

INSTAGRAM PADA AKUN IG.KAHFI SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan untuk Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan
Penyiaran Islam (S1) Dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**KHOIRUL MIFTAKHUDIN
NPM. 1941010134**



Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2024 M**

INSTAGRAM PADA AKUN IG.KAHFI SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan untuk Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan
Penyiaran Islam (S1) Dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



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

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2024 M**

ABSTRAK

Media merupakan salah satu dari unsur dakwah. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Di tengah berkembangnya internet saat ini, media dakwah pun ikut andil dalam perkembangannya, yaitu melalui media sosial

Salah satu media sosial yang sangat digemari saat ini adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi dimana penggunaanya bisa membagikan foto atau video ke pengguna lainnya dengan mudah dan cepat. Instagram memiliki penggunaan yang bermacam-macam. Ada yang untuk berdagang, dipakai secara pribadi, maupun untuk penyebaran informasi. Selain itu, Instagram juga populer digunakan sebagai media dakwah karena fitur-fitur yang ditawarkan menarik. Akun Instagram *ig.kahfi* adalah salah satu contohnya. Dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram, akun *ig.kahfi* memberikan pesan-pesan dakwah secara kreatif melalui video murottal dan ayat Al Qur'an.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap akun Instagram *ig.kahfi* dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dengan rumusan "Bagaimana Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah oleh Akun Instagram *ig.kahfi*?", dan "Apa Saja Pesan Dakwah Yang Disampaikan Oleh Akun Instagram *ig.kahfi*?" dengan tujuannya Untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai media dakwah oleh akun instagram *ig.kahfi*, dan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Instagram *ig.kahfi*. Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Library Research*) yang bersifat kualitatif dengan sumber data berupa wawancara dan lampiran postingan dalam akun *ig.kahfi*, dan sumber sekunder berupa buku, internet, dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan analisis isi (*content analysis*). Hasil temuan dari penelitian ini menjelaskan bahwa materi dakwah yang ada di dalam akun *ig.kahfi* terbagi menjadi dua jenis, yaitu tema nasihat dan tema *reminder* yang disampaikan melalui murottal dan ayat dalam surah Al Qur'an. Fitur yang digunakan akun *ig.kahfi* adalah *reels* untuk mengupload ke Instagram, dan *instastory* untuk membagikannya ke pengguna lainnya.

Kata Kunci : Media Dakwah, Instagram, *ig.kahfi*

ABSTARCT

Media is one of the elements of da'wah. The emergence of various kinds of media makes it easy to reach the public at large. In the midst of the development of the internet today, da'wah media also took part in its development, namely through social media.

One of the most popular social media today is Instagram. Instagram is an application where users can share photos or videos with other users easily and quickly. Instagram has various uses. Some are for trading, personal use, or for disseminating information. In addition, Instagram is also popularly used as a medium for da'wah because the features offered are interesting. The ig.kahfi Instagram account is one example. By utilizing the features on Instagram, the ig.kahfi account provides creative da'wah messages through murottal videos and Qur'an verses.

In connection with this, the author is interested in conducting research on the ig.kahfi Instagram account in utilizing Instagram as a medium of da'wah with the formulation "How is the Use of Instagram as a Medium of Da'wah by the ig.kahfi Instagram Account?", and "What are the Da'wah Messages Delivered by the ig.kahfi Instagram Account?" with the aim of knowing the use of Instagram as a medium of da'wah by the Ig.kahfi Instagram account, and to find out the da'wah message conveyed by the ig.kahfi Instagram account. This research is a type of qualitative library research with data sources in the form of interviews and attachment posts in the ig.kahfi account, and secondary sources in the form of books, the internet, and journals that have relevance to this research. While the data collection method uses content analysis. The findings of this study explain that the da'wah material in the ig.kahfi account is divided into two types, namely the theme of advice and the theme of reminders delivered through murottal and verses in the Qur'an. The features used by the ig.kahfi account are reels to upload to Instagram, and instastory to share it with other users.

Keywords: Da'wah Media, Instagram, ig.kahfi

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirul Miftakhudin

Npm : 1941010134

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Instagram Pada Akun ig.kahfi Sebagai Media Dakwah” adalah benar-benar hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun Salinan karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki (*Footnote*) dan daftar pustaka. Apabila dalam waktu tertentu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 2023

Penulis



Khoirul Miftakhudin
NPM. 1941010134

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul skripsi : Instagram Pada Akun ig.kahfi Sebagai
Media Dakwah
Nama : Khoirul Miftakhudin
NPM : 1941010134
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqasah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. M. Nesor, M.Si
NIP. 195707151987031001

Nadya Amalia Nasoetion, M. Si
NIP. 199007272019032026

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. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp (0721) 703289

PENGESAHAN

Skrisi yang berjudul **“Instagram Pada Akun ig.kahfi Sebagai Media Dakwah”** disusun oleh **Khoirul Miftakhudin NPM : 1941010134**. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasah di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Kamis, 28 Desember 2023.**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Fitri Yanti, MA

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd

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

Penguji II : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Penguji Pendamping : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**

Dr. H. Abdul Syukur, M. Ag

NIP.196511011995031001

MOTTO

وَلَا يَصُدُّنَّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أُنزِلَتْ إِلَيْكَ ۖ وَادْعُ إِلَىٰ رَبِّكَ ۖ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ
الْمُشْرِكِينَ 87

"Dan janganlah sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah, sesudah ayat-ayat itu diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan janganlah sekali-sekali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Tuhan. "

(QS Al Qashash (28) : 87)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur kepada Allah Swt dan tidak lupa juga shalawat teriring salam selalu turerahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw yang mana kita nanti-nantikan syafaatnya kelak di yaumul qiyamah aamin ya robbal'alamin. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta yaitu Bapak Saeroji dan Ibu Triningsih yang senantiasa selalu memberikan doa terbaiknya untuk saya. selalu memberikan semangat dan kasih sayangnya untuk saya, terimakasih atas semua pengorbanan yang tiada hentinya, memberikan support terbaik, berjuang mendidik dan memberikan motivasi kepada saya, sehingga saya dapat sampai ditahap sekarang ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan keberkahan, kesehatan, panjang umur, keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Kepada adikku tersayang Ahmad Bayu Kurniawan yang selalu memberikan semangat terhadap saya.
3. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis yang bernama Khoirul Miftakhudin dilahirkan di Desa Sidoharjo Kecamatan Way Panji Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung pada tanggal 27 Juli 2001. Anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Saeroji dan Ibu Triningsih.

