cit.*, s133.

4. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesa kerja seperti yang disarankan oleh data.²²

Analisis yang digunakan dalam penelitian Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @sahabatsurga Dalam Menguatkan Pemahaman Agama Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung adalah analisis kualitatif atau yang tidak menggunakan metode tematik sebagai langkah penelitiannya. Analisis ini lebih berfokus pada proses pengolahan data yang didapat dari sumber wawancara maupun observasi.

I. Sistematika Pembahasan

Bab I. Pendahuluan

Pada bab I, menjelaskan tentang penegasan judul untuk skripsi mengenai Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @sahabatsurga Dalam Memperkuat Pemahaman Agama Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, menjelaskan istilah-istilah penting dalam judul skripsi yang penulis buat agar tidak ada kesalahpahaman serta kekeliruan. Kemudian menguraikan latar belakang masalah serta menjelaskan persoalan berkaitan dengan masalah penelitian. Lalu penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah agar lebih fokus pada masalah penelitian. Kemudian mencantumkan rumusan masalah pelaksanaan penelitian. Menguraikan tujuan dan manfaat penelitian dan mencantumkan kajian penelitian terdahulu yang relevan agar penulis mengetahui hal-hal yang sudah diteliti dan belum diteliti agar tidak terjadi penjiplakan. Kemudian menjelaskan metode penelitian atau tindakan yang digunakan untuk meneliti serta pemecahan masalah. Dalam

²² M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, (Jakarta Ghalib Indonesia, 2002), 11.

bab 1 juga terdapat pembahasan untuk mendeskripsikan alur pembahasan peneliti skripsi

Bab II. Landasan Teori

Pada bab II, memuat uraian tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori relevan yang terkait dengan tema skripsi. Diantaraya: Pengertian Pesan Dakwah, Jenis-Jenis Pesan Dakwah, Tema-Tema atau Isi Pesan Dakwah, Karakteristik Pesan Dakwah, Pengertian Instagram, Sejarah Instagram, Fitur-fitur Instagram, serta Analisis Isi (Content Analysis).

Bab III. Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab III, menjelaskan tentang objek penelitian yaitu gambaran Mahasiswa UIN RIL, gambaran umum akun instagram @sahabatsurga, bentuk-bentuk dakwah, konten akun instagram @sahabatsurga, view dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, serta pemahaman mahasiswa UIN Raden Intan Lampung mengenai postingan akun instagram @sahabatsurga.

Bab IV. Analisis Penelitian

Pada bab IV, berisi tentang pembahasan analisis yang penulis tulis tentang isi pesan dakwah pada akun instagram @sahabatsurga dalam menguatkan pemahaman agama pada Mahasiswa UIN RIL.

Bab V. Penutup

Pada bab V, terdapat kesimpulan yang berisi pernyataan singkat peneliti mengenai pesan dakwah pada akun instagram @sahabatsurga dalam memperkuat pemahaman agama pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung berdasarkan analisis data serta temuan peneliti dan saran dari hasil penelitian yang bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam mengambil inti dari hasil penelitian ini.



BAB II

PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL

A. PESAN DAKWAH

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah atau Maddah (materi dakwah) adalah isi atau materi dari aktivitas yang disampaikan da'i (communicator) kepada mad'u (comunican) dalam proses dakwah berupa ajaran islam.²³ Yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu Aqidah, Syariat, dan juga Akhlak.

Menurut Toha Yahya Umar, dakwah islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemashlatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.²⁴ Dakwah adalah komunikasi dimana *da'i* menyampaikan pesan melalui lambang- lambang kepada *mad'u*, dan *mad'u* menerima pesan itu, mengolahnya dan kemudian meresponnya.²⁵

Pengertian yang mencakup dan agak luas mengenai dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa, yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem dan teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fithrah seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat

²³ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) ed.1, cet. 1, 24.

²⁴ Moh. Ali. Aziz, *Ilmu Dakwah*, Cet. Ke-II (Jakarta: Kencana Prenada Media Group., 2004). 13.

²⁵ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Cet. Ke-IV (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008). 20.

manusia, supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²⁶

Menurut Drs. Hamzah Yaqub dalam bukunya "Publistik Islam memberikan pengertian dakwah Islam ialah" mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya". Dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.²⁷ Yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِّدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

"serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." . (Qs. An-Nahl [16]:125)

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwasanya, pesan dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u.²⁸ Menurut Toto Tasmara yang dikutip oleh Onong Uchjana pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber, amanat yang harus dilakukan atau disampaikan oleh komunikator, atau juga

²⁶ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah Surabaya, 1993). 29.

²⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998). 19.

²⁸ M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Kencana Media Grup, 2006). 24.

dapat berupa lambang. Lambang yang dimaksud adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.²⁹

Jadi yang dimaksud pesan dakwah adalah pesan yang mengandung arti segala pernyataan yang berupa seperangkat lambang yang bermakna yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunah yang berupa ajaran aqidah, akhlak dan syariah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dilaksanakan secara sadar dan berencana tanpa ada suatu paksaan untuk mengajak manusia baik individu atau golongan melalui media lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya agar mengikuti ajaran Islam dan mampu mensosialisasikannya dalam kehidupan dengan tujuan mendapat kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

2. Jenis-Jenis Pesan Dakwah

Istilah pesan dakwah dilihat lebih akurat untuk menjelaskan isi dakwah yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya. Diharapkan dapat memberikan apresiasi terlebih dalam perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah yang menjadi pesan dakwah. Jika melalui tindakan maka, perbuatan baik itulah yang menjadi pesan dakwah. Pesan dakwah dalam bahasa tutur merupakan bingkai budaya dalam masyarakat maksud nya jika kita menggunakan pesan dakwah untuk merubah seseorang menjadi lebih baik harus menggunakan bahasa dan tutur kata yang baik pula.

²⁹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994). 18.

Semua pesan yang bertentangan dengan Al-Quran dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral, bahkan dengan menutip ayat Al- Quran sekalipun. Akan tetapi jika itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsu maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah.³⁰

Pada dasarnya, selama tidak bertentangan dengan sumber utama dakwah Al-Qur'an dan Hadis, pesan dalam bentuk apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Ali Aziz menjelaskan bahwa pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (AlQur'an dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadis).³¹

a. Ayat-ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah kitab bagu umat muslim, Al-Quran sendiri juga adalah wahyu penyempurna bagi umat muslim. Karena 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-Fatihah, terdapat tiga bahasa pokok yang sebenarnya yang menjadi pesan pusat dakwah yaitu aqidah pada ayat 1-4, ibadah pada ayat 5-6, dan muamalah pada ayat ke-7, ketiga ayat itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam. Dalam menjadikan Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan:

- 1) Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar. Kekurangan satu huruf saja atau kesalahan tanda baca (*syakl*) dapat mengubah makna ayat Al-Qur'an. Begitu pula, pengucapan yang tidak sesuai dengan pedoman

³⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 318.

³¹ *Ibid.*, 319.

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 arti ayat Al-Qur'an. Tidak semua orang mengerti bahasa Arab apalagi bahasa Al-Qur'an. Bagi pendakwah yang mampu menerjemahkannya sendiri dengan baik, ia lebih baik menggunakan terjemahannya. Jika ia tidak mampu, maka ia harus memilih terjemahan dari sumber yang terpercaya serta menulis atau mengatakan sumber tersebut. Jika memungkinkan, secara baiknya pendakwah menulis atau mengungkapkan ayat Al-Qur'an sesuai teks aslinya, tidak menuliskan terjemahannya saja.
- 3) Sebaiknya ayat Al-Qur'an ditulis pada lembaran yang tidak mudah diletakkan pada tempat yang kotor atau mudah terinjak. Begitu pula, pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya dilakukan dalam keadaan berwudhu (suci dan hadas). Ayat Al-Qur'an adalah suci dan mulia. Dengan cara tersebut, kita tidak bisa memuliakannya.³²

b. Hadits Nabi Muhammad SAW

Manusia banyak yang akan tersesat dan buta akan suatu kebenaran. Maka dari itu dibutuhkan pedoman yang bisa menuntun umat manusia. Semua hal yang berhubungan dengan Nabi Muhammad SAW meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya itu dinamakan hadits. Untuk melihat kualitas

³² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). 320.

kesahihan hadits, tidak harus menelitinya secara sendiri. Pendakwah hanya perlu bagaimana cara mendapatkan hadits yang shahih serta dapat memahami kandungannya.³³ Dalam mengutip hadits sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh pendakwah:

- 1) Penulisan atau pengucapan hadis harus benar. Kesalahannya dapat menimbulkan perubahan makna. Namun kesalahan ini tidak lebih berat dibandingkan dengan kesalahan penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an. Untuk mengucapkan redaksi (*matan*) hadis, antara ilmu tajwid tidak seketat seperti pembacaan Al-Qur'an.
- 2) Penulisan atau pengucapan *matan* hadis sebaiknya disertai terjemahannya, agar pengertiannya dapat dipahami oleh mitra dakwah. Dalam terjemah yang benar, mitra dakwah dapat merasakan kehadiran Nabi Saw. Jika hadis tidak disebut dan hanya terjemahan saja, maka hal itu tidak menjadi persoalan. Tidak sedikit hadis yang diriwayatkan maknanya saja, sementara *matan* merupakan redaksi perawi.
- 3) Nama Nabi dan sahabat harus di sebutkan dalam melafalkan hadis dan perawi kitab harus disebutkan.
- 4) Pendakwah memprioritaskan hadits yang lebih tinggi kualitasnya.
- 5) Pengungkapan hadits sesuai topik yang di bahas.³⁴

³³ Ibid., 321.

³⁴ Ibid., 322

c. Pendapat Para Sahabat Nabi

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW ada yang termasuk sahabat senior (khibar al-shahabah) dan sahabat junior (sighar al-shahabah). Sahabat senior diukur dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW hampir semua perkataan sahabat dalam kitab-kitab hadits berasal dari sahabat senior.³⁵ Dalam mengutip pendapat sahabat 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 *radyliyallahu'anhu'anha* atau menulis dengan singkatan r.a dibelakang nama sahabat.

d. Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu Islam secara mendalam dan menjalankannya. Dengan pengertian ini, kita menghindari pendapat ulama yang buruk ('ulama' al-su'), yakni ulama yang tidak berpegang pada Al-Qur'an dan hadits sepenuhnya dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya.³⁶

Pendapat para ulama dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-*

³⁵ Ibid., 323.

³⁶ Ibid., 323.

muttafaq 'alaih) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhtalaf fih*). Macam pendapat yang pertama lebih tinggi nilainya daripada yang kedua. Kita boleh saja meragukan pendapat ulama jenis pertama, yaitu yang telah disepakati. Apalagi terhadap pendapat yang masih diperselisihkan. Menolaknya pun tidak menjadi persoalan. Akan tetapi, kita tidak boleh gegabah melakukannya karena bisa jadi keraguan itu bersumber dari keterbatasan pengetahuan kita dalam hal itu.³⁷ Adapun etika dalam mengutip pendapat ulama adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.
- 2) Menyebut ulama yang dikutip.
- 3) Mengetahui argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (*taqlid*)
- 4) Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat.
- 5) Menghargai setiap pendapat ulama.
- 6) Kita mengenal jati diri utama, walau tidak sempurna sebelum mengutipnya

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 sebab itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika berikut.

³⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). 323.

- 1) Menyebut nama penelitiannya, 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 utama dakwah, bukan sebaliknya pesan utama dakwah dipakai untuk memperkuat hasil penelitian.³⁸

f. Kisah dan Pengalaman Teladan

Menceritakan pengalaman seseorang atau kisah teladan rasul atau pribadi yang terkait dengan sesuatu masalah topik adalah sesuatu cara ketika mitra dakwah sulit untuk mencerna konsep-konsep atau kata kata dakwah yang sulit dimengerti. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, pada saat itu kita mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti- bukti nyata dalam kehidupan pada kisah teladan rasul.

g. Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian peristiwa lebih ditonjolkan daripada 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 sering diistilahkan dengan kata al-naba', yakni berita yang penting,

³⁸ Ibid., 325.

terjadinya sudah pasti, dan membawa manfaat yang besar. Berbeda dengan kata al-khabar yang berarti berita sepele dan sedikit manfaatnya.³⁹ Dalam menjadikan berita sebagai penunjang pesan dakwah, terdapat beberapa etika yang harus diperhatikan:

- 1) Melakukan pengecekan berkali-kali sampai diyakini kebenarannya.
- 2) Dampak dari suatu berita juga harus dikaji.
- 3) Sifat berita adalah datar; hanya memberitahukan (*to inform*).

h. Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala perlu ditunjukkan 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.⁴⁰

Tidak semua karya sastra bisa menjadi pesan dakwah, sebab ada karya sastra yang digunakan untuk pemujaan berhala, mengungkapkan cinta asmara, menggambarkan keindahan dunia, dan sebagainya. 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 sebuah sastra secara lisan, kedalaman perasaan harus

³⁹ M. Quraish Shihab, 2002 : XV: 6.

⁴⁰ Ibid., 328.

menyertainya, agar sisi keindahannya dapat dirasakan.

