

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH OLEH HABIB HUSEIN  
JA'FAR AL HADAR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @husein\_hadar**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial(S.1)  
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi

**Oleh :  
KINANTI  
NPM 1741010168**



**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**

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

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH OLEH HABIB HUSEIN  
JA'FAR AL HADAR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @husein\_hadar**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial(S.1)  
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi



**Pembimbing I : Dr.H. M. Saifuddin, M.Pd**  
**Pembimbing II : Siti Wuryan, S.Sos.I,M.Kom.I**

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

## ABSTRAK

Habib Husein Ja'far Al-Hadar merupakan seorang da'i yang cukup populer dan digemari pada saat ini khususnya di media sosial instagram. Habib Ja'far bukan satu-satunya da'i yang berdakwah melalui media sosial instagram. Ada banyak pendakwah lain yang juga memanfaatkan media sosial instagram sebagai media untuk berdakwah. Namun yang membedakan Habib Ja'far dengan pendakwah lain yaitu konten-konten beliau selalu mengikuti trend yang ada dengan menggabungkan pesan dakwah kedalam konten-konten nya sehingga pesan dakwah tersampaikan dengan menyenangkan, mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat. Ceramahnya versi pendek. Di tonton dan diminati ratusan ribu hingga jutaan masyarakat. Maka dari itu aktivitas dakwahnya di media sosial instagram banyak mendapat antusias dan sambutan yang positif di masyarakat terutama kaum muda.

Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) melalui pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Data dalam penelitian ini berupa dokumentasi video yang diunggah pada akun @husein\_hadar pada periode Juni 2022-Maret 2023 berdasarkan *likes* dan *viewers* terbanyak dengan jumlah sampel sebanyak 10 video.

Berdasarkan dilihat dari secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang ditemukan pada akun instagram milik Habib @husein\_hadar dapat digolongkan yakni 4 pesan akhlak, 4 pesan akidah, dan 2 pesan syariah. 4 pesan akhlak yakni yang pertama berjudul Takwa (Akhlak terhadap Allah) yang kedua berjudul Rendah Hati ( Akhlak teradap sesama), selanjutnya berjudul teladan (Akhlak terhadap sesama), dan yang terakhir postingan yang berjudul Bahagia (Akhlak terhadap diri sendiri). Selanjutnya 2 pesan yang mengandung pesan syariah yakni postingan yang berjudul Merapatkan shaf sholat, dan postingan berjudul Qoblyah Subuh. Pesan dakwah selanjutnya yakni pesan dakwah yang mengandung akidah yang pertama terdapat dalam postingan berjudul keberanian, Lalu postingan selanjutnya berjudul Allah maha mengetahui segala sesuatu yang baik maupun yang buruk. Selanjutnya postingan yang berjudul Menyingkirkan gangguan dari jalan. Dan postingan terakhir yang berjudul Teladan.

**Kata kunci: Analisis Isi, Pesan Dakwah, Instagram**

## **ABSTRACT**

*Habib Husein Ja'far Al-Hadar is a preacher who is quite popular and popular at this time, especially on Instagram social media. Habib Ja'far is not the only preacher who preaches through Instagram social media. There are many other preachers who also use social media Instagram as a medium for preaching. However, what distinguishes Habib Ja'far from other preachers is that his content always follows the existing trend by incorporating da'wah messages into his content so that the da'wah messages are conveyed in a fun way, easily understood and understood by the public. Short version of the lecture. Watched and attracted hundreds of thousands to millions of people. Therefore, his da'wah activities on Instagram social media received a lot of enthusiasm and positive response in society, especially young people.*

*The method in this study uses content analysis through a descriptive qualitative approach. The data in this study is in the form of video documentation uploaded to the @husein\_hadar account in the period June 2022-March 2023 based on the highest number of likes and viewers with a total sample of 10 videos.*

*Based on the overall view, it can be concluded that the da'wah messages found on Habib's Instagram account @husein\_hadar can be classified into 4 moral messages, 4 aqidah messages, and 2 sharia messages. 4 moral messages, namely the first entitled Takwa (Mortals towards Allah), the second entitled Humility (Mortals towards others), the next entitled Exemplary (Mortals towards others), and the last post entitled Happiness (Mortals towards oneself). Furthermore, 2 messages contain sharia messages, namely a post entitled Close the prayer row, and a post entitled Qoblyah Subuh. The next da'wah message is a da'wah message containing faith, the first of which is in the post entitled courage, then the next post is entitled Allah knows all things good and bad. Next is the post entitled Removing distractions from the road. And the last post is entitled Example.*

**Keywords: Content Analysis, Da'wah Messages, Instagram**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kinanti  
NPM : 1741010168  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Analisis Isi Pesan Dakwah oleh Habib Husein Ja’far Al-Hadar Mealui Media Sosial Instagram @husein\_hadar” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 6 Agustus 2023

Penulis



**Kinanti**

**1741010168**



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

**Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260**

**PERSETUJUAN**

**Judul : Analisis Isi Pesan Dakwah Oleh Habib Husein  
Ja'far Al Hadar Melalui Media Sosial  
Instagram**  
**Nama : Kinanti**  
**NPM : 1741010168**  
**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**


**MENYETUJUI**

Telah dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Dr. H. M. Saifuddin, M.Pd**  
**NIP. 196202251990011002**

  
**Sifi Wuryan, M.Kom.I**  
**NIP. 2019040119910801001**

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

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



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

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “ANALISIS ISI PESAN DAKWAH OLEH HABIB HUSEIN JA’FAR AL HADAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” yang ditulis oleh **Kinanti**, NPM: **1741010168**, Jurusan: **Komunikasi Penyiaran Islam**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Hari/Tanggal: **Selasa, 12 September 2023 Pukul 08.00 s.d 09.30 WIB**.

**TIM PENGUJI**

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

**Sekretaris** : **Nasrul Efendi, S.kom.I, M.Sos.I** (.....)

**Penguji I** : **Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I** (.....)

**Penguji II** : **Dr. H. M. Saifuddin, M.Pd** (.....)

**Penguji Pendamping** : **Siti Wuryan, M.Kom.I.** (.....)

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**Dr. H. Alim Syukur, M.Ag**  
NPM: 11011995031001

## MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

Artinya: Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman. (Ali ‘ Imran: 139)





## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* *robbil 'alamin*, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas rahmad dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi kita. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang selalu saya sayangi dan selalu memberikan motivasi dalam hidup penulis teruntuk:

1. Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Agus Sarnanto dan Ibu Erni yang senantiasa selalu mendukungku, memberiku semangat, mendengarkan keluh kesahku, memberikan dorongan luar biasa untuk penulis agar bisa menyelesaikan studi ini. Terimakasih atas segala pengorbanan dan do'a yang selalu dipanjatkan untukku.
2. Teruntuk uda ku Zhofar Murry Setiawan dan Kakak Iparku Risqi Khoirunnisa yang selalu memberikan ku semangat dan memberikan banyak arahan agar penulis bisa menyelesaikan studi ini serta mendampingiku dikala senang maupun susah. Terimakasih atas segala waktu yang telah diberikan.
3. Untuk adik-adik ku tersayang Sheila Novalia dan Felita Liya yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan untuk penulis dan memberikan banyak warna serta canda tawa yang memberikan semangat untuk penulis. Terimakasih adik-adikku.
4. Untuk Almamater yang saya banggakan UIN Raden Intan Lampung semoga semakin terdepan dan jaya selalu.


## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Kinanti lahir di Pringsewu pada tanggal 02 Oktober 1998. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara, putri dari Bapak Agus Sarnanto dan Ibu Erni.

Pendidikan yang telah diselesaikan penulis adalah:

1. TK Aisyah 1 Pringsewu, Lulus pada tahun 2005
2. SD Muhammadiyah Pringsewu, 2005 sampai dengan 2011
3. SMP Negeri 3 Pringsewu, 2011 sampai dengan 2014
4. SMA Negeri 2 Pringsewu, lulus pada tahun 2017

Pada tahun 2017, penulis diterima sebagai Mahasiswi di UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.



Bandar Lampung, 10 Agustus 2023  
Penulis

**Kinanti**  
**1741010168**

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *robbil 'alamin*, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas rahmad dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi kita.

Skripsi yang berjudul “**Analisis Isi Pesan Dakwah Oleh Habib Husein Ja’far Al Hadar Melalui Media Sosial Instagram**”. Yang ditulis sebagai syarat mutlak penyelesaian studi pada tingkat strata satu (S1) dan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.sos) di jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin fakultas ini dengan baik.
2. Bapak Dr.H.M. Saifuddin, M.Pd selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Siti Wuryan, S.Sos.I.,M.Kom.I selaku dosen pembimbing II dalam skripsi ini yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan masukan demi selesainya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag.,MA selaku Ketua Jurusan dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom, selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Staf Administrasi FDIK UIN Raden Intan Lampung yang selalu membantu dan melayani dengan baik.

6. Sahabat perjuanganku Kurnia Antoni Putri dan Ala' Nurhanifa yang selalu setia memberikan bantuan serta dukungan dikala susah maupun senang serta memberikan semangat dan kebahagiaan yang sangat berarti bagi penulis.
7. Sahabat-sahabatku Mahroza Aulia Sari, Intan Kharisma, Anisya Ardita terimakasih untuk kebersamaan serta keceriaan selama menempuh pendidikan di perkuliahan ini.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya kelas KPI E yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Terimakasih untuk seluruh pihak yang turut membantu dan tidak bisa disebutkan satupersatu, tanpa kalian penulis tidak akan sampai pada titik ini.
10. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung

Atas bantuan berbagai pihak yang telah disebutkan maupun yang belum disebutkan penulis mengucapkan terimakasih dan semoga kebaikan Kembali kepada kalian semua, Amin. Semoga skripsi ini dapat berguna, bermanfaat serta menambah wawasan mahasiswa/i khususnya fakultas dakwah dan ilmu komunikasi juga dapat menjadi tambahan wawasan referensi bagi masyarakat dalam bidang sosial.