Menempuh pendidikan formal dengan pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Sidoharjo yang dimulai dari Tahun 2007 dan diselesaikan pada Tahun 2013, dilanjutkan pada tingkat Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 3 Lampung Selatan Di Kecamatan Way Panji Kabupaten Lampung Selatan Pada Tahun 2013-2016 dan Dilanjutkan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Sidomulyo Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan sampai pada Tahun 2019. Pada Tahun 2019 penulis melanjutkan Pendidikan kembali di perguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung dan berhasil diterima sebagai Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) dengan prodi Komunikasi Penyiaran Islam.



Penulis,

Khoirul Miftakhudin
NPM. 1941010134

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt yang mana telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya. Semoga keberkahan senantiasa diberikan oleh Allah Swt kepada kita semuanya sebagai hamba-Nya. Sholawat teriring salam selalu kita sanjungkan agungkan kepada Baginda Nabiullah Muhammad Saw, keluarga, kerabat dan juga para sahabat-Nya, semoga senantiasa kita semua diberikan syafaatnya di yaumul qiyamah kelak.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Program pendidikan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan karenanya kritik dan juga saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Judul karya ilmiah ini adalah “Peran Da’i Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Di Desa Kertasana Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran”. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag, MA selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan ibu Ade Nur Istiani selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si yang terhormat selaku pembimbing akademik I telah menyempatkan waktu dan tenaga dalam mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Nadya Amalia Nasoetion, M. Si selaku pembimbing akademik II yang telah mengarahkan penulis dengan penuh

ketulusan serta memberikan solusi pada penulis selama penyusunan skripsi agar lebih baik lagi

5. Bapak/Ibu dosen prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendidik dan memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
6. Irawan selaku admin dan pemilik akun Instagram ig.kahfi, terimakasih karena mengizinkan dan bersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Kepada sahabat dan teman seperjuangan Fahrul Shiddiq, Muhammad Juniardi, Kristi Sabela, Evin Luthfiah Dwiandrini, Iis Liana Tari, Julisa Septiani, Maytufi Azzahra Yasha, Isti Cantika Prilian, Mutiara Anggraeni, Farra Tania Puspita yang selalu memberikan semangat, ide, dan pikiran selama penulisan skripsi.
8. Teman teman Dayldao, Airdrop Jack, Conan Research, terimakasih telah memberikan info cuan di Telegram kepada penulis selama masa mengerjakan skripsi ini.
9. Keluarga Besar KPI B 2019 teman teman seperjuangan ku yang selama ini selalu bersama berbagi ide, pendapat, cerita, canda, dan tawa.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, tetapi penulis telah berusaha semaksimal mungkin sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini dan semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Desember 2023
Penulis

Khoirul Miftakhudin
NPM.1941010134

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
G. Kajian Penelitian Terdahulu	6
H. Metode Penelitian	8
I. Sistematika Peulisan.....	11
BAB II INSTAGRAM DAN MEDIA DAKWAH	
A. Instagram	
1. Pengertian Instagram	13
2 Sejarah Instagram	13
3. Fitur Fitur Instagram.....	16
4. Pembuatan Akun Instagram	18
5. Instagram Sebagai Media Penyampaian Dakwah.....	19
B. Media Dakwah	
1. Pengertian Media Dakwah	21
2. Unsur Unsur Dakwah.....	24
3. Jenis Jenis Media Dakwah	27
4. Fungsi Media Dakwah	28

5. Dampak Media Dakwah.....	29
6. Bentuk Bentuk Media Dakwah	30
C. Media Dakwah Dengan Menggunakan	
Media Audio dan Visual... ..	34
1. Definisi Murottal	34
2. Manfaat Murottal.....	34
BAB III AKUN INSTAGRAM Ig.Kahfi	
A. Profil Akun Instagram Ig.Kahfi	37
B. Sekilas Tentang Pemilik Akun Instagram Ig.kahfi	41
C. Konten Dalam Akun Instagram Ig.kahfi	43
BAB IV INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH	
A. Bentuk Instagram Sebagai Media Dakwah	75
B. Pesan Dakwah Akun Instagram ig.kahfi	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Akun Instagram ig.kahfi	37
2. Data Insight Perbandingan Gender.....	39
3. Data Insight Perbandingan Usia.....	40
4. Data Insight Reel Postingan “Bersama Kesulitan ada Kemudahan.....	41
5. Logo Akun Instagram ig.kahfi	42
6. Postingan Berjudul “Doa Agar Diberikan Kesabaran	45
7. Postingan Berjudul “Kun Fayakun”	46
8. Postingan Berjudul “Balasan Suatu Kebajikan	47
9. Postingan Berjudul Usap Air Matamu.....	47
10. Postingan Berjudul Tetap Bersabar	48
11. Postingan Berjudul Beriman Kepada Allah	49
12. Postingan Berjudul Mengharap Keridhaan Allah.....	50
13. Postingan Berjudul Katakan InshaAllah.....	51
14. Postingan Berjudul Berpisah dengan Dunia	52
15. Postingan Berjudul Maha Pemberi Rezeki	53
16. Postingan Berjudul Penyesalan	54
17. Postingan Berjudul Jangan Sombong	55
18. Postingan Berjudul Hujan Itu Rezeki	56
19. Postingan Berjudul Kenapa Merasa Cemas?	57
20. Postingan Berjudul Pasti Ada Kemudahan	57
21. Postingan Berjudul Perihal Ibadah Shalat.....	58
22. Postingan Berjudul Gambaran Suatu Hari Nanti	59
23. Postingan Berjudul Maha Penolong	60
24. Postingan Berjudul Dirikanlah Shalat	60
25. Postingan Berjudul Niatkan Karena Allah.....	61
26. Postingan Berjudul Perintah Berpuasa	62
27. Postingan Berjudul Perbanyak Shalawat di Hari Jum’at	62
28. Postingan Berjudul Doa Nabi Musa	63
29. Postingan Berjudul Keutamaan Berdzikir	64
30. Postingan Berjudul Kembali Kepada Allah	65
31. Postingan Berjudul Tetaplah Bekerja Keras	65
32. Postingan Berjudul Jangan Merendahkan.....	66

33. Postingan Berjudul Berbuat Baik	67
34. Postingan Berjudul Sayangilah Ibu Bapak	68
35. Postingan Berjudul Perihal Game Gacor	69
36. Postingan Berjudul Sepele Tapi Surga	70
37. Postingan Berjudul Doa Untuk Palestina.....	71
38. Postingan Berjudul Perbanyak Bersyukur	72



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel 3.1 Tema Nasihat	44
2. Tabel 3.2 Tema <i>Reminder</i>	50
3. Tabel 4.1 Analisis Isi Pada Tema Nasihat	78
4. Tabel 4.2 Analisis Isi Pada Tema <i>Reminder</i>	79
5. Tabel 4.3 Pesan Dakwah Tema Nasihat	80
6. Tabel 4.4 Pesan Dakwah Tema Reminder	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Judul