- 4) Jika diiringi musik, maka penyampaian karya sastra tidak dengan alat musik yang berlebihan.

i. Nilai Sastra

Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijaksanaan. Keindahannya menyentuh perasaan, sementara kebijakannya menggugah hati dan pikiran. Pesan yang bijak akan mudah diterima dengan perasaan yang halus. Orang yang tidak memiliki perasaan sulit untuk menerima kebijakan. Bukanlah ayat suci Al-Qur'an dan mengandung nilai sastra yang tinggi. Hati yang sedang sakit, seperti sombong, dengki, kikir, dan sebagainya sulit menerima kebenaran Al-Qur'an.⁴¹

j. Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang sangat tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi non verbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengactu pada lamang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun. Jadi, bersifat subjektif.⁴²

Tidak semua orang mencintai atau memberikan apresiasi karya seni. Bagi pecinta karya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berfikir tentang Allah SWT dan makhluk-Nya lebih daripada ketika hanya mendengar ceramah agama. Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan, yaitu:

⁴¹ Ibid., 329.

⁴² Ibid., 330.

- 1) Diupayakan sedemikian rupa agar karya seni tidak ditafsirkan secara salah oleh mitra dakwah. Jika dipandang perlu bisa diberi sedikit komentar
- 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.

3. Tema-Tema atau Isi Pesan Dakwah

Endang Saifuddin Anshari membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

1. Pesan Akidah

Pesan Akidah adalah pondasi dasar dari ajaran agama Islam yang didalamnya memuat keyakinan serta kepercayaan kepada Allah SWT yang meliputi iman kepada Allah SWT., iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-Rasul Allah, dan iman kepada qadha dan qadar. Akidah seseorang dapat ditingkatkan dengan cara banyak bermuhasabah diri terhadap amalan amalan perbuatan yang telah dilakukan.

2. Pesan Syariah

Pesan Syariah adalah yang meliputi ibadah dalam arti khas (thaharah, shalat, assaum, zakat haji) dan muamalah dalam arti luas (al-qanun alkhas/hukum perdata dan al- qanun al-‘am/hukum publik), yang menyangkut aktivitas semu aspek kehidupan seorang muslim, mana yang baik dilakukan dan yang tidak baik ditinggalkan.

Singkatnya pesan syariat merupakan pesan yang berkaitan dengan aturan agama yang harus dipertanggungjawabkan. Pesan dakwah yang menyampaikan unsur syariat Islam harus dapat memaparkan atau menyampaikan informasi yang jelas dibidang hukum yang bersifat wajib, mubah (diperbolehkan), mandup (diperbolehkan), makruh (dianjurkan tidak dilakukan) dan haram (dilarang).⁴³

3. Pesan Akhlak

Pesan Akhlak adalah yang meliputi akhlak kepada al-khaliq dan makhluk (manusia dan nonmanusia). Pesan yang berkaitan dengan budi perkerti, tingkah laku, dan tabiat manusia. Dalam Islam sendiri akhlak mempunyai kedudukan yang lebih tinggi di kehidupan manusia karena menyakung perbuatan dan tingkah laku seorang muslim.

4. Karakteristik Pesan Dakwah


Karakteristik pesan dahwah memiliki 5 karakteristik. Karakteristik pesan dakwah tersebut adalah Mengandung Unsur Kebenaran, Membawa Pesan Perdamaian, Tidak Bertentangan dengan Nilai-Nilai Universal, Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan dan Mengapresiasi Adanya Perbedaan. Yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Mengandung Unsur Kebenaran

Karakteristik pertama dan utama dalam pesan dakwah Islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikannya. Berbeda dengan komunikasi dimana dalam prosesnya bisa mengandung unsur yang tidak benar atau negatif. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT,

⁴³ Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah.*, 27.

sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya Qs. Al-Baqarah [2] : 147 yang berbunyi:


 الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ

Artinya: “Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang ragu”. Qs. Al-Baqarah [2] : 147

Kebenaran yang bersumber dari Allah tersebut berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur’an. Jadi Al-Qur’an merupakan sumber kebenaran yang mutlak yang perlu disampaikan oleh da’i kepada manusia.⁴⁴

b. Membawa Pesan Perdamaian

Sesuai dengan namanya Islam yang berkata dasar salam yang berarti damai. Perdamaian juga merupakan sebuah unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Seperti dalam mengucapkan Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh yang artinya Semoga keselamatan, rahmat Allah, dan berkah-Nya tercurah kepada kalian. ketika bertemu orang atau ketika mengunjungi rumah sesama Muslim, dan hendaklah yang mendengarkannya menjawab Wa ‘alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh yang artinya Dan semoga keselamatan, rahmat Allah, dan keberkahan-Nya tercurah kepada kalian juga.⁴⁵

c. Tidak Bertentangan Dengan Nilai-nilai Universal

Pesan dakwah hendaknya disampaikan dalam konteks lokalitas dari mad’u yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan kegiatan masyarakat. Persoalan yang

⁴⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), 142.