Bandar Lampung, 10 Agustus 2023  
Penulis

**Kinanti**  
**1741010168**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian .....	8
1. Fokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	9
G. Manfaat Penelitian .....	11
H. Metode Penelitian .....	11
I. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II ANALISIS ISI, PESAN DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM</b>	
A. Analisis Isi .....	19
1. Pengertian Analisis Isi .....	19
2. Tujuan Analisis isi .....	22
3. Pendekatan Analisis Isi .....	24
4. Prinsip-Prinsip Analisis Isi.....	25
B. Pesan Dakwah.....	26
1. Pengertian Pesan Dakwah.....	26

2. Karakteristik Pesan Dakwah .....	28
3. Sumber-Sumber Pesan Dakwah .....	30
4. Unsur-Unsur Dakwah .....	34
a) Subjek Dakwah Da'i .....	34
b) Objek Dakwah Mad'u .....	34
c) Media Dakwah (Wasilah Dakwah) .....	36
d) Materi Dakwah (Maudhu Ad-Da'wah) .....	37
e) Bentuk-Bentuk Dakwah .....	43
f) Efek Dakwah .....	46
C. Media Sosial Instagram .....	47
1. Pengertian Media Sosial .....	47
2. Karakteristik Media Sosial .....	48
3. Jenis-Jenis Media Sosial .....	49
4. Fungsi Media Sosial .....	50
6. Sejarah Instagram .....	52
7. Fitur-Fitur Instagram .....	54
8. Instagram Sebagai Media Dakwah .....	56

### **BAB III PRROFIL HABIB HUSEIN JA'FAR AL-HADAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

A. Profil Habib Husein Ja'far Al Hadar .....	59
B. Pesan Dakwah Oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar di Media Sosial Instagram Periode Juni 2022-Maret 2023 Berdasarkan Likes dan Viewers Terbanyak .....	62

### **BAB IV ANALISIS ISI PESAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR AL HADAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

A. Analisis Data .....	73
1. Pesan Dakwah yang Mengandung Akidah .....	73
2. Pesan Dakwah yang Mengandung Syariah .....	82
3. Pesan Dakwah yang Mengandung Akhlak .....	87

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>99</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

- Gambar Profil instagram Habib Husein Ja'far Al Hadar
- Gambar postingan Habib Husein Ja'far Al Hadar





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “ANALISIS ISI PESAN DAKWAH OLEH HABIB HUSEIN JA’FAR AL HADAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @husein\_hadar”. Judul menggambarkan keseluruhan isi dari suatu karya ilmiah. Maka dari itu untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami pokok bahasan yang terkandung dalam judul skripsi ini berikut penjelasan istilah yang terkandung dalam kalimat judul tersebut yakni sebagai berikut:

Analisis isi menurut Smith adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dari tubuh materi (teks) (biasanya verbal) secara sistematis dan objektif dengan mengidentifikasi karakteristik tertentu dari suatu materi.

Pesan dakwah adalah pesan-pesan yang berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasulullah.<sup>1</sup> Menurut Tasmara pesan dakwah itu adaah semua pernyataan yag bersumberkan Al-qur’an dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan risalah tersebut.

Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud dengan analisis isi pesan dakwah dalam penelitian ini adalah penelaahan terhadap rangkaian materi dakwah yang disampaikan oleh da’i (komunikator) yang dalam hal ini adalah Habib Ja’far Al-Hadar terhadap konten video di akun media sosial instagramnya @husein\_hadar. Yang diunggah dari bulan Juni

---

<sup>1</sup> Anshari, M. Hafi, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya : Al-Ikhlash,1993., 146

2022-Maret 2023. Video-video tersebut kemudian dikumpulkan menjadi satu dan dikategorikan sesuai dengan tema materi dakwah yang disampaikan. Kemudian penulis menelaah masing-masing bagian untuk menemukan pesan dakwah tersebut.

Media sosial menurut Michael Cross media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.<sup>2</sup> Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih hypenym dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan.

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan.” Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram.”<sup>3</sup>

Keunikan yang dimiliki instagram sendiri ada pada bingkai foto maupun video yang berbentuk persegi memiliki fitur edit foto maupun video yang menjadi penarik minat pengguna untuk memposting di instagram, serta pada durasi yang diberikan instagram sudah bisa melebihi 60 detik sehingga mempermudah bagi para da'i untuk bisa mengemas videonya dengan durasi lebih panjang.

---

<sup>2</sup> Michael Cross, *Social Media Security*. Syngress, Missouri 2013

<sup>3</sup> Putri, A. Eryta. *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur 2013., 14

Berdasarkan penegasan judul di atas dapat penulis jelaskan bahwa penelitian ini merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk mengkaji tentang isi pesan dakwah yang menyangkut tentang akidah, akhlak, dan syariah yang disampaikan oleh Habib Ja'far Al-Hadar di akun instagram miliknya @husein\_hadar. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi melainkan memaparkan detail terhadap objek yang diteliti, yaitu mengenai isi pesan dakwah yang di unggah pada bulan Juni 2022-Maret 2023 didalam akun instagram @husein\_hadar.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Sebagai umat muslim dakwah dipahami sebagai perintah Allah SWT yang tertuang di dalam Al-qur'an. Bagi setiap muslim yang taat kepada Allah SWT, maka perintah berdakwah itu wajib dilaksanakan dengan baik, lalu disadari bahwa dakwah itu merupakan suatu kebutuhan hidup manusia. Ketika dakwah disadari sebagai suatu kebutuhan hidup, maka dakwah menjadi suatu aktivitas setiap muslim kapanpun dan dimanapun mereka berada. Kemudian aktivitas dakwah berkembang dalam berbagai situasi dan kondisi dengan berbagai dinamikanya.<sup>4</sup>

Sebagaimana dakwah adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam islam. Maka komunikasi islam menekankan pada unsur pesan dan nilai-nilai pesan. Pesan-pesan keislaman yang disampaikan disebut dakwah. Dakwah adalah ucapan atau seruan untuk mengajak manusia mengikuti islam. Sehingga dalam dakwah harus ada media yang mendukung seperti media sosial yang akrab dengan aktivitas publik saat ini. Sebagaimana yang tercantum dalam surah Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

---

<sup>4</sup> Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problema-Problema Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1994)., 35.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ  
 الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

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. Alimran [3]: 104)

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

Menurut bentuknya, media dakwah sangat banyak ragamnya. Mulai dari tradisional sampai modern misalnya kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat kabar, majalah, film, radio, kaset atau tape recorder, dan televisi. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, teknologi juga mengambil perannya. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia yang yang tidak terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi.

Perkembangan dalam bidang komunikasi telah memperpendek jarak antar wilayah. Salah satu kecanggihan komunikasi yang paling mutakhir adalah internet. Banyaknya pengguna Internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam media sosial. Internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkarya. Penggunaannya memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru untuk lebih berkembang. Selain itu, para ulama juga memanfaatkan media sosial sebagai jalur dakwah yang efektif dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya.

Penggunaan media sosial sangat marak akhir-akhir ini, terutama bagi kalangan pemuda. Media sosial sendiri sangat alternatif digunakan sebagai sarana dakwah masa kini. Maka tak sedikit dari para aktivis dakwah memanfaatkan media sosial seperti instagram dan media sosial lainnya yang ada sebagai salah satu sarana dakwah islam.

Hadirnya internet dapat menjadikan peluang bagi perubahan kemajuan dakwah. Sebagai media massa, internet dianggap dapat menjadi sarana penyampaian dakwah dalam jangkauan sangat luas. Hampir seluruh dunia dapat menggunakannya. Pemakaian internet ini dapat dimanfaatkan bagi Dai guna melanjutkan kelangsungan dakwah di era digital. Dalam internet itu sendiri tentu memiliki banyak platform sesuai fungsi masing-masing. Salah satu platform digital, orang-orang biasa menyebutnya dengan media sosial.

Media sosial itu sendiri biasa digunakan untuk berbagi suatu informasi kepada sesama pengguna media sosial. Jangkauan yang begitu luas dapat memudahkan semua orang untuk bebas mengaksesnya. Selain itu media sosial bukan hanya untuk komunikasi tetapi dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah. Beberapa media sosial tersebut salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan satu dari sekian banyak media sosial yang banyak sekali penggunaannya. Mayoritas pengguna Instagram ialah anak muda, biasa disebut generasi milenial.

Instagram merupakan media komunikasi yang sangat berpengaruh bahkan mampu dalam menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak ramai. Fasilitas yang ada di Instagram cukup beragam, mulai dari feed yang bisa diisi dengan foto dan video IG, IG TV, Snapgram, dan sekarang instagram juga menambahkan fitur reels. Pesan yang dibuat bisa dicantumkan dengan foto ataupun berupa potongan video yang menarik.

Berbagai macam fitur menarik yang tersedia di instagram hal ini sangatlah memudahkan bagi setiap orang untuk dapat mengakses foto maupun video yang mengandung pesan-pesan

dakwah yang diunggah oleh para da'i melalui akun media sosial instagram tersebut.

Pendakwah yang aktif di media sosial saat ini semakin bertambah banyak. Hal ini dikarenakan sasaran dakwah mayoritas pengguna media sosial hampir semua kalangan, baik tua, muda bahkan anak-anak banyak menggunakan media sosial. Tentu hal tersebut dapat lebih menarik perhatian masyarakat, terutama bagi orang yang sibuk berkegiatan dan tidak sempat datang ke suatu majelis. Maka ketika sudah memiliki waktu luang, orang tersebut dapat mengakses postingan berisi pesan dakwah.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang Dai melalui media sosial tentu sudah dikemas sedemikian rupa supaya pesan tersebut dapat tepat sasaran. Tidak hanya didengar dan dilihat saja tetapi pesan tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu penyajian yang baik dalam menyampaikan pesan foto dan video dakwah dengan sajian menarik bahkan berbeda dari yang lain.

Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Sebanyak 58% responden yang merupakan anak berusia 13-15 tahun menggunakan Instagram setiap hari. Persentase itu menjadi yang tertinggi di antara platform lainnya. Saat ini, Instagram sangat populer bagi semua kalangan. Dengan fitur-fitur yang semakin canggih dan menarik memungkinkan bagi pengguna untuk selalu terus mengikuti perkembangan perkembangan yang up to date.

Salah satu pendakwah yang aktif di media sosial adalah Habib Husein Ja'far Al Hadar. Habib Ja'far merupakan seorang pendakwah yang biasanya dengan mengajak masyarakat untuk melantunkan sholawat, dan penyampaian ceramah yang berisi tentang pesan dakwah agama islam. Selain itu Habib Jafar adalah seorang pendakwah yang sangat terkenal dan disegani oleh masyarakat khususnya kaum milenial.