Lampiran 2 SK Perubahan Judul

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Kartu Konsultasi

Lampiran 6 Turnirin



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul merupakan hal yang sangat penting dari suatu karya ilmiah, karena judul ini memberikan gambaran tentang keseluruhan isi skripsi. Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini dan untuk menghindari kesalah pahaman, maka penulis perlu memberi penegasan pengertian beberapa istilah yang dianggap penting supaya bahasan ini dapat terarah dan tidak menyimpang dari maksud yang di inginkan. Adapun judul proposal penelitian ini yang di maksudkan adalah **“Instagram Pada Akun Ig.kahfi Sebagai Media Dakwah”** Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat di dalam judul proposal tersebut yaitu sebagai berikut:

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari *smartphone* yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem*follow* akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video membuat para Da'i dan Da'iah turutmembagikan pesan dakwahnya lewat instagram.

Ig.Kahfi adalah salah satu akun instagram yang mengunggah konten dakwah yang mengangkat tema tentang kejadian yang terjadi saat ini dengan berupa video dakwah menggunakan murrotal dari ayat Al Qur'an. Saat ini, akun Instagram ig.kahfi memiliki jumlah followers sebanyak 151ribu dan memposting video sebanyak 323 postingan.

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

Media Dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan *maddah* dakwah (isi pesan dakwah) kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan¹. Media dakwah adalah unsur keempat dalam kegiatan berdakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Materi dakwah dalam media dakwah terdapat empat macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, dan audio visual.

Dapat disimpulkan bahwa instagram sebagai media dakwah disini berarti upaya akun instagram ig.kahfi menggunakan atau memakai media sosial instagram sebagai alat yang menyalurkan pesan kepada mad'u yaitu para pengguna media sosial yang mengakses instagram.

B. Latar Belakang Masalah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab "*da'wah*". *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi²

Secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mendefinisikan dakwah, hal ini disebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri. Sebagian ulama seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-madkhal ila 'ilm ad-da'wat* mengatakan, bahwa dakwah adalah menyampaikan (*at-tabligh*) dan menerangkan (*al-bayan*) apa yang telah dibawa oleh Nabi Muhammad SAW.

¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), 61

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 6.

Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa dakwah adalah membawa seseorang dari satu sisi kepada sisi yang lain, sesuai dengan asal kata fi' il madhi-nya *da'a* yang mempunyai arti mengajak, memanggil, menyeru seseorang agar mengikutinya. Dakwah merupakan suatu tindakan yang dimana dilakukan oleh setiap manusia untuk mengajak, dan menghimbau orang-orang untuk dapat melakukan perbuatan baik dan meninggalkan keburukan. Di dalam Alqur'an terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya berada di jalan Allah. Terdapat dalam Q.S. An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَهِنِينَ ۝ ١٢٥

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (Q. S. An-Nahl [16]: 125)³

Teknologi dalam Islam bukan sesuatu yang dilarang, meskipun di masa Rasulullah SAW belum di temukan adanya teknologi seperti yang berkembang pada saat ini. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan mengharapkan dakwah mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman.

Di tengah perkembangan ini, media juga ikut andil dalam perkembangannya yang dulunya era surat kabar, era majalah, era televisi, dan yang sekarang ini adalah era internet. *New media* atau media online adalah salah satu media *mainstream* yang menjadi salah satu alat untuk mencari informasi.

Contoh dari new media saat ini adalah media sosial berupa *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan lain sebagainya. Seiring

³ Departemen Agama RI. *Al-qur'an Dan Terjemah* (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2020).

dengan perkembangan teknologi, media dakwah juga mengalami perubahan. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Jadi, dapat disimpulkan bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Salah satunya di era new media ini media dakwah menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya.

Media yang sangat digemari pada saat ini ialah media sosial Instagram. Media sosial sendiri merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya. Yang artinya media merupakan saluran komunikasi yang menyampaikan pesan melalui komunikator kepada khalayak dan memberikan suatu pesan yang dapat dipahami dengan menyampaikan isi materi yang terdiri dari video, gambar maupun tulisan yang ada di internet atau instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun instagram kita.makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram.⁴

Ig.kahfi merupakan salah satu contoh akun di Instagram yang memanfaatkan Instagram sebagai media berdakwah dengan menggunakan video murottal dan ayat dari surah yang ada di dalam Al Qur'an. Menggunakan murottal dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan metode yang unik, karena dengan murottal membuat pengguna Instagram lainnya dapat mengingat dan menghafal ayat Al Qur'an yang dijadikan pesan dakwah jika di putar terus-menerus. Ig.kahfi dibuat pada tanggal 19 Juni 2019

⁴ Gan Gan Giantika, "Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast)"
Jurnal Komunikasi, Vol. 10, No. 1, Tahun 2019

oleh Irawan, dan hingga saat ini mempunyai followers sebanyak 151 ribu dan memposting video sebanyak 345 postingan.

Pemanfaatan terhadap penggunaan media sosial ini juga sangat diperlukan agar pesatnya perkembangan teknologi tidak malah membuat masyarakat salah dalam memanfaatkan dan memahami apa saja yang ada di dalam media sosial itu sendiri.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini adalah terkait pada Media Sosial dalam penyampaian pesan dakwah, sehingga dapat diketahui sub fokus pada penelitian ini yaitu Media Sosial Instagram melalui akun ig.kahfi dalam menyampaikan pesan dakwah.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Instagram sebagai media dakwah oleh akun Instagram Ig.kahfi?
2. Apa saja pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Instagram ig.kahfi?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai media dakwah oleh akun instagram Ig.kahfi
2. Untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Instagram ig.kahfi.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan akan manfaat sosial media Instagram juga bisa menjadi sarana media dakwah, dan memberikan wawasan yang luas secara teoritis akan pentingnya media sosial dalam kehidupan sehari-hari

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini tentunya manfaat yang akan dirasakan oleh pembaca dan penulis kemudian bagi masyarakat dan peneliti-peneliti yang akan datang, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada masyarakat tentang penggunaan media sosial, kemudian bagi para pendakwah bisa dijadikan sebagai acuan dan bisa merancang strategi dakwah yang lebih baik.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian, penulis memeriksa, dan mengoreksi literatur kepustakaan, untuk mengetahui bahwa penelitian dibidang ini belum dilakukan, atau sudah dilakukan. Kemudian penulis menemukan beberapa judul yang relevan, diantaranya yaitu :

1. Skripsi Yosieana Duli Deslima, NPM. 1441010083, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Pada tahun 2018, dengan Judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”.⁵ Persamaan melalui media sosial dan metode penelitiannya, perbedaannya terdapat dalam sampelnya, penulis diatas menggunakan mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam sebagai sampelnya, sedangkan penulis menggunakan sampel berupa postingan di akun instagram. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan 2 macam pemanfaatan yaitu sebagai media komunikasi dan media dakwah. Dimana Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat islam.
2. Jurnal Cut Sri Wahyuni, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada tahun 2022, dengan Judul

⁵ Yosieana Deslima Duli, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung,” *repository raden intan* (2018).