⁴⁵ Ibid., 143.

muncul kepermukaan ketika ajaran Islam diyakini sebagai ajaran yang bersumber dari Arab sehingga lokalitas “ke-Arab-an” menjadi sesuatu yang dianggap universal dan mesti diikuti oleh masyarakat di luar Arab. Seakan-akan Islam tidak memperhatikan perbedaan wilayah dan latar belakang masyarakat yang menjadi objek dakwah. Dalam hal ini kita perlu membedakan antara sumber dengan proses penyampaian dan pemaknaan pesan dakwah.⁴⁶

d. Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan

Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang dianjurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat Islam, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur’an “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kemungkarannya bagimu” (QS. Al-Baqarah (2): 185). Memudahkan dalam pesan dakwah tidak diartikan memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat ulama fikih (melakukan taklifi). Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan 4 dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat Islam.⁴⁷

e. Mengapresiasi Adanya Perbedaan

Ada pengalaman menarik ketika ada seorang da’i menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dengan lantang dan penuh semangat. Materi yang disampaikan berkisar pada praktik keberagaman yang biasa dilakukan oleh kalangan nahdliyin. Da’i tersebut kurang mengenal mad’u dan kurang membaca situasi dimana jamaah tersebut berada. Ternyata jamaah yang diajak umumnya kalangan Muhammadiyah. Akhirnya, apa yang disampaikan oleh da’i tersebut

⁴⁶ Ibid., 143.

⁴⁷ Ibid., 144.

kurang mendapatkan tanggapan positif dari para jamaah. Mereka hanya diam dan terkadang mengabaikan apa yang disampaikan oleh da'i tersebut. Pesan dakwah memiliki berbagai jenis cara untuk menyampaikannya, seperti dengan cara sastra, dikarenakan lebih menarik dan indah. Tidak sedikit para pendakwah yang menyisipkan karya sastra dalam pesan dakwahnya. Karya sastra memuat pesan-pesan bijak, harus berlandaskan etika, serta beriman.⁴⁸

5. Hubungan Pesan Dakwah dengan Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah, yaitu faktor atau muatan-muatan yang saling mendukung dan mempengaruhi antara unsur satu dengan yang lainnya dalam aktivitas dakwah itu sendiri, antara lain:

a. Hubungan Pesan Dakwah dengan Komunikator Dakwah /Da'i

Dai merupakan bahasa Arab sebagai isim *fa'il* dari akar kata : *Da'a*, *Yad'u* yang berarti seorang laki-laki sebagai subjek atau pelaku dalam menegakkan dakwah. Sedangkan untuk perempuan lazim digunakan istilah "*da'iyah*". Sedangkan secara istilah, menurut al-Bayanuny da'i adalah orang yang melakukan komunikasi, edukasi, implementasi dan internalisasi ajaran islam.

Sebutan da'i adalah bagi siapapun yang menegakkan seluruh bentuk atau sebagian bentuk dakwah. Sedangkan mereka yang menegakkan dakwah secara total dalam berbagai bentuknya disebut *ad-daa'iyah al-kaamilah* (da'i yang total).⁴⁹

⁴⁸ Ibid., 144.

⁴⁹ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009). 26.

Da'i sangat erat hubungannya dengan pesan dakwah, karena *da'I* merupakan komunikator yang akan menyampaikan pesan dakwah tersebut kepada *mad'u* sebagai komunikan atau penerima pesan.

b. Hubungan Pesan Dakwah dengan Komunikan Dakwah/Mad'u

Mad'u secara bahasa merupakan bahasa Arab, sebagai isim *maf'ul* dari: *da'ahu*, *yad'uhu*: *fahuwa mad'u* yang berarti objek dakwah (yang diajak kepada Allah atau menuju *al-islam*). Sedangkan secara istilah, menurut al-Bayanuny *mad'u* adalah objek dakwah yaitu manusia secara universal baik dalam jarak dekat maupun jauh, muslim maupun kafir, baik laki-laki maupun perempuan.