Pada era milenial saat ini banyak pemuda muslim yang kurang pengetahuan agama, mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk nongkrong daripada ikut pengajian atau acara

dakwah. Namun kehadiran Habib Ja'far ternyata mampu mengubah anak muda jadi mau lebih mengenal islam. Melalui media sosial instagram habib mulai melakukan dakwah dengan mengunggah video yang berisikan tentang pesan dakwah yang dikemas secara kekinian dan gaul sehingga dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.

Postingan yang diunggah juga kerap viral di media sosial hal ini dikarenakan beliau selalu mengikuti trend-trend yang sedang ada dengan menggabungkan pesan dakwah kedalam konten-kontennya sehingga pesan dakwah tersampaikan dengan menyenangkan, mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat. Hal ini menjadikan Habib Ja'far salah satu pendakwah paling favorit dan populer saat ini.

Habib Jafar memiliki akun instagram bernama @husein\_hadar. Dalam akun instagram nya tersebut, Habib Jafar memanfaatkan akun nya untuk digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah nya melalui media sosial akun instagram @husein\_hadar sendiri sudah memiliki banyak followers/pengikut yakni berjumlah 3 juta pengikut sehingga sasaran dakwah beliau sudah sangat luas.

Data berupa konten video periode Juni 2022-Maret 2023 telah dikumpulkan dan diklasifikasikan menjadi 10 video yang masing-masing terdapat 5 kategori pesan dakwah akhlak, 3 pesan akidah, dan 2 pesan syariah. Konten yang dipilih berdasarkan *viewers* dan *likes* terbanyak pada periode tersebut. Adapun pemilihan media sosial instagram sebagai media penelitian dikarenakan jumlah pengikut di instagram lebih banyak dibandingkan dengan media sosial lain milik beliau.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah yang menggunakan *Instagram* sebagai media dakwah ini merupakan terobosan terbaru dalam dunia dakwah. Karena sejatinya dakwah adalah mengajak kepada hal-hal yang baik sesuai dengan syariat Islam dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Seorang penggiat dakwah (*da'i*) dalam hal ini tidak harus lagi berhadapan dengan *mad'u* (sasaran dakwah) untuk bertatap

muka dalam majelis ataupun berdakwah di atas mimbar. Melalui media sosial instagram ini dapat menyajikan tayangan dakwah yang bisa dinikmati kapan saja dan dimana saja .

Berkenaan dengan topik penelitian ini ialah pemanfaatan media sosial sebagai wadah dakwah menuai berbagai tanggapan dari warga dunia maya. Oleh karena itu penyampaian pesan dakwah melalui media sosial perlu dianalisis. Dalam hal ini peneliti ingin menganalisis isi pesan dakwah di media sosial instagram berupa video-video yang berada di akun instagram @husein\_hadar dan mengklasifikasikan kedalam beberapa kategori pesan dakwah yaitu pesan dakwah yang mengandung akidah, syariah dan akhlak dalam postingan @husein\_hadar di akun instagramnya baik secara tersirat maupun tersurat yang terdapat dalam unggahan akun instagram tersebut.

### **C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian**

#### **1. Fokus Penelitian**

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini difokuskan kepada media sosial instagram mengenai apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Habib Ja'far Husein Al-Hadar. Penelitian ini akan di fokuskan pada analisis isi pesan dakwah pada akun @husein\_hadar yang objek utamanya merupakan akun instagram @husein\_hadar

#### **2. Sub Fokus Penelitian**

Sub fokus dalam penelitian ini melihat isi pesan dakwah yang disampaikan Habib Ja'far di media sosial insagram @husein\_hadar meliputi pesan dakwah yang mengandung akidah, syariah, dan akhlak.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah suatu cara yang digunakan dalam menulis kalimat yang menanyakan masalah dan didapatkan



dari latar belakang masalah. rumusan masalah ditulis berupa kalimat pertanyaan yang berkaitan dengan judul dan permasalahan penelitian.<sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun rumusan masalah penelitian ini ialah: Bagaimana isi pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui media sosial Instagram @husein\_hadar?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, juga sesuatu yang akan dicapai atau diteliti dalam suatu penelitian.<sup>6</sup>

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui isi pesan dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far Al Hadar melalui media sosial instagram @husein\_hadar.

### **F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Untuk penyusunan skripsi ini ditahap awal penulis melakukan pengkajian dari penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai kedekatan judul dengan judul yang akan penulis teliti. Hal ini dilakukan untuk mengetahui agar skripsi yang penulis tulis berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut beberapa karya ilmiah yang memiliki kedekatan judul terhadap skripsi yang penulis tulis diantaranya:

1. Salsa Fauziah Zein Tahun 2021, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Profesor Kiai Haji

---

<sup>5</sup> Gatrell, J.D., Bierly, G.D., Jensen, R.R., & Thakur, R.R., (2020). Research Design and proposal writing in Spatial Science. Cham: Springer Nature Switzerland AG

<sup>6</sup> Dr. Muhammad Ramadhan., *Metode Penelitian*, (Surabaya, Cipta Media Nusantara, 2021), 4

Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul “Pesan Dakwah Hanan Attaki Dalam Mempersuasi Mad'u Di Instagram @Shiftmedia.ID”. Permasalahan yang diteliti pada skripsi adalah bagaimana pesan dakwah Hanan Attaki di instagram @Shiftmedia.ID. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan pendekatan komunikasi persuasif dengan 8 analisis semiotika. Perbedaan dalam penelitian ini Salsa Fauziah Zein menggunakan metode analisis semiotika sedangkan penulis menggunakan analisis isi. Persamaan nya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

2. Futikhatussalamah 2021, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto dengan judul “Analisis Pesan Dakwah Remaja di Akun Instagram @Nunuzoo periode Januari 2018-April 2020.” Fokus masalah yang diteiti yakni analisis isi pesan dakwah remaja pada akun instagram @Nunuzoo. Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Perbedaan nya yakni Futikhatussalamah menganalisis pesan dakwah remaja sedangkan penulis menganalisis isi pesan dakwah oleh Habib jafar di media sosial instagram.
3. Chelsea Sivanna Sofie Marina . Mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan judul “Pesan Dakwah Akun Twitter NU Garis Lucu.” Skripsi ini membahas tentang pesan dakwah pada postingan akun twitter NU Garis Lucu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh data dan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Perbedaan dalam penelitian ini Chelsea Sivana Sofie Maria menggunakan analisis semiotik Roland Barthes untuk mengembangkan dan mencari wawasan yang luas mengenai penelitian. Sedangkan peneliti menggunakan analisis isi untuk mengembangkan penelitian ini. Persamaan nya sama-sama menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian.

Dari penelitian diatas maka dapat di simpulkan bahwa skripsi yang penulis ajukan tidak sama dengan skripsi di atas. Dalam skripsi ini penulis meneliti Analisis isi Pesan Dakwah Oleh Habib Ja'far Al-Hadar di Media Sosial Instagram.

## **G. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan peneliti:

Manfaat dari segi teoritis:

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dalam bidang keilmuan komunikasi dan ilmu dakwah khususnya melalui media sosial instagram sebagai media dakwah
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan tentang penyampaian pesan dakwah yang disampaikan oleh Habbib Ja'far.
- c. Hasil penelitian ini juga sebagai referensi kepada pihak yang berkepentingan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Manfaat dari segi praktis:

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan melalui media sosial yang dikemas secara menarik melalui bentuk teks dan video di instagram sehingga diharapkan hal ini dapat memberikan kemudahan bagi pengguna internet khususnya pengguna media sosial instagram untuk dapat memahami agama islam.

## **H. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang menekankan pada

pengamatan dan lebih meneliti substansi makna dari sebuah fenomena..<sup>7</sup>

Dalam penelitian kualitatif terdiri dari beberapa jenis salah satunya metode pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan data dan kalimat yang digunakan.

## **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

### **a. Jenis Penelitian**

Dalam skripsi ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif (*Library Research*). Menurut Moleong yang memaknai penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan *literatur* (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun hasil laporan terdahulu.

### **b. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bila ditinjau dari sudut sifatnya, maka penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran atau merumuskan masalah sesuai dengan keadaan atau fakta yang ada.

---

## 2. Sumber Data

Setiap penelitian ilmiah mempunyai sumber-sumber sebagai bahan rujukan sebagai pendukung argumentasi peneliti. Sumber data adalah tempat diperolehnya data yang digolongkan menjadi dua yaitu :

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungan langsung dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personal yang diteliti dan dapat pula di lapangan.<sup>8</sup> Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa observasi konten. Data primer dalam penelitian ini adalah akun instagram @husein\_hadar periode Juni 2022-Maet 2023 terdapat 87 postingan video yang kemudian terpilih 10 sampel video berdasarkan *likes* dan *viewers* terbanyak pada periode tersebut. Link video tercantum pada lampiran.

### b. Data sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian di sumber-sumber yang telah ada.<sup>9</sup> Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data Sekunder dalam penelitian ini adalah segala jenis data yang berhubungan dengan masalah penelitian baik dari, buku, jurnal, internet, dan lainnya.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

### a. Metode Dokumentasi

---

<sup>8</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Depok: RajawaliPress, 2017), 175.

<sup>9</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2004), 19.

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan, transkrip dan buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Penulis menggunakan metode ini agar mendapatkan data-data yang bersumber dari data yang tertulis sesuai dengan keperluan dalam penelitian. Penulis menggunakan 2 sumber data dalam penelitian ini yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder. Pada dasarnya, dokumen digunakan untuk memperkuat penelitian agar dapat dipercaya.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran<sup>10</sup>. Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan pada akun media sosial instagram milik Habib Jafar yakni akun @husein\_jafar dan pengikut nya di media sosial instagram.

#### 4. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, menurut Bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi dan pengumpulan data sehingga mudah dipahami, dilakukan dengan mengorganisasikan data, menyusun kedalam pola, memilih mana yang paling penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat dikriteriakan orang lain.