“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah”.⁶ Persamaan terdapat pada metode penelitiannya, perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti dimana mengambil salah satu contoh media social Ustadz Hanan Attaki. Kesimpulan dari penelitian diatas yaitu bahwa video pada akun social media ustadz Hanan Attaki mudah dipahami karena menggunakan gaya anak muda zaman sekarang.

3. Skripsi Gyta Rastyka Dhela NPM 1541010134, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwa Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Pada tahun 2019, dengan Judul “Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung”.⁷ Persamaan terdapat pada metode penelitiannya. Perbedaannya terdapat media sosial yang diteliti. Dimana penelitian diatas menggunakan Youtube sebagai media dakwah, sedangkan penulis menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Kesimpulan dari penelitian diatas bahwa berdakwah dengan Youtube merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual.
4. Jurnal Ulya Dinillah dan Aka Kurnia SF, Universitas Teknologi Sumbawa, dengan judul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah”.⁸ Persamaannya terdapat pada metode penelitiannya. Perbedaannya terdapat pada objek yang akan di teliti. Penelitian diatas menggunakan dua akun Instagram yaitu @tentangislam dan @harakahislamiyah, sedangkan peneliti hanya menggunakan satu akun Instagram saja. Kesimpulan dari penelitian ini

⁶ Cut Sri Wahyuni, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 4522–28.

⁷ R D Gyta, “Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung),” *repository raden intan* (2019).

⁸ Ulya Dinillah and Aka SF Kurnia, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Kaganga* 1, no. 2 (2019): 60–88, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>.

adalah pada akun @tentangislam lebih banyak menggunakan komunikasi persuasif secara emosional, sedangkan akun @harakahislamiyah lebih banyak menggunakan komunikasi persuasif secara rasional. Adapun materi dakwah dari kedua akun tersebut ditemukan lebih dominan membagikan materi dakwah syariah daripada materi akidah dan akhlak. Akun @harakahislamiyah mengandalkan desain visual ilustrasi yang berwarna warni dan terlihat lebih menarik dalam setiap kontennya, sedangkan akun @tentangislam hanya dengan gambar tekstual dan diikuti *caption* yang detail dan jelas dalam menjelaskan maksud dari pesan dakwahnya.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (*Library Research*), penelitian kepustakaan adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai kepustakaan baik yang terdapat di perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumen, surat kabar, internet dan lain sebagainya⁹

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah¹⁰

⁹ Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Social*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2015), 14

¹⁰ Lexi J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009), 6

3. Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian jenis kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan memprioritaskan proses interaksi langsung antara penulis dengan subjek fenomena yang akan diteliti. Proses komunikasi yang dibutuhkan adalah interaksi mendalam antara penulis dengan subjek yang akan diteliti. Penulis harus melakukan pendekatan secara intens dengan subjek yang akan diteliti.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data yang berupa informasi tersebut diperoleh dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi yang dilakukan bersama dengan informan. Sumber data yang dipilih merupakan sumber berupa manusia, kondisi atau aktivitas suatu fenomena dan dokumen atau arsip.¹¹

Data pada penelitian ini diperoleh dari postingan akun Instagram *Ig.kahfi* sebagai sumber data primer. Sepanjang tahun 2022-2023 dapat dikategorikan menjadi 2 tema, yaitu: tema nasihat dan tema *reminder* atau pengingat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui sumber lain yang lebih luas atau dapat juga dari sumber eksternal. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah beberapa artikel dan jurnal serta hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sehingga dapat mendukung data-data primer yang sudah diperoleh

¹¹ Samsu, *Metode Penelitian*, 2017.

5. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan metode kualitatif, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan strategi-strategi pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung.¹² Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap postingan dalam rentang tahun 2022-2023 pada akun Instagram ig.kahfi.

b. Wawancara

Interview atau wawancara dilakukan oleh penulis secara face to face, wawancara yang dilaksanakan dapat dibantu dengan pertanyaan terbuka dan tertutup guna mendapatkan jawaban berdasarkan sudut pandang dari partisipan.¹³

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan admin akun instagram Ig.kahfi secara tatap muka langsung agar informasi yang diperoleh lebih rinci dan terstruktur tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data dan dokumen-dokumen. Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen, maupun catatan peristiwa yang berbentuk tulisan dan gambar. Penulis melihat postingan yang di posting oleh akun Ig,kahfi dan mendokumentasikannya berupa *screenshot*.

6. Teknik Analisa Data

Adapun metode analisa data yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis isi (*Content Analysys*), yaitu penelitian yang

¹² Muhamad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005),7

¹³ Ibid., 546

bersifat pembahasan terhadap isi suatu informasi yang bersifat tertulis atau tercetak dalam media massa. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode berfikir Induktif yaitu keputusan-keputusan yang bersifat umum yang di dapat dari keputusan-keputusan yang bersifat khusus.¹⁴

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk menjelaskan apa saja yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN : bab ini membahas tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka) dan Sistematika Penulisan

BAB II INSTAGRAM DAN MEDIA DAKWAH : bab ini membahas tentang landasan teori-teori yang mendukung penelitian. Pembahasan dalam bab ini diperlukan beragam referensi rujukan untuk memperkuat dan mempermudah proses penelitian selanjutnya. Pembahasan dalam bab ini meliputi penjelasan mengenai Instagram, dan Media Dakwah.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN: bab ini akan disajikan fakta dan data dari gambaran umum akun Ig.kahfi, sekilas pemilik dari akun ig. Kahfi, dan konten dalam akun Ig.kahfi

BAB IV ANALISA DATA: bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi Deskripsi Data dan Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis.

¹⁴ Khomarudin, *Metode Penelitian Skripsi dan Thesi*, (Angkasa, Bandung, 1982), 15

BAB V PENUTUP: bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dijelaskan secara singkat dan menyeluruh dari peneliti.



BAB II

INSTAGRAM DAN MEDIA DAKWAH

A. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Instagram berasal dari kata “insta” dan “Gram”. Kata “insta” berasal dari “instan” yang berarti menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan “Gram” dari kata “Telegram” yang berarti cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga mengacu pada kata “Instan-Telegram”.