Karena islam bersifat universal, maka objek dakwah pun adalah manusia secara universal termasuk diri da'i itu sendiri. Oleh karena itu, level pertama objek dakwah adalah diri sendiri dan kemudian, keluarga sendiri, karib kerabat, dan segenap umat manusia. Dengan demikian objek dakwah adalah manusia secara keseluruhan yang tidak dibatasi oleh agama, jenis kelamin, usia, suku, ras, geografis, warna kulit, bahasa, profesi, dan lain sebagainya. Hal ini dapat kita lihat dalam sejarah, bahwa orang-orang yang menerima dan mengikuti dakwah Rasulullah saw. Adalah berbagai lapisan umat manusia dari berbagai lintas usia dan bangsa.⁵⁰

Hubungan pesan dakwah dengan *mad'u* adalah orang yang menerima pesan dakwah itu sendiri yang dalam hal ini *da'i* mengharapkan adanya *feedback* dari komunikan (*mad'u*) setelah adanya proses penyampaian pesan dakwah.

⁵⁰ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009). 30.

c. Hubungan Pesan Dakwah dengan Media Dakwah
(*Wasilah- al Dakwah*)

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara.⁵¹

Wasilah (media) dakwah adalah media atau instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. Media ini bisa dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan maupun tulisan. Di antara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para da'i saat ini adalah: TV, Radio, Surat Kabar, Majalah, Buku, Internet, Handphone, Bulletin.⁵²

Menurut Mira Fauziah (2006:102), media dakwah adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.⁵³

Menurut Muhammad Said Mubarak, *al-Whasilah* juga bisa berarti *al-Wushlah* yakni alat yang menjadi perantara untuk menyampaikan sesuatu kepada yang dituju. Selanjutnya menurut beliau terdapat dua bentuk washilah dalam dakwah, yakni:

⁵¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). 403.

⁵² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012). 9.

⁵³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). 404

- 1) Maknawiyah, yaitu suatu perantara yang mesti dilakukan oleh seorang da'i dalam berdakwah, berusaha keras mencari materi yang baik, serta waktu dan tempat yang tepat guna kegiatan dakwah.
- 2) Madiyah, yaitu berupa: (1) *Tatbiqiyah*, seperti masjid, aula, dan pusat dakwah islam; (2) *Taqniyah*, seperti pengeras suaradan berbagai peralatan modern lainnya; dan (3) *Asasihah*, berupa ucapan seperti nasihat dan wejangan serta gerakan menempuh perjalanan.⁵⁴

Hubungan pesan dakwah dengan media dakwah adalah sebagai alat bantu atau channel yang digunakan dalam proses penyampaian pesan dakwah oleh seorang da'i kepada khalayak *mad'u*.

d. Hubungan Pesan Dakwah dengan Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan dengan pendekatan pada suatu pandangan *human oriented* atau penempatan penghargaan yang mulia atas diri manusia.⁵⁵

Macam-macam metode dakwah yaitu:

- 1) Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.⁵⁶
- 2) Metode tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan cara tanya jawab untuk

⁵⁴ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009). 53.

⁵⁵ Munzier Suparta & Harjani Hefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003). 9.

⁵⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009). 101.

mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, disamping itu juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah.

- 3) Metode diskusi sering dimaksudkan untuk mendorong mitra dakwah berpikir dan mengeluarkan pendapat serta ikut menyumbangkan dalam suatu masalah agama yang terkandung banyak kemungkinan-kemungkinan jawaban.⁵⁷
- 4) Metode propaganda. Propaganda berasal dari Yunani "*propagare*" yang artinya menyebarkan atau meluaskan. Dakwah dengan metode propaganda berarti suatu upaya menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa, persuasif dan bukan bersifat otoriter.
- 5) Metode keteladanan dakwah dengan menggunakan keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga *mad'u* akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.
- 6) Metode drama dakwah adalah suatu cara menjajikan materi dakwah dengan mempertunjukkan dan mempercontohkan kepada *mad'u* agar dakwah dapat tercapai sesuai dengan yang ditargetkan. Kini sudah banyak dilakukan dakwah dengan metode drama melalui film, radio, televisi, teater, dan lain-lain.
- 7) Metode silaturahmi (*home visit*), yaitu dakwah yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka

⁵⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004). 367.

menyampaikan pesan dakwah kepada penerima dakwah.

Hubungan pesan dakwah dengan metode (thariqah) dakwah adalah cara yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikannya sampai kepada hati mad'unya.

e. Hubungan Pesan Dakwah dengan Atsar (efek dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *wahilah*, dan *thariqoh* tertentu, maka akan timbul respon dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima pesan dakwah).⁵⁸ *Atsar* (efek) sering disebut juga dengan *feedback* dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak yang menjadi perhatian para *da'i*.

Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah 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

⁵⁸ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Pranada Mulia, 2006). 34.

setengah-setengah. Seluruh komponen *system* (unsur-unsur) harus di evaluasi secara komprehensif.⁵⁹

Jalaludin Rahmad menyatakan bahwa efek dapat terjadi pada tataran yaitu;

- 1) Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, 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.⁶⁰

B. MEDIA SOSIAL

Menurut Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.⁶¹ Media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media elektronik, maka media sosial menggunakan internet.

⁵⁹ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Pranada Mulia, 2006). 35.

⁶⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). 21.

⁶¹ Rulli, Nasrullah. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 11.

1. Jenis Media Sosial

Pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis yaitu:⁶²

Pertama, proyek kolaborasi *website*, dimana *user*-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuat konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti Wikipedia.

Kedua, blog dan microblog, dimana *user* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.

Ketiga, konten atau isi, dimana para *user* di *website* ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain, seperti Instagram dan YouTube.

Keempat, situs jejaring sosial, dimana *user* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*.

Kelima, *virtual game world*, dimana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.

Keenam, *virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain.

⁶² Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, (2014) *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 26.

2. Fungsi Media Sosial

- a. Media sosial adalah media yang di desain untuk memperluas interaksi sosial manusia 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*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“*many to many*”).
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

C. Analisis Isi (Content Analysis)

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks, “isi” dalam hal ini berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.⁶³

Analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian. Analisis isi menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media tertentu, untuk kemudian simbol-simbol atau teks tersebut diolah dan dianalisis.⁶⁴

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 maupun elektronik. Di luar itu,

⁶³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. Ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), 86.

⁶⁴ *Ibid.*, 110.

analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok, ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.⁶⁵

Analisis isi adalah metode ilmiah untuk memperelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Pada titik inilah, analisis isi banyak dipakai oleh disiplin ilmu lain. Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek yaitu:

- 1) Analisis ditempatkan sebagai metode utama.
- 2) Analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Peneliti menggunakan banyak metode (*survey, eksperimen*) dan analisis isi menjadi salah satu metode.
- 3) Analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain. Peneliti telah memperoleh data yang di peroleh dari metode lain (*survei, eksperimen, dan sebagainya*) dan menggunakan analisis isi untuk mengecek apakah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti sah atau tidak dalam hal ini didukung oleh temuan dalam analisis isi.⁶⁶

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (trend) dari suatu isi.⁶⁷

Dalam menganalisis isi, yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang apabila

⁶⁵ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 10.

⁶⁶ Ibid., 10.

⁶⁷ Ibid., 11.

disampaikan dalam bentuk lambang tersebut, maka unit analisis yang digunakan adalah materi (pesan) dakwah yang berisi tentang pesan aqidah, akhlak, dan syariah dalam unggahan video di *Instagram*.

Weber menyatakan bahwa kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang shahih dari sebuah buku atau dokumen. Holsty memberikan definisi yang lainnya dan menyatakan bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.⁶⁸

b. Tujuan analisis isi

Tahapan pertama 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. Desain riset pada dasarnya dibuat untuk menjawab pertanyaan dalam tujuan penelitian. Adapun tujuan analisis isi:

1) Menggambarkan karakteristik pesan (*Describing the characteristics of message*).

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 dan 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

⁶⁸ Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006), Cet Ke-, 68.

dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan.⁶⁹

Ada empat desain analisis isi yang umum dipakai dalam menggambarkan pesan yaitu:

- a) Analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. Analisis isi ini dipakai untuk menggambarkan kecenderungan (trend) dari pesan komunikasi.⁷⁰
- b) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. Situasi disini dapat berupa konteks yang berbeda, budaya, social, dan politik. Desain analisis isi memasukkan pesan dari sumber yang sama, tetapi dalam konteks situasi yang berbeda.⁷¹
- c) Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak di sini merujuk pada pembaca, pendengar atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik yang berbeda.⁷²
- d) 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 yang berbeda dari kasus yang sama.⁷³

⁶⁹ Eriyanto, *Analisis Isi* Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 32.

⁷⁰ Ibid., 34.

⁷¹ Ibid., 35.

⁷² Ibid., 38.

⁷³ Ibid., 39.