Semua data telah terkumpul melalui pengumpulan data dan data selanjutnya adalah menganalisa data tersebut. Analisa data adalah proses mencari dan menganalisa data secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Selanjutnya mengklasifikasikan data dari 10 video yang diunggah oleh akun instagram @husein\_hadar

---

<sup>10</sup> Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

yang diunggah pada bulan Juni 2022- Maret 2023 secara random berdasarkan viwers terbanyak dan yang berisi konten dakwah. Kemudian data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif yaitu data dikumpulkan pada kata-kata atau gambar bukan angka. Dengan menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola dan memilih mana yang penting dan dapat dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Penulis akan menggunakan analisis isi (content analysis) untuk memahami materi dakwah pada unggahan video Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam pendekatan kualitatif, yaitu suatu teknik analisis dengan mengidentifikasi karakteristik karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif dan sistematis.<sup>11</sup>

Analisis data kualitatif membagi analisis data menjadi tiga tahap, yaitu<sup>12</sup>:

- a. Kodifikasi data. Dalam hal ini adalah tahap pengkodean data. Peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Jadi dalam hasil pengkodean data dalam akun Habib @husein\_hadar. Data terlebih dahulu disesuaikan dengan batasan waktu penelitian kemudian memilah gambar berupa vidio yang disertakan kata-kata dari keterangan penjelasan video akun @husein\_hadar yang dibatasi selama bulan Juni 2022-Maret 2023.
- b. Tahap penyajian data adalah sebuah tahapan lanjutan analisis, dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan. Dalam hal ini penyajian data dengan mengumpulkan data yang disesuaikan dengan permasalahan kemudian mengklasifikasi gambar dengan kriteria pesan dakwah akidah, syariah, akhlak. Data-data tersebut akan penulis

---

<sup>11</sup> Andrik Purwasito, *Komunikasi Multikultural* (Surakarta: Muhamadyah University Press, 2003), h.258

<sup>12</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.178

analisis sesuai dengan pengelompokan materi dakwah dan menuliskannya dalam rangkaian kalimat yang singkat tanpa mengurangi makna yang terkandung dalam video tersebut. Penulis akan menganalisis data tersebut sesuai dengan bentuk aslinya dan menyimpulkannya.

- c. Tahap penarikan kesimpulan atau *verifikasi* adalah suatu tahap lanjutan dimana tahap ini menarik kesimpulan dari temuan data. Hasil penarikan kesimpulan didapat dari hasil pengkodean data dalam akun Habib @husein\_hadar dan penyajian data dengan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan.

## I. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan ini sistematika pembahasan dibagi menjadi 5 Bab. Keseluruhan bab tersebut saling berkaitan dan saling mendukung satu sama lain. Gambaran atas masing-masing bab tersebut adalah :

### Bab I: PENDAHULUAN

Pada Bab ini menguraikan penjelasan umum seperti, seperti penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian dan lain-lain.

### Bab II: LANDASAN TEORI

Membahas mengenai kajian teori. Diantaranya membahas tentang analisis isi, pesan dakwah dan media sosial instagram.

### Bab III: PROFIL AKUN @husein\_hadar DAN JUDUL VIDEO DAKWAH DI INSTAGRAM

Mendeskripsikan akun instagram @husein\_hadar dan judul video dakwah yang ada di akun instagram @husein\_hadar



**Bab IV: ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN @husein\_hadar DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Menjelaskan tentang hasil analisis isi pesan dakwah yang diunggah Habib Jafar @husein\_hadar di media sosial *instagram*

**Bab V: PENUTUP**

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, daftar pustaka dan lampiran-lampiran lainnya





## BAB II

### ANALISIS ISI, PESAN DAKWAH DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

#### A. Analisis Isi

##### 1. 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.<sup>1</sup>

Menurut Budd *content analysis* ialah cara sistematis untuk menganalisis isi pesan dan memproses pesan atau alat untuk memantau dan menganalisis isi dari sifat komunikasi terbuka dari komunikator (pembawa pesan) yang dipilih.

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.

Menurut beberapa pakar, analisis isi dimkanai sebagai berikut:

1. Holsti: Analisis ini adalah suatu teknik dalam mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.
2. Berelson : Analisis isi adalah teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara kuantitatif, obyektif, dan sistematis, dari suatu isi komunikasi.

---

<sup>1</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Edisi Revisi Cet. ke-3* (Jakarta: Rajawali Pers: 2012), 86

3. Stone: Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat perujukan pengenalan karakteristik tertentu di dalam teks secara sistematis dan obyektif.
4. Krippendorff : Analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (replicable) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah.
5. Cartwright: analisis isi (dengan menambahkan istilah “coding”) untuk menunjukkan deskriptif, kuantitatif, sistematis, dan objektif dari suatu perilaku simbolik.

Wisnu menuliskan “analisis isi adalah sebuah alat riset yang digunakan untuk menyimpulkan kata atau konsep yang tampak di dalam teks atau rangkaian teks”.<sup>2</sup> Selain tokoh di atas beberapa tokoh lain juga ada yang mendefinisikan analisis isi dengan beragam antara lain: Charles R. Wright, George V Zito, McQuail, dll. Lasswell sebagai pelopor analisis isi memperkenalkan teknik pengkodean simbol, yakni mencatat lambang atau pesan yang disusun secara sistematis, lalu kemudian diberi interpretasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis isi digunakan oleh peneliti yang ingin memperoleh penjelasan yang terkandung suatu isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tanda-tanda, simbol-simbol, lambang-lambang atau kriteria-kriteria tertentu lainnya.<sup>3</sup> 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.

---

<sup>2</sup> Wisnu Marta Adipura, op. cit., 103

<sup>3</sup> Anonim, “Konsep-Konsep Pokok Analisis Isi Komunikasi”, dalam website [http://pustaka.ut.ac.id/puslata/online.php?menu=bmpshort\\_detail2&ID=384\\_modul\\_metode\\_penelitian\\_komunikasi\\_kode\\_skom4436](http://pustaka.ut.ac.id/puslata/online.php?menu=bmpshort_detail2&ID=384_modul_metode_penelitian_komunikasi_kode_skom4436)

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, 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.<sup>4</sup>

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*, *eksprimen*) dan analisis isi menjadi salah satu metode.
- 3) Analisis isi dipakai sebagai bahan perbandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain. Peneliti telah memperoleh data yang di peroleh dari metode lain (*survei*, *eksprimen*, dan sebagainya) dan menggunakan analisis isi untuk mengecek apakah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti sah atau tidak daalam hal ini didukung oleh temuan dalam analisis isi.<sup>5</sup>

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisi isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (*trend*) dari suatu isi.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 10

<sup>5</sup> *Ibid.*, 10

<sup>6</sup> *Ibid.*, 11

Dalam menganalisis isi, yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang apabila 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.<sup>7</sup>

## 2. Tujuan Analisis isi

Kalau pada penelitian survei dikenal studi dokumen, yakni kajian yang memiliki dalam isi suatu data, maka pada analisis isi juga demikian, menggunakan hipotesis formal (hipotesis yang umum lazim digunakan dengan bersandar pada kebenaran terdahulu), kemudian dengan kaidah-kaidah keilmuan lalu dianalisa dengan menggunakan bantuan teknik statistik modern, bisa juga dengan bantuan komputer(teknologi). Jadi ada kesamaan antara tujuan analisis isi dengan penelitian survei (studi dokumen).

Holsti mengemukakan ada tujuh tujuan dalam analisis isi, seperti berikut di bawah ini:

- 1) Menjelaskan kecenderungan isi (esensi) komunikasi
- 2) Menjelaskan karakteristik yang diketahui dari sumber kepada pesan yang dihasilkan

---

<sup>7</sup> Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta:UIN Jakarta Press, 2006), 68

- 3) Memeriksa atau mengaudit isi komunikasi terhadap standar yang berlaku (yang diakui)
- 4) Menganalisa teknik persuasi
- 5) Menganalisa gaya suatu tulisan
- 6) Menghubungkan atribut (sifat dan perlengkapan)
- 7) Menjelaskan pola-pola komunikasi.<sup>8</sup>

Menurut Wimmer dan Dominick (2000) tujuan dari analisis isi, yakni:

- 1) Menggambarkan isi komunikasi (*describing communication content*).
- 2) Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan (*testing hypotheses of message characteristic*).
- 3) Membandingkan isi media dengan dunia nyata (*comparing media content to the "real world"*).
- 4) Memperkirakan gambaran media terhadap kelompok tertentu di masyarakat (*assessing the image of particular groups in society*).
- 5) Mendukung studi efek media massa (*establishing a starting point for studies of media effects*).
- 6) Tujuan dari analisis isi lebih dititikberatkan pada tujuan menggambarkan isi komunikasi dan mendukung studi efek media massa.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Pawit M. Yusup, loc. cit.

<sup>9</sup> Di-pos-kan aeconomic, loc. cit.

### 3. 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:

a) Deskriptif

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau untuk menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.<sup>10</sup>

b) 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.<sup>11</sup>

c) 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

---

<sup>10</sup> *Ibid.*,47

<sup>11</sup> *Ibid.*,49



dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari dua hasil penelitian itu dihubungkan, dan dicari keterkaitannya.<sup>12</sup>

#### 4. Prinsip-Prinsip Analisis Isi

Menurut Wimmer dan Dominick dalam Subiakto prinsip-prinsip analisis isi adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

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

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 53

<sup>13</sup> Sumarno "analisis isi dalam penelitian pembelajaran bahasa dan sastra". *Jurnal elsa*, Vol. 18 No. 2 (September 2020) , 38

dibalik yang tersurat hal itu tidak menjadi persoalan sepanjang semua kegiatan analisis dan pembahasan didasarkan pada isi yang tersurat .

## 5. Analisis Isi Menurut Hosti

Analisis ini adalah suatu teknik dalam mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.

Menurut Holsti seperti dikutip Muhajir analisis isi memiliki ciri-ciri:

- 1) Naskah diolah dengan peraturan dan langkah-langkah yang sudah dirancang
- 2) naskah diolah secara sistematis, penentuan suatu katagori isi isi teks dilakukan berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan
- 3) proses analisis pesan haruslah memberi kontribusi teoretis/ada relevansi teoretiknya
- 4) proses pengkajian dan pembahasan didasarkan pada deskripsi yang dimanifestasikan

Holsty memberikan definisi menyatakan bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.

## B. Pesan Dakwah

### 1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan (*maddah/ message*) adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Pesan tersebut terdiri dari materi ajaran-ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasul-Nya serta pesan-pesan lain yang berisi

ajaran Islam.<sup>14</sup> Sumber pesan-pesan dakwah adalah al-Qur'an dan al-Hadis serta ijtihad dan fatwa ulama. Demikian juga tentang realitas kehidupan yang terjadi di masyarakat dapat dijadikan sebagai *'ibrah* atau materi pelajaran bagi *mad'u*.