Menurut Bambang Dwi Atmoko Instagram adalah sebuah aplikasi dari *handphone* yang khusus untuk media social yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media social twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.¹

2. Sejarah Instagram

Berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama Burbn. Inc yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di startup yang didirikannya ini Kevin dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring social berbasis fotografi sesuai keinginannya.

Perusahaan *Burbn, Inc.* adalah perusahaan teknologi yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbn, Inc.* sendiri memiliki fokus yang

¹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

terlalu banyak di dalam HTML5, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Peluncuran perdana Instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan viral marketing namun berhasil menjangkit 25 ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran Instagram, pengguna telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin dan Mike melakukan *upgrade* pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna Instagram meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari satu tahun Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS yang ada di hp Iphone. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari *apple, app store* tempat pembelian aplikasi di *Iphone* telah memberikan apresiasi kepada Instagram, dengan diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch, dan Ipad.

Instagram telah menjadi layanan berbagi foto yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke platform lainnya yaitu android, platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada di platform Android. Jumlah pengguna Instagram yang sebelumnya 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam waktu 12 jam saja dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 Mei 2012 jumlah pengguna mencapai 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang sembilan hari setelah kehadirannya

di Android, perusahaan ini diambil alih oleh facebook pada tanggal 09 April 2012.²

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi 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 “popular” yang menjadikan instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukan hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.³

Instagram resmi dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 oktober 2010 dan sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring pada hari pertama peluncuran. Pada tanggal 13 oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian instagram merilis fitur hashtag atau tagar pada 27 januari 2011 agar lebih memudahkan pengguna menemukan foto dan pengguna lainnya.

Pada 3 April 2012, instagram resmi dirilis pada sistem operasi Android. Aplikasi instagram berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Pertumbuhan pesat Instagram terlihat pula dari review yang diberikan pengguna mendapatkan 1 juta rating bagus di Google Play. Instagram saat itu menjadi salah satu aplikasi yang mencapai satu juta peringkat dan berhasil menduduki posisi ke lima. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan Instagram telah diambil alih oleh perusahaan Facebook dengan nilai hampir 1 miliar dollar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini datang dengan kebijakan untuk tetap membiarkan instagram di kelola

² *Ibid.*, 7.

³ *Ibid.*, 13.

secara mandiri. Pada 11 Mei 2016 Instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan ikon baru dan tentunya desain dan tampilan baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru lebih berwarna yaitu kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. Dengan ikon dan tampilan baru ini Instagram semakin banyak disukai oleh pengguna dan tetap menggunakan instagram bukan malah menghapusnya.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial seperti facebook dan twitter, dan termasuk milik instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah pada tampilan instagram.⁴ Menu itu antara lain adalah:

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat fotonya yaitu dengan cara menggeser layar ke atas atau ke bawah.

b. *Explore*

Explore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Bisa berupa foto-foto dan video dari artis terkenal atau pemandangan. Dan foto yang menarik bagi pengguna.

c. *News Feed*

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “following” yang menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna ikuti dan “news” yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna instagram terhadap foto yang dibagikan.

⁴ *Ibid.*, 28

d. Profil atau *Feed*

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini juga menampilkan jumlah foto dan video yang di upload, followers dan following.

e. *Reels*

Reels adalah suatu fitur dimana pengguna instagram bisa mengunggah video pendek dengan orientasi vertikal berdurasi maksimal hingga 90 detik, yang dapat diedit seperti menambah filter, efek, teks, atau suara, sebelum di-upload di Instagram.

f. *Stories*

Stories atau biasa dikenal dengan *instastory* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur *home*, namun dalam fitur ini *Stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang di buat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah.

Selain fitur diatas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang diunggah ke instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:⁵

a. *Captions*

Captions atau keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di instagram dengan hashtag tertentu.

c. Lokasi

⁵ *Ibid.*, 36.

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktifitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, yaitu sebagai berikut:⁶

a. Follow

Follow berarti ikut, followers adalah pengikut, dalam instagram pengguna bisa berinteraksi dengan cara follow pengguna lain. Jika tidak saling follow maka akan susah untuk berinteraksi dengan pengguna lain.

b. Like

Like adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai foto atau video dari pengguna lainnya. Simbol like dalam instagram berbentuk love, pengguna instagram bisa memberi like pada pengguna lain dengan cara mengetuk dua kali postingan pada pengguna yang di follow nya.

c. Comments

Comments atau komentar adalah aktifitas dalam memberikan kata-kata melalui kolom komentar. Pengguna bisa memberikan komentar apapun terhadap foto, video dan bisa saling membalas dalam kolom komentar.

d. Mentions

Dalam fitur ini pengguna bisa menambah atau memanggil pengguna lainnya, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

4. Pembuatan Akun Instagram

Terdapat langkah-langkah dalam pembuatan akun instagram, yaitu:

⁶ Nur Rohmah, "Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)". (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016), 16.

a. Instalasi

Instalasi atau pemasangan yang harus dilakukan adalah jika pengguna android dengan Play Store dan App Store bagi pengguna IOS. Cari aplikasi instagram lalu klik instal atau pasang, tunggu sampai terinstall di handphone

b. Registrasi

Registrasi atau pendaftaran sangat perlu dilakukan karena untuk mengakses aplikasi instagram. Karena registrasi adalah membuat sebuah akun yang merupakan identitas sebagai pengguna, ada beberapa langkah untuk melakukan registrasi, yaitu:

1. Ketik sign up untuk pendaftaran lalu isikan alamat email, nomor handphone yang belum terdaftar dan masih aktif.lalu menunggu kode verifikasi.
2. Setelah kode verifikasi muncul isikan data diri dan username instagram sesuai keinginan penggunanya, lalu unggah foto untuk mengatur foto profil instagram.

5. Instagram Sebagai Media Penyampaian Dakwah

Hakikat Dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologi (pengajak-nya). Sedangkan pengajak (da'i) sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Da'i harus mengorganisir komponen-komponen unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen ialah media dakwah. Terkait dengan penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus ruang dan waktu.

Ada beberapa alasan dakwah melalui internet itu penting :

- a. Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang mudah, simple dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim komunitas dakwah yang tersebar disegala penjuru dunia

b. Instagram adalah salah satu dari sosial media yang ada, dan juga merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri.

Seperti media sosial lainnya instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah:

- a. Mampu menembus ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya yang relatif murah dan terjangkau.
- b. Menonton konten dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat terutama kaula muda, mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai.
- c. Cara penyampaiannya yang varitatif, telah membuat dakwah Islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan islami, silaturahmi dan lain-lain.