- 2) Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan (*Inferences about the causes of communication* Menarik)

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 focus analisis isi disini tidak deskripsi dari pesan, tetapi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu.⁷⁴

c. Pendekatan analisis isi

Aspek lain dalam menyusun desain penelitian adalah pendekatan analisis isi. Apakah analisis isi dimaksudkan hanya untuk deskriptif atau lebih jauh ingin menguji hubungan diantara variabel? Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang ingin menguji hubungan diantara variabel. Pendekatan analisis isi dibagi atas tiga bagian, yaitu: Deskriptif, Eksplanatif dan Prediktif. Dan pada penelitian ini menggunakan Analisis Deskriptif. Adapun pengertian dari tiga bagian diatas yaitu:

1) 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 untuk menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi,

⁷⁴ Ibid., 41.

menggambarkan aspek-aspek dan karakteristi dari suatu pesan.⁷⁵

2) Eksplanatif

Analisis isi eksplanatif adalah analisis isi yang didalamnya 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 anatara isi pesan ini dengan variabel lain.⁷⁶

3) Prediktif

Analisis isi berusaha untuk memprediksi hasil seperti tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Disini peneliti bukan hanya menggunakan variabel lain diluar analisis isi, tetapi juga harus menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian itu dihubungkan, dan dicari keterkaitannya.⁷⁷

⁷⁵ Ibid., 47.

⁷⁶ Ibid., 49.

⁷⁷ Ibid., 53.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2013)
- Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008)
- Asep Saeful Mutadi, dan Agus Ahmad Safe'I, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997)
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998)
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012)
- Bambang Dwi Atmoko, *Op. Cit.*
- Bambang, Saiful Ma'arif. *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010)
- Departemen pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 2012
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa)
- Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung Remaja Rosda Karya, 2015)
- Hamzah B.Uno, *Orientasi Baru dalam Psikologi Pembelajaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011)
- Husaini Usman Dan Punomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

- Ita Rahmawati, Siti Afiyah, Lailatus Sa'adah, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah 2020)
- Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah Surabaya, 1993).
- Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006)
- Lexy J.Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung PT. Remaja Rosda Karya, 2014)
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, (Jakarta Ghalib Indonesia,2002)
- M. Quraish Shihab, 2002 : XV: 6
- M. Quraish Shihab, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009)
- M.Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghila Indonesia,2022)
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005)
- Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004)
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) ed.1, cet. 1
- Muhammad Ramdhan , *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021)
- Muhammad Teguh, *Op. Cit.*
- Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*.
- Munzier Suparta & Harjani Hefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003).
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi Cet. Ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers: 2012)

Nasruddin Razaq, *Dienul Islam*, (Bandung: Al-maarif, 1987, cet. Ke-7)

Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994).

Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)

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

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta 2006)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2017)

Sugiyono, *Op. Cit.*

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 1985)

Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).

W.S. Wingkel, *Psikologi Pengajaran*

Zulfikar Abdillah Akbar, *Komunikasi Pemasaran Wisata*, (Jawa Timur: Unitomo Press 2021)

Jurnal-Jurnal

Enung Asmaya, "Efektivitas Dakwah Bagi Remaja," KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 7.2 (1970), <https://doi.org/10.24090/komunika.v7i2>.

Jurnal An-nida, "Efektifitas Pesan Dakwah Terhadap Peningkatan," 10.1 (2018). Diakses pada tanggal 01 Juni 2022

Jurnal Zikri Fachrul Nurhadi dan Achmad Wildan Kurniawan, "Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi ".92 (2017)

Sumber Skripsi

Yosiena Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018

Guesty Tania, *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019

Anjani Naka Murti, *Pengaruh Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @berani.hijrah Terhadap Perilaku Beragama Remaja*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020

Lisa Seri Wahyuni, *Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @sahabat_islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019

Ayu Ashilawati, *Konten Akun Instagram @XKWAVERS Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Dalam Analisis Pesan Dakwah*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021

Sumber Online

“Instagram” (on-line), tersedia di:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

“Istilah dan ikon instagram” (on-line), tersedia di:
<https://urbandigital.id/istilah-ikon-instagram/>

Kbbi.web.id/mahasiswa diakses pada 06 November 2022

Postingan akun instagram @sahabatsurga

Sumber Wawancara

Wawancara dengan Nur Anida Samega mahasiswa Jurusan Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama pada tanggal 03 November 2022

Wawancara dengan Taufik Kurahman mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 03 November 2022

Wawancara dengan Mutia Hiqmalia mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tanggal 03 November 2022

Wawancara dengan Nadia Arofa mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah pada tanggal 05 November 2022

Wawancara dengan Dicky Kurniawan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tanggal 05 November 2022

Wawancara dengan Sagita Nia Marfuah mahasiswa Jurusan Pendidikan Biologi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan pada tanggal 05 November 2022

Wawancara dengan Yudha Arrahma mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tanggal 05 November 2022