Al-Qur'an dan Al-Hadis menjadi sumber utama pesan dakwah, sedangkan selainnya menjadi sumber penjelas/penguat terhadap al-Qur'an dan al-Hadis. Pesan-pesan yang bertentangan dengan kedua sumber utama tidak dapat dikatakan pesan dakwah. Pesan-pesan tersebut dapat berupa kata-kata, simbol-simbol, lambang, gambar dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan perubahan perilaku kalangan *mad'u*.

Penyampaian pesan tergantung kepada bentuk dakwah. Bagi *dakwah billisan*, pesannya adalah melalui kata dan kalimat-kalimat (*komunikasi verbal*). Sedangkan untuk *dakwah bil-kitabah*, pesannya berbentuk karya tulis dalam bentuk buku, majalah, jurnal, bulletin dan sebagainya. Dan untuk *dakwah bil-hal*, pesannya adalah berbentuk tindakan atau perilaku dan keteladanan untuk mempengaruhi orang lain kepada kebaikan (*komunikasi non-verbal*).

Pesan untuk metode ceramah pada umumnya adalah pesan-pesan yang dapat dipahami dengan jelas oleh jama'ah tanpa menimbulkan perbedaan-perbedaan pendapat yang memicu perdebatan. Sedangkan untuk materi-materi pesan yang mengandung unsur-unsur perdebatan karena menyangkut masalah-masalah.

Asmuni Syukir, membagi tujuan dakwah menjadi 2 macam, yaitu terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus. Pertama, tujuan umum. Pada tujuan ini dakwah adalah upaya mengajak manusia, meliputi orang mukmin dan orang kafir atau musrik kepada jalan yang benar yang diridhoi oleh Allah

---

<sup>14</sup> H. Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya Al-Ikhlash, 1993h. 140 dan lihat juga: Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah Jakarta 2009., 88

SWT agar bahagia dan sejahtera di dunia dan di akhirat. Kedua, tujuan khusus ini meliputi:

- a) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT.
- b) Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf.
- c) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah SWT. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.<sup>15</sup>

Didalam pesan tabligh merupakan salah satu unsur penting ketika seseorang akan mau bertabligh, maka penting mengetahui karakter atau ciri-ciri pesan yang akan disampaikannya. Ketika seseorang akan menggunakan suatu media, baik mimbar, cetak, maupun elektronik, yang terbesit dalam pikiran penyiar, bukan hanya bagaimana cara menggunakan media-media itu, tetapi juga pesan apa yang akan disampaikan melalui media itu.

## 2. **Karakteristik Pesan Dakwah**

Karakteristik pesan dakwah adalah keaslian, maksudnya adalah pesan dakwah Islam harus benar-benar dari Allah SWT. Karakteristik pesan dakwah yang lainnya adalah umum, yang berarti meliputi seluruh bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang dapat diterima oleh seluruh manusia. Ajaran Islam telah mengatur hal-hal yang paling kecil hingga hal yang paling besar dalam kehidupan manusia. Seluruh perintah Islam jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya dapat ditoleransi dan diberi keringanan. Dengan demikian, tujuh karakteristik pesan dakwah adalah keasliannya dari Allah SWT, mudah, lengkap, seimbang, universal, masuk akal, dan membawa kebaikan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Asmuni Syukir, *Dasar- Dasar Strategi DakwahIslam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983)., 15-18

<sup>16</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* cet. ke-4, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) ., 340-342

Abd al- Karim Zaidan juga mengemukakan lima karakter pesan dakwah yaitu<sup>17</sup> :

- a. Berasal dari Allah (*minallah*).
- b. Mencakup semua bidang kehidupan (*syumuliyah*).
- c. Umum untuk semua manusia (*'umum*).
- d. Ada balasan untuk setiap tindakan (*al-jaza 'u*)
- e. Seimbang antara idealitas dan realitas (*tawazun baina al-mitsaliyah walwaqi 'iyyah*).

Selain dari yang tersebut di atas, terdapat juga karakteristik lain, yaitu:

- a. Pesan dakwah tidak memaksa (*La ikroha fid-dien*).
- b. Pesan dakwah bersifat humanis (*insaniyyah*).
- c. Pesan dakwah sesuai kemampuan (*La yukalliullohu nafsan illa wus'aha*).
- d. Pesan dakwah selalu mempertimbangkan kondisi sosiologis kalangan *mad'u* tanpa kehilangan jati diri.

Seorang *da'i* hendaknya benar-benar mempersiapkan pesan-pesan dakwahnya sebagaimana karakteristik tersebut di atas untuk dapat mencapai tujuan yang maksimal. Kebenaran pesan sebagai wahyu Allah menjadi modal dasar pelaksanaan dakwah. Dakwah bersumber dari Allah swt. para *da'i* hanyalah sebagai perantara yang menyampaikan pesan kepada kalangan *mad'u*.

Dakwah Islam adalah *rahmatan lil-alamin* yang penuh kasih sayang, bukan menjadi penyebar kekarasan dan terorisme yang mencelakakan manusia. *Mad'u* tidak dipaksakan untuk mengikuti Islam, hasil dakwah adalah terletak pada kekuasaan Tuhan, manusia hanya berkewajiban menjadi ,penyeru atau pengajak kepada Islam.

---

<sup>17</sup> Abd. Karim Zaidan, *Ushul alDa 'wah*, Mu'assasah Risalah Beirut, 1993., 45

### 3. Sumber-Sumber Pesan Dakwah

Secara umum dapat dikatakan bahwa jenis pesan dakwah Allah swt. terbagi dua, yaitu *pertama*, pesan yang dicari melalui penelitian empiris dan laboratoris. *Kedua*, pesan yang diberikan Tuhan lewat para nabi dan rasul. Pesan-pesan yang ditemukan lewat penelitian empiris dan penelitian yang dilakukan dalam laboratorium menjadi ilmu-ilmu sosial dan sains teknologi. Sedangkan pesan yang bersumber dari wahyu menjadi ilmu-ilmu agama Islam. Kedua sumber pesan tersebut adalah satu, yaitu Allah swt. yang diberikan kepada manusia secara integratif untuk menghindari merteke dari kesesatan. Firman Allah dalam surat al-Jumu'ah ayat 2.

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ  
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ  
مُّبِينٍ

Artinya: *Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka kitab dan Hikmah (As Sunnah). dan Sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata.*

#### a. Ayat-Ayat Al-Qur'an

Al-Qur'an dan sunnah berfungsi sebagai petunjuk (*hudan*) bagi manusia dalam hal keyakinan, peribadatan, *mu'amalah* serta dalam akhlak mulia. Al-Qur'an juga mengandung ajaran kitab-kitab terdahulu serta menyempurnakan isi kandungannya dan sekaligus menjadi pembeda (*alfurqan*) antara yang haq dan yang bathil. Mempelajari al-Qur'an dimulai dari membaca, menulis, menterjemah serta menafsirkan ayat-ayatnya sehingga dapat dipahami dan diamalkan.

Untuk itu dibutuhkan beberapa ilmu bantu seperti ilmu qiro'ah, bahasa Arab, ilmu tafsir, ilmu hadis, usul fikih dan sebagainya. An-Nawawi menjelaskan secara rinci beberapa etika mengutip ayat al-Qur'an sebagai pesan dakwah, yaitu menulis dan membaca ayat dengan benar, pembacaan ayat harus diikuti terjemahannya, tulisan ayat ditempatkan pada tempat yang jauh dari kotoran, ayat-ayat hendaknya dibaca secara keseluruhan dan tidak dipenggal-penggal, dibaca dengan *tartil* yang benar, setiap tulisan atau ucapan ayat hendaknya dimulai dengan ,”Allah swt. berfirman.....”<sup>18</sup>

#### **b. Hadist Nabi SAW**

Al-Qur'an memuat secara global seluruh ajaran Islam. Rasulullah saw. menafsirkan dan menjelaskan al-Qur'an dengan berbagai hadis beliau, sehingga al-Qur'an menjadi pesan yang jelas bagi kalangan *mad'u*. Dari segi kualitasnya hadis nabi saw. terdiri dari hadis shahih, hadis hasan dan hadis dla'if. Kitab hadis terkenal yaitu kitab yang ditulis oleh enam perawi hadis, yaitu Imam Bukhari, Muslim, Nasa'i, Turmizi dan Ibnu Majah. Da'i hendaknya mengenal kualitas hadis yang disampaikan serta memprioritaskan hadis shahih dari hadis hasan.

#### **c. Pendapat Para Sahabat**

Sahabat yang pernah bertemu dengan rasul disebut sahabat nabi saw. Pendapat sahabat memiliki nilai yang tinggi karena mereka pernah belajar langsung kepada rasul saw. mereka ikut berdakwah dan berjihad di jalan Allah. Hadis-hadis nabi pada umumnya diriwayatkan oleh para sahabat senior. Namun demikian, dalam mengutip pendapat sahabat harus memperhatikan etika berikut:

- a) Tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan al-Hadis.
- b) Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.

---

<sup>18</sup> An-Nawawi, *At-Tibyan fi Adab Hamalah Al-Qur'an*, Dar al- Bayan, Damascus 1965.,123

- c) Menyebut sumber rujukan.
- d) Membaca do'a dengan kata *radliyallahu 'anhu/ 'anha* atau menuliskannya dengan singkatan r.a. di belakang nama sahabat tersebut.<sup>19</sup>

#### d. Pendapat Ulama

Pendapat ulama dijadikan pesan adalah untuk mendukung dan merinci kandungan al-Qur'an dan al-Hadis. Begitu juga dalam masalah yang belum ditetapkan oleh kedua sumber utama, maka ulama berijtihad untuk menjawab masalah tersebut. Etika mengambil pendapat ulama sebagai pesan dakwa hendaknya memperhatikan hal-hal berikut:

- a) Tidak bertentangan dengan al-Qur'an.
- b) Menyebut nama ulama yang dikutip.
- c) Mengetahui argumentasinya agar terhindar dari taqlid.
- d) Memilih pendapat yang tertulis dari pada yang melalui lisan.
- e) Memilih pendapat yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya bagi masyarakat.
- f) Menghargai setiap pendapat ulama walaupun tidak semua diikuti.
- g) Mengenal jati diri ulama walaupun tidak sempurna sebelum mengutip pendapatnya.