Instagram sendiri menjadi aplikasi sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang di bagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bias kita dapatkan bahkan lebih cepat disbanding informasi tersebut tayang di televisi.⁷ hal tersebut karena dorongan dari penggunaanya untuk mengunggah dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respond dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya.

Penggunaan fitur-fitur Instagram saat ini sangat banyak dipakai oleh pengguna Instagram khususnya para komunitas yang menamakan diri mereka sebagai komunikats vidgram. Biasanya mereka mengunggah video-video pribadi, informasi, komedi, *fashion*, dan apa yang sedang hangat diperbincangkan. Penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu

⁷ Bambang Dwi, *Instagram Handbook*, 42

juta lebih tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para Da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna instagram menggunakan fitur vidgram (video instagram) ini.

Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak di minati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi tren di masyarakat. Masyarakat sangat menyukai konten dakwah yang ada di instagram terutama mahasiswa yang tentunya mereka tidak ingin ketinggalan zaman dan dirasa dakwah lewat instagram lebih efektif untuk menarik hati khususnya kaum muda. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Pada intinya isi pesan Instagram memberikan manfaat bagi penggunanya.

B. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari Bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam Bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan)⁸. Sedangkan dakwah menurut etimologi mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.⁹ Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenade Media Group. 2004), 403.

⁹ Abdullah, *ILMU DAKWAH: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, (Depok : Rajawali Pers. 2018), 3.

untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u.

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang vital dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur yang lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah kedalam lima kelompok. Pertama objek dakwah atau materi yang disampaikan, kedua juru dakwah atau da'i, ketiga penerima dakwah atau mad'u, keempat metodik atau uslub, sedangkan yang kelima media atau wasilah.¹⁰ Menurut Hamzah Ya'qub, media atau wasilah dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

1. Lisan : Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminarm musyawarah, nasehat
2. Lukisan : Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain
3. Tulisan : Buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain
4. Audio Visual : Suatu cara penampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran.
5. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditunjukkan dengan perbuatan nyata.

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang telah dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub diatas, Berdakwah di media sosial Instagram yang memposting pesan-pesan dakwah merupakan salah satu media dakwah. Media Instagram termasuk dalam klasifikasi audio visual, karena didalam akun Berdakwah pada media sosial Instagram memposting gambar-gambar serta video yang bisa dilihat dan juga bisa di dengar. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya agar memudahkan Da'i atau umat muslim untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, dan memudahkan mad'u untuk

¹⁰ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983), 17- 22.

melihat pesan dakwah dengan mengakses akun instagram yang berkonten dakwah hanya melalui *handphone* mereka.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah memiliki unsur-unsur yang melengkapinya, diantaranya:

a. Da'i

Da'i adalah pelaku dakwah, orang yang berdakwah baik secara tulisan, lisan, dan perbuatan. Secara umum kata Da'i ini lebih dikenal dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam). Da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung ke arah yang lebih baik menurut syariat Islam, Al-Qur'an dan Sunnah. Karena Da'i merupakan pionir untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Jadi Da'i adalah komunikator yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada sasaran dakwah yaitu mad'u.

b. Mad'u

Unsur kedua adalah Mad'u. Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau objek yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i, baik individu, kelompok baik beragama Islam atau tidak, dengan kata lain seluruh manusia sebagai makhluk Allah SWT yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan berikhtiar. Kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya sendiri, mulai dari individu, keluarga, kelompok, massa, dan umat seluruhnya. jadi Mad'u adalah komunikan sang penerima pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i.

c. Pesan Dakwah

Maddah adalah isi pesan atau materi dakwah yang akan disampaikan oleh Da'i kepada sasaran dakwah, yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Materi dakwah ini memiliki makna dan fungsi penting dalam menentukan

keberhasilan dakwah yaitu, sejauh mana materi dakwah yang disampaikan Da'I membawa atsar (pengaruh) yang baik terhadap objek dakwah (mad'u) itu sendiri. Oleh karena itu, dalam menyampaikan perlu ada kemasan atau tampilan yang menarik mengenai materi (message) apa yang akan disampaikan kepada audience (mad'u). Kemasan atau tampilan yang dimaksud bisa melalui video di media sosial Instagram seperti yang akan diurai dalam bahasan selanjutnya.

Menurut Ali Aziz, materi dakwah tergantung pada tujuan dakwah yang hendak di capai. Namun, secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu :¹¹

a) Masalah keimanan (aqidah)

Aqidah dalam Islam bersifat erat hubungannya dengan rukun Islam. Aqidah adalah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia oleh karena itu, yang pertama kali yang di jadikan materi dakwah islam adalah aqidah atau keimanan. Secara garis besar dapat di kelompokkan sebagai berikut Iman kepada Allah, Iman kepada malaikat, Iman kepada kitab kitabnya, Iman kepada rasu-rasulnya, Iman kepada hari akhir, dan Iman kepada qodho dan qodar.

b) Masalah keislaman (Syari'ah)

Syariah erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam menaati hukum Allah SWT. Syariat yang ditujukan untuk umat manusia pada dasarnya satu dan di tunjukkan untuk para Nabi bersifat kekal dan abadi. Utamanya menebarkan nilai keadilan di antara manusia, membuat hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial, secara garis besar syariah dapat dikelompokkan Ibadah, makna ibadah adalah penghambatan diri, pada

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 109

hakekatnya segala sesuatu yang di perbuat seorang hamba (manusia) untuk mentaati perintah Allah SWT. Aspek muamalah ini memberikan tuntutan kepada masyarakat sebagai agama dalam hidup bermasyarakat sebagaimana yang di ajarkan agama Islam.

c) Masalah budi pekerti (Akhlauqul Karimah),

Akhlaq secara etimologi berasal dari bahasa Arab Jamak dari “khuluqun” yang di artikan budi pekerti dan tingkah laku.¹² Secara garis besar, akhlaq meliputi akhlaq terhadap khaliq dan akhlaq terhadap makhluk. Akhlak sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.

d. Metode Dakwah

Metode dakwah berarti cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah, agar tercapainya tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).

Menurut Jamaluddin Kaffie metode dakwah yang masih tetap hidup dan berkembang adalah:

- a. Metode sembunyi sembunyi, pendekatan kepada saudara dan orang terdekat.
- b. Metode Bil-lisan dengan ucapan, Bil Qalam dengan tulisan, dan Bil Hal dengan perbuatan.
- c. Metode Bil Hikmah dengan lembut, Maudzoh hasanah dengan nasihat dan Bil lati hiya ahsan dengan berdebat cara yang baik.
- d. Amar ma'ruf nahi munkar, tawashau bi al-haq wa al-sabr, tadzkirah.¹³

¹² *Ibid.*, 117.