#### e. Kisah-Kisah Teladan

Dalam ajaran Islam terdapat beberapa kisah yang dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Di antara kisah yang paling baik adalah kisah para nabi dan rasul. Selain itu dalam al-Qur'an terdapat beberapa kisah yang dijadikan 'ibrah bagi kaum muslimin seperti kisah Luqmanul Hakim, Ashabul Kahfi dan sebagainya.

---

<sup>19</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Prenada Media Group, Jakarta 2004 .. 323



Demikian juga kisah penentang Islam seperti Fir'aun, Namrudz, kisah Karun dan sebagainya.

Kisah dijadikan pesan sebagai media memudahkan pengertian mad'u dalam memahami materi dakwah. Kisah-kisah lokal yang aktual juga dapat dijadikan sebagai pesan dakwah sehingga mad'u merasa dekat dengan situasi kejadian, seperti kisah Wali Songo dan sebagainya.

#### **f. Berita dan Peristiwa**

Berita aktual dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di masyarakat dapat diperoleh melalui media-media sosial. Berita tentang peristiwa-peristiwa dalam berbagai aspek kehidupan, baik menyangkut kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat dan negara dapat menjadi pesan dakwah yang bertujuan untuk memperluas wawasan kalangan mad'u dalam mencerna pesan. Berita yang dapat disampaikan adalah berita benar dan memberi manfaat. Al-Qur'an mengistilahkan berita dengan an-Naba', yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti dan membawa manfaat yang besar. Berbeda dengan kata al-khabar yang berarti berita sepele dan sedikit manfa'atnya.<sup>20</sup>

Hasil penelitian ilmiah yang dipublikasikan termasuk bahagian dari berita dan peristiwa yang faktual di masyarakat. Hasil penelitian tentang kehidupan sosial keagamaan suatu masyarakat misalnya, dapat menambah wawasan bagi kalangan mad'u.

#### **g. Karya Sastra**

Dakwah yang disampaikan dalam bentuk pidato perlu didukung dengan karya sastra yang bermutu sehingga lebih kalimat yang disampaikan lebih indah dan menarik. Karya sastra dapat berbentuk sya'ir, pantun, puisi, qasyidah atau nasyid. Karya sastra memuat nilai keindahan dan kebenaran. Keindahannya dapat

---

<sup>20</sup> M. Quraish-Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Lentera Hati Jakarta, 2002 ..6

menyentuh perasaan, sementara kebijakannya menyentuh hati dan pikiran. Pesan dakwah yang disampaikan dengan sastra yang dilantunkan serta penuh hikmah akan lebih mudah diterima mad'u dan lebih berkesan dalam kalbunya.

#### 4. Unsur-Unsur Dakwah

##### a) Subjek Dakwah Da'i

Subjek dakwah adalah “orang yang melaksanakan tugas dakwah. Pelaksanaan dakwah ini bisaperorangan atau kelompok, pribadi atau subjek adalah sosok manusia yang punya keteladanan yang baik dalam segala hal.”<sup>21</sup>

Untuk mendukung keberhasilan dakwah, seorang da'i harus memiliki kemampuan-kemampuan. Adapun kemampuan-kemampuan yang harus dimiliki seorang da'i adalah:

- a) Memiliki pemahaman agama Islam secara tepat dan benar.
- b) Memiliki pemahaman hakekat gerakan atau tujuan dakwah.
- c) Mengetahui akhlakul karimah.
- d) Mengetahui perkembangan pengetahuan yang relatif luas.
- e) Mencintai *audience* atau mad'u dengan tulus.
- f) Mengenal kondisi lingkungan dengan baik.<sup>22</sup>

##### b) Objek Dakwah Mad'u

Menurut Wardi Bachtiar objek dakwah adalah manusia, baik seorang atau lebih, yaitu masyarakat. Di dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok, lapisan-lapisan, lembaga-lembaga, nilai-nilai, norma-norma,

---

<sup>21</sup> Rafiuddin, Maman Abdul Jalil., *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV PustakaSetia, 1997)

<sup>22</sup> Abdul Munir Mulkam., *Ideologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Sipers, 1996), 238-239

kekuasaan, dan proses perubahan.<sup>23</sup> Atau objek disebut mad'u atau sasaran dakwah, yaitu "orang-orang yang diseru, dipanggil, atau diundang, maksudnya ialah orang yang diajak ke dalam Islam sebagai penerima dakwah".<sup>24</sup>

Mad'u (objek dakwah) dilihat dari stratifikasi kelompok masyarakat berdasarkan letak geografis adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat kota, yaitu kehidupan masyarakat yang cenderung individualis kompetisi untuk meningkatkan status sosial yang sangat terasa sekali, sehingga nilai yang berkembang menjadi lebih materialis dan rasionalis. Pola pikir rasionalis merupakan titik utama yang perlu diperhatikan oleh para juru dakwah, karena itu materi dakwah yang disajikan dengan lebih menggunakan pendekatan rasional.
2. Masyarakat desa, yaitu: kehidupan masyarakat desa yang erat hubungannya dengan alam, mengandalkan sesuatu dengan mengandalkan kekayaan alam sekitarnya membawa mereka kepada pola pikir yang cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat kota, sehingga berdakwah di hadapan masyarakat desa tidak perlu mempergunakan ilmiah yang memungkinkan terjadinya kesalahfahaman karena tidak komunikatif.
3. Masyarakat primitif, yaitu: masyarakat yang terbelakang di segala bidang peradaban dan kebudayaannya masih asli dan sangat sederhana, tetap dengan kondisi seperti ini justru diperlukan para juru dakwah yang serba bisa. Dapat membimbing mereka langsung dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dakwah yang lebih cocok adalah dakwah dengan pendekatan bil hal (perbuatan atau tingkah laku).<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Wardi Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, 35

<sup>24</sup> A.H. Hasanudin, *Retorika Dakwah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), 34

<sup>25</sup> Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: CV. Tursina, 1993), 46-48

Jadi objek dakwah adalah sasaran bagi kegiatan dakwah, yakni bagi individu atau perorangan maupun kelompok masyarakat dalam arti luas.

**c) Media Dakwah (Wasilah Dakwah)**

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median* yang berarti alat perantara, sedangkan menurut istilah media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>26</sup>

Adapun ”media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah yang dimaksud dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentudan sebagainya”.

Dari definisi diatas, maka media dakwah adalah semua peralatan baik lisan, cetak maupun elektronik yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah.

Secara garis besar media dakwah dapat digolongkan menjadi lima, yaitu:

- 1) Lisan, merupakan media yang paling mudah digunakan, yaitudengan menggunakan lidah dan suara;
- 2) Tulisan, media ini berfungsi untuk menggantikan keberadaan da’i dalam poses dakwah, tulisan dapat menjadi alat komunikasi antara da’i dan mad’u.
- 3) Lukisan atau gambar atau ilustrasi, media ini dapat berfungsi sebagai penarik lisan, merupakan media yang yang cukup mudah penggunaannya, yaitu dengan perhatian dan minat mad’u dalam mempertegas pesan dakwah.
- 4) Audio Visual, media ini merangsang indera

---

<sup>26</sup> Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-ikhlas, 1983),

pengelihatan dan pendengaran mad'u.

- 5) Akhlak, yaitu langsung dimanifestasikan dalam tingkah laku mad'u.

Dilihat dari segi sifatnya, media dakwa dapat digolongkn menjadi dua yaitu:

1) Media Tradisional

Berbagai macam seni dan pertunjukan yang secara tradisonal dipentaskan di depan umum terutama sabagai hiburan yang memiliki sifat komunikasi seperti; drama, pewayangan dan lain- lain;

2) Media Modern

Media yang di hasilkan dari teknologi yaitu:televisi, radio, majalah, dan lain sebagainya.<sup>27</sup>

**d) Materi Dakwah (Maudhu Ad-Da'wah)**

*Maddah/materi* dakwah adalah isi pesan atau materi yang di sampaikan khatib kepada *mad''u*. Keseluruhan pesan yang lengkap dan luas akan menimbulkan tugas bagi *khatib* untuk memilih dan menentukan tema penyampaian/pesan dakwah.

Materi dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Haadits yang meliputi berbagai aspek, di antaranya adalah aqidah, syari'ah dan akhlak dengan berbagai macam ilmu yang diperoleh darinya.<sup>28</sup> Menurut Quraish Shihab materi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Qur'an berkisar pada tiga masalah pokok yaitu: aqidah, akhlak dan syariat sebagai berikut:

**1) Aqidah**

Yaitu menyangkut system keimanan terhadap Allah SWT yang menjadi landasan fundamental

---

<sup>27</sup> Adi Sasono, *Solusi Islam atas Problemantika Umat Ekonomi, Pendidikan dan Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 154

<sup>28</sup> Wardi Bachtiar. *Metode Penelitian Dakwah*, (Jakarta:Logos, 1997), 33

dalam keseluruhan aktifitas seorang muslim, baik yang menyangkut mental maupun tingkah lakunya. Pesan dakwah yang pertama ditanamkan adalah membentuk akidah Islamiah. Akidah atau iman inilah yang mempengaruhi amaliah dan akhlak seorang muslim. Iman ini dijadikan persaksian (*syahadat*) kepada Allah dan rasul-Nya Muhammad saw. maka pesan dakwah pertama kepada *mad'u* nonmuslim ialah membentuk keimanan yang dibuktikan dengan *syahadatain*, shalat, puasa, zakat dan haji.

Dalam istilah akidah ini para ulama menyebutkan beberapa istilah yang lain diantaranya sebagai berikut:

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

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Aspek aqidah adalah yang akan membentuk akhlak (moral) manusia.<sup>29</sup> Orang yang memiliki iman yang benar (hakiki) akan cenderung untuk berbuat baik dan akan menjauhi perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk. Iman inilah yang berkaitan dengan dakwah Islam dimana amar ma'ruf nahi mungkar dikembangkan yang kemudian menjadi tujuan utama dari suatu proses dakwah.

## 2) Akhlak

Yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT. (*hablun minallah dan hablum minannas*). Akhlak mencakup sikap dan perbuatan manusia lahir dan bathin, terdiri dari akhlak mulia yang menjadi tujuan dan akhlak tercela yang mesti dijauhi. Dalam pelajaran ini akan dikemukakan tentang sifat-sifat mulia seperti sabar, pemurah, jujur, adil, tawadlu' dan sebagainya.