¹³ **Jamaluddin Kaffie**, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993), 39

Metode dakwah sangat diperlukan dalam berdakwah agar seorang Da'i mampu menyampaikan pesan dakwahnya yang sampai pada mad'unya.

e. Media Dakwah

Media dakwah yaitu, segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Hamzah yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.¹⁴Media dakwah merupakan alat yang digunakan para Da'I untuk membantu mensukseskan proses dakwah mereka. Media yang digunakan juga beragam dan efektif dalam berdakwah. Dengan banyaknya media, seorang dai harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

- a) Tidak ada satu media lain yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik yang berbeda.
- b) Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah.
- c) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah.
- d) Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
- e) Pemilihan media hendaknya dilakukan berdasarkan penilaian objektif.
- f) Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g) Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.

f. Efek Dakwah

Efek dakwah atau atsar berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. Atsar (efek) sering disebut dengan feedback (timbang balik) dari proses dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi

¹⁴ Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), 47

perhatian para Da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.¹⁵

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). Da'i yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap mad'u. Apabila mad'u setelah mendengarkan pesan yang disampaikan kemudian menerima dan mulai memperbaiki diri menjadi lebih baik lagi maka Da'i bisa disebut sukses, daripada Da'i yang hanya menyampaikan saja tanpa memikirkan *respond* atau efek yang terjadi pada mad'u.

3. Jenis-Jenis Media Dakwah

Media dakwah yang digunakan para Da'i dalam menyampaikan pesan dakwah ada bermacam-macam. M. Ali Aziz menerangkan bahwa menurut jenisnya media dakwah terdiri dari tiga jenis yaitu:

- a. *The Printing Writing*, adalah media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang hanya bisa di lihat, seperti koran, majalah, buku, bulletin, foto dan lainnya.
- b. *The Audio Visual*, adalah media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan di dengar sekaligus, seperti televisi, film, video, dan lainnya.
- c. *The Spoken Word*, adalah media yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat didengar saja, seperti radio, musik, dan sebagainya

Sedangkan menurut sifatnya terbagi menjadi dua golongan yaitu:

- a. Media Tradisional

Media tradisional yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara

¹⁵ *Ibid.*, 99

tradisional dipentaskan didepan khalayak ramai terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikasi. Contohnya seperti, ludruk, wayang, drama dan sebagainya.

b. Media Modern

Media modern sering disebut media elektronik, yang dilahirkan dari teknologi, seperti televisi, radio, pers, film, dan sebagainya.

Dapat diketahui bahwa penggolongan diatas pada kenyataannya bangsa Indonesia memiliki beranekaragam media tradisional. Sebagai contoh para Wali Songo menggunakan media tradisional dalam menyebarkan pesan dakwah. Dan terbukti efektif dengan bukti banyaknya masyarakat Indonesia yang beragama Islam.¹⁶

4. Fungsi Media Dakwah

Media dakwah memiliki fungsi yaitu penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada mad'u. adapun fungsi media dakwah yaitu:¹⁷

a. Fungsi Menyiarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap informasi, dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh mad'u.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi mendidik yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan. Sebab, materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c. Fungsi Menghibur

¹⁶ Yosieana Deslima Duli, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung," *repository raden intan* (2018).

¹⁷ "Fungsi Media Dakwah" (online), tersedia di: <http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm>, diakses pada 23 November 2023

Dalam fungsi ini media dakwah dalam Islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

d. Fungsi Mempengaruhi

Dalam fungsi ini media dakwah dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap mad'u dari yang tidak baik menjadi baik. Sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

5. Dampak Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia dan dapat menimbulkan perhatian untuk bisa menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, media dakwah diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nonmassa.¹⁸

Media massa digunakan pada komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh, media massa yang digunakan seperti surat kabar, radio, televisi. Sedangkan media Nonmassa biasanya digunakan untuk komunikasi orang tertentu atau kelompok-kelompok seperti surat, telepon, SMS, dan lain-lain.¹⁹

Dampak positif media massa dalam penggunaan komunikasi yaitu meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Termasuk dalam hal ini adalah komunikasi dakwah massa. Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak, jadi sangat efektif menyebarkan informasi dalam

¹⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

¹⁹ *Ibid.*, 106

mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

Sedangkan dampak negatifnya adalah tidak adanya batasan untuk memanfaatkan media sosial, sehingga masyarakat yang menggunakannya jika tidak berhati-hati akan berakibat buruk. Oleh karena itu kita harus berhati-hati dan bijaksana dalam menggunakan media untuk proses berdakwah.

6. Bentuk-Bentuk Media Dakwah

1. Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan, diantaranya:

a. *Film Slide*

Film slide adalah rekaman gambar pada film yang telah diprogram sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang cukup jelas kepada audiens tentang informasi yang disampaikan Da'i. Sedangkan kelemahannya adalah untuk membuat program melalui film slide diperlukan orang khusus dalam bidang fotografi dan grafis. Selain itu juga diperlukan ruangan khusus dengan menggunakan aliran listrik.²⁰

b. *Overhead Proyektor (OHP)*

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Perangkat ini tepat untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan selera da'i dan apalagi jika diwarnai dengan

²⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 113.

seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya yaitu memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik juga menuntut kreatifitas da'i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik.²¹

c. Gambar dan Foto

Dalam perkembangannya gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da'I yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak terlalu mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan. Kelemahannya, seorang da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, salian itu juga menuntut da'i untuk kreatif dan inovatif.

2. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah ditangkap melalui indra pendengaran. Diantaranya:

a. Radio

Dakwah dilakukan melalui siaran radio akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikan yang jauh dan tersebar. Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara.²²

b. *Tape Recorder*

²¹ *Ibid.*, 117

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 152

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara kedalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplay back dalam bentuk suara.²³ Dakwah dengan tape recorder ini relatif mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai keinginan dan kebutuhan. Disamping itu da'i juga dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya dapat disebarkan.

3. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Diantaranya : televisi, film, dan internet.²⁴

a. Televisi

Di beberapa daerah di Indonesia Masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam.²⁵ Program-program siaran yang disiarkan melalui televisi. Saat ini sangat banyak acara-acara dakwah yang disiarkan di tv contohnya Islam itu Indah yang disiarkan *channel* Transtv, Mamah Dedeh di Indosiar, dan juga kajian-kajian di *channel* tv lainnya.

b. Film

Film yang digunakan sebagai media dakwah yang harus diisi misi dakwahnya adalah naskah, diikuti skenario, shooting dan actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan. Disamping itu, secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak

²³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 119-120.

²⁴ *Ibid.*, 120

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 152

yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.

c. Internet

Internet dapat menjadi media sekaligus ruang ekspresi bagi masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas dakwah, baik sebagai khalayak (*mad'u*) maupun sebagai penyeru (*Da'i*). Melalui berbagai *platform* internet, setiap orang dapat menikmati pesan-pesan agama sekaligus menambah informasi-informasi agama. Dengan media internet dakwah dapat memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasaan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, cultural dan lainnya. media sosial termasuk golongan internet karena mengaksesnya harus menggunakan internet.

4. Media Cetak

Media cetak adalah media penyampaian informasi melalui tulisan yang tercetak. Diantaranya yaitu:

a. Buku

Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Para ulama yang merupakan penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya. Seperti halnya Imam Al-Ghazali menulis *Ihya' 'Ulumuddin*, Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Shalihin*, dan lain-lain.

b. Surat Kabar

Dakwah melalui surat kabar yaitu dengan cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.

c. Majalah

Majalah dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, bagi majalah bertema umum. Jika majalah tersebut majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang Da'i dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.

C. Media Dakwah Dengan Menggunakan Media Audio dan Visual

Media audio visual adalah media yang menggunakan audio atau suara dan visual atau gambar secara bersamaan. Pada penelitian kali ini media dakwah dengan menggunakan media audio dan visual adalah melalui internet dengan menggunakan format video. Isi dari format video tersebut adalah murottal sebagai media audio dan ayat Al-Qur'an sebagai visual nya.

1. Definisi Murottal

Murottal adalah rekaman suara Al-Qur'an yang dilagukan oleh seorang qori (pembaca Al-Qur'an). Mendengarkan ayat-ayat Al-Qur'an yang dibacakan secara tartil dan benar akan mendatangkan ketenangan jiwa. Lantunan ayat-ayat Al-Qur'an secara fisik mengandung unsur-unsur manusia yang meruokan instrumen penyembuhan dan alat yang paling mudah dijangkau. Suara dapat menurunkan hormon stress, mengaktifkan hormon endofrin alami, meningkatkan perasaan rileks, memperbaiki sistem kimia tubuh sehingga menurunkan tekanan darah serta memperlambat pernafasan, detak jantung, denyut nadi dan aktivitas gelombang otak.

2. Manfaat Murottal

a. Mengurangi Kecemasan

Al-Qur'an yang dibaca dengan suara merdu dan indah adalah terapi musikal yang mampu memperbaiki, memelihara, mengembangkan fisik, mental, kesehatan emosi dan menghilangkan kecemasan. Perangsangan auditori

melalui murottal Al-Qur'an mempunyai efek distraksi yang meningkatkan pertumbuhan hormon *endorphin* dalam sistem kontrol desender. Membaca atau mendengar Al-Qur'an memberikan efek relaksasi sehingga pembuluh darah nadi dan jantung mengalami penurunan yang menimbulkan penurunan kecemasan.

b. Mengembalikan Keseimbangan sel

c. Menstabilkan tanda tanda vital

Lantunan Al-Qur'an bisa menstabilkan tanda tanda vital yaitu tekanan darah, denyut jantung, pernafasan, serta saturasi oksigen. Lantunan Al-Qur'an mengandung unsur unsur suara manusia yang bisa menurunkan hormon stress, meningkatkan hormon *endorphin* alami, meningkatkan perasaan rileks, memperbaiki sistem kimia tubuh sehingga menurunkan tekanan darah serta memperlambat pernafasan, detak jantung, dan aktifitas gelombang otak.

d. Menurunkan Tingkat Nyeri

e. Meningkatkan Memori Otak

Bacaan Al-Qur'an merangsang munculnya *Alpha* serta merangsang lobus temporal otak yang berisi *hippocampus* pusat memori otak sehingga aktivasi pada daerah tersebut memudahkan seseorang dalam belajar dan menghafal.

Dari masing-masing media di atas semuanya bisa digunakan sebagai media dakwah. Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara *continue* terhadap objek dakwah. Kegiatan dakwah mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa sesuai dengan kondisi dan situasinya. Menggunakan internet sebagai media dakwah bukanlah hal baru, dengan arena yang begitu luas dan memiliki jangkauan global juga menjadi lingkungan baru yang signifikan.

Oleh sebab itu, harus dipahami bahwa aktivisme dakwah yang dimaksud adalah tindakan yang tidak hanya menjadikan internet sebagai medium bagi gerakan sosial keagamaan dalam konteks dakwah tetapi juga menjadikan internet sebagai medan gerakan dakwah. Terutama media sosial yang secara visual atau secara jelas bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan pesan dakwah dan dapat kita lihat dan kita gunakan dimanapun berada selagi kita

mempunyai jaringan internet, yang sekarang ini instagram merupakan media dakwah terpopuler dimasyarakat dan masih banyak lagi media sosial lain seperti, facebook, twitter dan lainnya yang serupa dapat digunakan sebagai media dakwah.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdullah, *ILMU DAKWAH: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, (Depok : Rajawali Pers. 2018)

Zaidan Abdul Karim, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983)

Syukir Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993)

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

Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan Terjemah* (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2020).

Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992)

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

Badudu J.S , *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994)

Moeloeng Lexi J., *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009)

Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Social*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2015),

Aziz Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenade Media Group. 2004)

Teguh Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)

Samsu, *Metode Penelitian*, 2017.

Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*

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

Khomarudin, *Metode Penelitian Skripsi dan Thesi*, (Angkasa, Bandung, 1982)

Jurnal :

Gan Gan Giantika, “Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast)” *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 1, Tahun 2019

Cut Sri Wahyuni, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 4522–28.

Hartawan., D. Y. (2017). Media Sosial sebagai Media Massa di Kalangan Remaja (Studi Etnografi Virtual tentang Identitas dan Presentasi Diri Remaja Indonesia di Instagram). *Jurnal Retorika*, Vol. 9, 157.

Ulya Dinillah and Aka SF Kurnia, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Kaganga* 1, no. 2 (2019): 60–88, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26>.

Skripsi :

R D Gyta, “Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)”

Yosieana Deslima Duli, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung,”

Nur Rohmah, “Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)”. (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016)

Sumber Online :

“Fungsi Media Dakwah” (online), tersedia di:

<http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm>, diakses pada 28 November 2023

Tafsir Al-Muyassar, Kementrian Agama Saudi Arabia,

<https://tafsirweb.com/4085-surat-ibrahim-ayat-39.html>, diakses pada 15 November 2023

Wawancara :

Irawan, Admin Akun Instagram ig.kahfi.