Secara Etimologis, kata *akhlak* berasal dari bahasa arab, *jamak* dari *Khuluqun* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan *Khuluqun*, yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta, dan makhluk yang berarti yang di ciptakan. Sedangkan secara termenologi masalah *akhlak* berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi prilaku manusia. Ilmu *akhlak* bagi *Al-Farabi*, tidak lain dari bahasa

---

<sup>29</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 24

tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintang, usaha pencapaian tujuan tersebut.<sup>30</sup>

Secara garis besar akhlak dikategorikan menjadi 3 bagian yaitu:

a. Akhlak terhadap diri sendiri

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

b. Akhlak terhadap keluarga

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

c. Akhlak terhadap lingkungan

Lingkungan dalam hal ini masyarakat, merupakan kumpulan dari unit-unit keluarga yang hidup berdampingan satu dengan yang lain. Keluarga ini berasal dari berbagai macam latar belakang, baik

---

<sup>30</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi. *Menejemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009),



pendidikan, agama, sosial, ekonomi, adat istiadat dan sebagainya.

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

### 3) **Syariah**

Yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas umat islam didalam semua aspek hidup dalam kehidupannya dengan menjadikan halal dan haram sebagai barometer.<sup>31</sup> Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam berbagai penjuru dunia dan sekaligus merupakan hal yang patut di banggakan. Kelebihan dari materi syariah ini adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. Syariah ini bersifat universal yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.<sup>32</sup>

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

---

<sup>31</sup> Isa Anshari, Pradigma Dakwah Kontemporer (Jakarta: Media Kalam, 2004),

<sup>32</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006),26

Pada pokoknya, materi-materi tersebut tercermin dalam tiga hal:

- 1) Bagaimana ide-ide agama dipaparkan hingga dapat mengembangkan gairah generasi muda untuk mengetahui hakikat- hakikatnya melalui hal yang positif;
- 2) Sumbangan agama ditujukan pada masyarakat luas yang sedang membangun, khususnya di bidang sosial, ekonomi dan budaya;
- 3) Studi tentang dasar-dasar pokok berbagai agama yang dapat menjadi landasan bersama demi mewujudkan kerjasama antar pemeluk agama tanpa mengabaikan identitas masing-masing.<sup>33</sup>

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

Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsinya dari pada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial dari pada aspek kehidupan ritual. Ibadah dalam muamalah diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah Swt.<sup>34</sup>

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

---

<sup>33</sup> M. Quraih Shihab. *Membimukan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan Media Utama, 1994), 193

<sup>34</sup> *Ibid.* h.28

Negara), Jihad (Hukum Perang dan Damai, dan lain sebagainya).

#### e) **Bentuk-Bentuk Dakwah**

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

##### 1) **Dakwah Bil Lisan**

Dakwah Bil Lisan adalah penyampain pesan dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lainnya. Metode ni sering dilakukan parada'i atau

aktivis dakwah, seperti halnya ceramah di majelis taklim, khutbah jum'at di masjid atau mengisi acara pengajian.

Dakwah Bil-Lisan termasuk sebagai dakwah yang kiranya banyak dilakukan di zaman nabi sampai zaman sekarang. Akan tetapi yang membedakan pada zaman milineal ini yaitu dakwah Bil-Lisan sudah lebih modern karena media yang digunakan semakin banyak, salah satu yang paling utama dan kiranya membantu mad'u apabila ingin hadir langsung di lokasi ceramah, kajian, diskusi, dan lainnya yaitu media massa seperti internet, facebook, youtube, instagram dan lainnya.

Dakwah Bil-Lisan adalah dakwah yang menekankan usaha dan kegiatannya pada kegiatan lisan seperti pidato, ceramah, diskusi, dan lain sebagainya.<sup>35</sup>

Berdasarkan pengertian dakwah Bil-Lisan diatas kita dapat mengetahui bahwa dakwa Bil-Lisan merupakan penyampaian pesan dakwah secara lisan

---

<sup>35</sup> Faisal Ismail, Islam, Konstitusionalisme dan pluralisme, (Yogyakarta:IRCiSoD, 2019)

berupa ceramah atau komunikasi antara da'i dan mad'u agar pesan itu dapat disampaikan dan mudah dipahami dengan baik maka diperlukan adanya penguasaan terhadap teknik berkomunikasi yang efektif serta menggunakan bahasa yang baik agar tidak menyinggung serta menyakiti sehingga objek dakwah menerima pesan dakwah dengan baik dan inilah lebih banyak digunakan oleh para pendakwah baik itu melalui ceramah secara langsung kepada mad'u maupun ceramah melalui media sosial .

## 2) Dakwah Bil Qalam

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

Dakwah bil qalam berasal dari bahasa Arab yang jika ditulis sesuai gramatikal maka akan ditulis ad-da'wah bi al-qalam, terdiri dari dua kata yaitu dakwah dan qalam. Secara terminologi, dakwah bil qalam yaitu suatu upaya menyeru manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah Swt melalui seni lisan.

Dakwah bil qalam menurut KH. Aceng Zakaria memiliki suatu kekuatan tersendiri dalam mengajak mad'u, sebab secara tidak langsung mad'u yang membaca karyanya memiliki pemikiran

tersendiri dalam menanggapi suatu permasalahan maupun perdebatan dalam menetapkan hukum yang sesuai dengan koridor Allah Swt juga dapat menjadi referensi dalam menciptakan karya yang baru, serta menjadi pegangan dalam memperdebatkan suatu masalah.

### 3) Dakwah Bil Hal

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

Dalam pengertian lebih luas dakwah bil-hal, dimaksudkan sebagai keseluruhan upaya mengajak orang secara sendiri-sendiri maupun berkelompok untuk mengembangkan diri dan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi dan kebutuhan yang lebih baik menurut tuntunan Islam, yang berarti banyak menekankan pada masalah kemasyarakatan seperti kemiskinan, kebodohan, keterbelakangan dengan wujud amal nyata terhadap sasaran dakwah.<sup>36</sup>

Sementara itu ada juga yang menyebut dakwah bil-hal dengan istilah dakwah bil-Qudwah yang berarti dakwah praktis dengan cara menampilkan akhlaq karimah.<sup>37</sup> Sejalan dengan ini seperti apa yang

---

<sup>36</sup> Harun Al-Rasyid dkk, Pedcman Pemtrinaan Dakwah Bil-Hal, flakarta: Depag RI, 1989)

<sup>37</sup> Anwar Masy'ari, Butir-butir Problematika Dakwah Islamiyah,(SuTabaya : Bina llnuj, 1993)

dikatakan oleh Buya Hamka bahwa akhlaq sebagai alat dakwah, yakni budi pekerti yang dapat dilihat orang, bukan pada ucapan lisan yang manis serta tulisan yang memikat tetapi dengan budi pekerti yang luhur.

#### f) **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).<sup>38</sup> *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 setengah-setengah. Seluruh komponen system (unsur-unsur) harus di evaluasi secara komprehensif.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta; Pranada Mulia, 2006), 34

<sup>39</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta; Pranada Mulia, 2006),35

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.

## **C. Media Sosial Instagram**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Kemunculan media sebagai suatu teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial setiap orang bisa membuat, menyunting, sekaligus mempublikasikan sendiri konten, berita, promosi, artikel, foto, dan video.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Post di blog, tweet atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Dengan adanya media sosial seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan hubungan pertemanan, saling berkiriman pesan ataupun untuk mengetahui informasi seputar lowongan kerja yang ada di dunia maya.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengidentifikasi media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Media sosial sendiri termasuk kategori media baru (new media). Media baru secara umum mengacu pada internet, terutama publik seperti berita online, iklan, penyiaran, aplikasi broadcasting (misalnya mengunduh musik), forum dan aktivitas diskusi, world wide web, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu.

Dari definisi di atas, dapat dipahami bahwa media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet) dimana para pengguna (user) media sosial bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama, *social media* mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:<sup>40</sup>

- 1) Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* mencakup skala kecil hingga khalayak global.

---

<sup>40</sup> Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication* (Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011),.116



- 2) Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
- 3) Penggunaan (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- 4) Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.

### 3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa yang disebarkannya, ada yang berbentuk tulisan pribadi, foto, video, dll. Namun Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial menjadi 6, yaitu sebagai berikut:<sup>41</sup>

#### 1) Proyek Kolaborasi

Proyek kolaborasi ialah jenis media sosial ini bisa memungkinkan penggunaannya untuk membuat konten secara bersama-sama. Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunaannya bisa membuat konten, atau bisa mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

#### 2) Blog

Blog merupakan jenis dari media sosial yang di dalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. Blog ini bentuknya situs pribadi yang berisikan kumpulan konten yang dianggap menarik seperti tulisan keseharian dari pengguna.

#### 3) Komunitas Konten

Komunitas konten merupakan jenis media sosial yang membuat penggunaannya bisa membagikan konten baik berupa

---

<sup>41</sup> Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Emografi Virtual Pada Fanpage Facebook*

*KH. Abdullah Gymnastiar)*, ( Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2016),63-64

tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya Youtube yang membuat penggunanya bisa membagikan konten berupa video.

#### 4) Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berhubungan dengan pengguna lain dengan cara saling berinteraksi, seperti mengirimkan pesan, gambar, atau pun video. Contohnya Facebook, Instagram, Path, dan lain sebagainya.

#### 5) Virtual Game World

Virtual game world ialah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk saling berinteraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar dan saling berinteraksi seperti dalam dunia nyata. Contohnya game online.

#### 6) Virtual Sosial World

Virtual Sosial World merupakan jenis media sosial yang mana penggunanya bisa mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan merasakan nuansa tiga dimensi.

### 4. Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- 1) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- 2) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.

- 3) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011: 5), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut :

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

## **5. Pengertian Instagram**

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkannya di jejaring sosial, termasuk pemilik instagram sendiri. Satu filter yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada pranti bergerak.

Menurut Bambang Atmoko, nama Instagram diambil dari kata "Instan-Telegram". Terdiri dari dua kata "Insta" dan "gram", Dimana instan berarti bahwa Instagram ini akan

menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya dan telegram yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Jadi Instagram berarti kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dikirimkan atau dibagikan kepada orang lain.

Sehingga dapat disimpulkan mengenai pengertian instagram yaitu salah satu bentuk media sosial berupa aplikasi yang dapat memudahkan manusia dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan orang lain dengan cara membagikan foto dan video yang diunggah dan dibagikan kepada publik, selain itu instagram juga bisa menjadi akses pilihan sebagai media ladang bisnis maupun sebagai media dakwah seperti yang dilakukan Habib Husein Ja'far Al-Hadar yang juga tidak ketinggalan menggunakan media sosial instagram untuk media dakwah karena dinilai praktis dan efektif.

## 6. Sejarah Instagram

Instagram terdiri dari dua kata yaitu, kata “Insta” dan “Gram”. Arti kata pertama yaitu “insta” berasal dari kata “instan”, yakni serba cepat dan mudah. seperti kamera Polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.<sup>42</sup>

Instagram berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, nc. merupakan sebuah teknologi star-up yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn,Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile (Hypertext Markup Language5) namun kedua (Chief Executive Officer), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja

---

<sup>42</sup> Siti Saadah, dkk. *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata* (Surabaya : Unitomo Press,2022), 103

Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iphone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial instagram.

Pada tanggal 3 April 2012, aplikasi instagram dapat digunakan pada smartphone berbasis android. Jumlah pengguna instagram sebelumnya 30 juta pengunduh dan bertambah sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, pada minggu yang sama Instagram berhasil mengumpulkan US\$ 50 Juta dari Venture Capitalist untuk berbagi share perusahaannya, proses tersebut membuat Instagram bernilai hingga US\$ 50 Juta. Pertumbuhan pesat Instagram juga terlihat pada saat tiga bulan selanjutnya dimana Instagram mendapatkan lebih dari 1 juta rating di Google Play. Instagram saat itu menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai satu juta peringkat di Google Play Store.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Instagram diambil alih oleh perusahaan Facebook.Ink, dengan tawaran untuk membeli instagram (beserta seluruh 13 karyawannya) dengan nilai senilai hampir \$ 1 Miliar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini datang bersama dengan kebijakan untuk tetap membiarkan Instagram dikelola secara mandiri. Pada tanggal 22 Agustus 2012 kesepakatan antara Facebook dan Instagram dilanjutkan. Dan akhirnya kesepakatan resmi pada tanggal 6 september 2012.

Kemudian pada 11 Mei 2016, aplikasi ini mulai dapat di akses pada perangkat handphone windows 10.10.0 mobile dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradian. Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya

dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan "follow", "like" foto dan "populer" yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.<sup>43</sup>

## 7. Fitur-Fitur Instagram

Menurut Atmoko Instagram memiliki lima menu utama yaitu sebagai berikut:

### a) *Home page*

*Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara untuk melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di computer. Instagram hanya akan menampilkan foto-foto terbaru.

### b) *Comment*

Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar.

---

<sup>43</sup> *Ibid*, 13

Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

c) *Caption*

*Caption* berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua kata soal foto yang diunggah.

d) *Explore*

*Explore* merupakan tampilan dari foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Baik foto yang berasal dari pengguna yang diikuti ataupun yang belum diikuti.

e) *Hashtag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

f) *Integrasi ke media sosial*

Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto maupun video ke jejaring sosial lain Facebook dan twitter. Bila tool diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

g) *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terdapat berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, sedangkan tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar

atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.<sup>44</sup>

## 8. Instagram Sebagai Media Dakwah

Media dakwah adalah media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. Media ini bisa dimanfaatkan da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik dalam bentuk lisan atau tulisan.<sup>45</sup>

Di zaman modern saat ini media sosial dapat memberikan informasi yang sangat update, dan kekinian. Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber informasi. Media sosial dapat memberikan informasi secara cepat pada publik dibanding informasi yang tayang ditelvisi.<sup>46</sup>

Media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus ruang dan waktu.<sup>47</sup> Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah tidak hanya pasif, penggunaan internet bisa proaktif untuk menentang atau menyetujui maupun berdiskusi tentang seluruh pemikiran keagamaan.<sup>48</sup>

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

---

<sup>44</sup> Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana., "*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas*" Vol 8, No.1. Tahun 2018

<sup>45</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 9

<sup>46</sup> Bambang dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, 42

<sup>47</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), 110

<sup>48</sup> Moh. Ali Aziz, *Illmu Dakwah* (Jakara: Kencana Prenada Media Group, 2004), 421



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

Penyebaran transformasi ajaran Islam (pesan dakwah) melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, diantaranya melalui e-mail, diskusi interaktif melalui mailing list dan newsgroup, pengembalian dan penyampaian file melalui file transfer protocol, berbagai menu dan forum yang dapat dikembangkan dalam website, faks, server, dan sebagainya.<sup>49</sup>

Tak terkecuali melalui media sosial yang terhubung langsung lewat internet. Aplikasi Instagram merupakan salah satu dari sekian banyak jenis media sosial yang ada, yang dinilai sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian atau menghipnotis pemerhatiannya (masyarakat) untuk selalu mengikuti apa yang menjadi trend di instagram. Instagram yang bersifat photo sharing memiliki kekuatan untuk memudahkan penyebaran informasi

sehingga banyak hal-hal yang lahir menjadi trending topik karena penyebarannya di instagram.

Instagram juga dinilai memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah diantaranya :

- a. Dari sisi jangkauan media sosial dinilai dahsyat sekali kontribusi dan bantuannya dalam penyebaran dakwah, karena mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dalam biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- b. Bagi pendakwah tidak harus pergi ke tempat yang jauh untuk berdakwah
- c. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah

---

<sup>49</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010),110

- d. Dakwah melalui internet (sosial media) telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai atau yang mereka inginkan. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- e. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses video dakwah karena bisa mencari referensi kajian dakwah kapanpun dan dimanapun, mengingat terkadang terhambat oleh kesibukan dan aktivitas kesehariannya, mereka yang belum sempat menonton televisi atau mengikuti acara pengajian bisa beralih memanfaatkan media sosial untuk mencari dan mempelajari ilmu agama islam.
- f. Bisa menjangkau berbagai kalangan terutama para remaja yang anti terhadap kegiatan-kegiatan keagamaan.
- g. Cara penyampaian yang bervariasi telah membuat dakwah via internet khususnya media sosial instagram bisa menjangkau segmen yang luas.
- h. Dapat dengan mudah mendapatkan info atau jadwal mengenai kegiatan atau acara keagamaan yang akan diselenggarakan.<sup>50</sup>

Banyak situs dakwah yang bisa diakses umat guna mendapatkan informasi mengenai ke Islaman di bidang dakwah, salah satunya adalah akun instagram @husein\_hadar, akun ini menyediakan berbagai materi pokok tentang ke Islaman dengan pembahasan dan bahasa yang mudah untuk dipahami dan dimengerti. Pesan dakwah yang disampaikan Habib Jaafar juga mengikuti perkembangan dan minat daripada masyarakat. Sehingga dakwah dalam media ini sangat efisien menurut penulis.

---

<sup>50</sup> Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2010), 172

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- A.H. Hasanudin, *Retorika Dakwah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982)
- Abdul Munir Mulkam., *Ideologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Sipress, 1996)
- Adi Sasono, *Solusi Islam atas Problemantika Umat Ekonomi, Pendidikan dan Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998)
- Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997)
- Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-ikhlas, 1983)
- Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2010)
- Basrah Lubis, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: CV. Tursina, 1993)
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011)
- Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication* (Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011)
- Hamka, *Tafsir Al-Azhar juz 13-15*, (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1983)
- Jumroni, *Metode-metode Penelitian Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006)
- Klaus Krippendorff, *Content Analysis : Introduction to Its Theory and Methodology*, terjemahan Farid Wajidi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993)
- M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)

- M. Quraih Shihab. *Membimukan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan Media Utama,1994)
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakara: Kencana Prenada Media Group, 2004)
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Edisi Revisi Cet. ke-3* (Jakarta: Rajawali Pers: 2012)
- O. R. Holsti, "Contents Analysis for the Social Sciences and Humanities", melalui Wisnu Marta Adipura, "Analisis Isi", dalam buku *Metodologi Riset Komunikasi: Panduan untuk Melakukan Penelitian Komunikasi*, Suntingan Pitra Narendra, (Yogyakarta: Balai Kajian dan Pengembangan Informasi Yogyakarta dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer Yogyakarta, 2008)
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Politik*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001)
- Rafiuddin, Maman Abdul Jalil., *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV PustakaSetia, 1997)
- Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: Gramedia 2015),
- Siti Saadah, dkk. *Book Chapter Komunikasi Pemasaran Pariwisata* (Surabaya : Unitomo Press,2022)
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press, 2011)
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010)
- Wardi Bahtiar , *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997)

**Jurnal:**

Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana,. “*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas*” Vol 8, No.1. Tahun 2018

Nurdin, “Analisis Dakwah melalui Stand up comedy”. Al-Munzir Vol. 9, No. 1, Mei 2016

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

**Karya Ilmiah:**

Fatikatussalamah, Analisis Pesan Dakwah Remaja di Akun Instagram @Nunuzoo periode Januari 2018-April 2020. (Skripsi Program Sarjana IAIN Purwokerto 2021).

Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2016),

Salsa Fauziah Zein, *Pesan Dakwah Hanan Attaki Dalam Mempersuasi Mad'u Di Instagram @Shiftmedia.ID* (Skripsi Program Sarjana UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto 2021)

Titin Yulistiana, *Analisis Wacana Terhadap Pesan Dakwah Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan di SCTV* (Skripsi Program Sarjana UIN Raden Intan Lampung 2021)

Nurul Wardah, “Personal Branding Habib Husein Ja’far Al Hadar Melalui Media Sosial Instgram “ (Disertai, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021)

**Sumber Lainnya:**

Pawit M. Yusup, “Analisis Isi”, dalam website  
[http://images.andamawara.multiply.Multiplycontent.com/attach  
ment/0](http://images.andamawara.multiply.Multiplycontent.com/attachment/0)

</SaLkKwoKCDcAAF9z2TII/analisis%20isi.pdf?nmid=211490085>

Anonim, “Konsep-Konsep Pokok Analisis Isi Komunikasi”, dalam  
website <http://pustaka.ut.ac.id/puslata/online.php?menu>

[=bmpshort\\_detail2&ID=384\\_modul\\_metode\\_  
penelitian\\_komunikasi\\_kode\\_skom4436](#)

Habib Husein Ja'far Al Hadar di Instagram

[https://instagram.com/husein\\_hadar?igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://instagram.com/husein_hadar?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)

