

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN AKHYAR TV DALAM
PENYEBARAN DAKWAH**



Skripsi

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

Oleh :

RISKA INDAH CAHYANI

NPM. 1441010192

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN INSTAGRAM AKHYAR TV
DALAM PENYEBARAN DAKWAH**

Skripsi

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

Oleh:

RISKA INDAH CAHYANI

NPM. 1441010192

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.SI

Pembimbing II: Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

ABSTRAK
PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN AKHYAR TV DALAM
PENYEBARAN DAKWAH

OLEH
RISKA INDAH CAHYANI

Di zaman modern ini banyak sekali media yang bisa dijadikan sebagai sarana penyebaran informasi dan bisa diterima oleh semua kalangan. Dan salah satu penggunaan media sosial yang populer adalah instagram. Instagram yang bersifat *photo sharing* memiliki kekuatan untuk memudahkan penyebaran informasi sehingga banyak hal-hal yang lahir menjadi *trending topic* karena penyebarannya di instagram.

Melalui media instagram yang sedang trend disemua kalangan ini, maka pesan dakwah juga mendapat kesempatan untuk menyebar dengan luas. Akun Akhyar TV merupakan akun yang menggunakan media sosial instagram sebagai sarana menyebarkan pesan-pesan dakwah. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada instagram, akun Akhyar TV dapat membuat konten atau menyebarluaskan pesan-pesan Islamiyah secara efektif dan mudah diterima oleh pengguna instagram lainnya.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap peran instagram akun Akhyar TV terhadap penyebaran dakwah dengan rumusan masalah: “Bagaimana peran media sosial instagram akun Akhyar TV dalam penyebaran dakwah?”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram sebagai sarana penyebaran dakwah melalui akun Akhyar TV. Kegunaannya adalah untuk menambah pengetahuan tentang penggunaan media sosial instagram dalam penyebaran pesan-pesan dakwah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat kualitatif dengan data primer berupa konten-konten yang diunggah di Akun instagram Akhyar TV dan sumber data sekunder berupa wawancara, dokumentasi serta data tambahan yang didapatkan dari buku-buku referensi ataupun situs internet. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi dan disimpulkan secara induktif.

Hasil temuan dari penelitian ini menjelaskan bahwa akun instagram Akhyar TV menggunakan fitur format video, *hashtag*, fitur gambar, *captions*, *comments*, dan fitur integrasi ke media sosial lain dalam menyebarluaskan pesan-pesan dakwah. Selain itu konten materi yang di *post* adalah mengenai pengetahuan Islami dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Penyebaran Dakwah, Akhyar TV.

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV Dalam Penyebaran Dakwah

Nama : Riska Indah Cahyani

NPM : 1441010192

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, Juni 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si

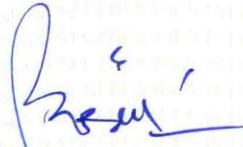
Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos. I

NIP. 196104091990031002

NIP.197010251999032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS), Ph,D

NIP. 197303191997031001



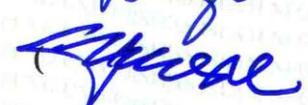
KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Letnan Kolonel Hi. Endro Suratmin Telp. (0721) 704030 Sukarame I Bandar Lampung 35131

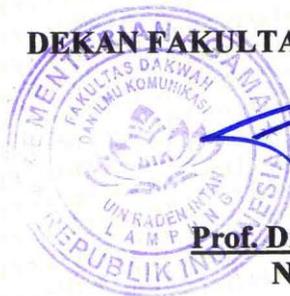
PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah” yang ditulis oleh Riska Indah Cahyani, NPM: 1441010192, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari Jum’at tanggal: 29 Juni tahun 2018.

Dengan susunan Tim Penguji sebagai berikut:

Ketua	: Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos. I	()
Sekretaris	: Septy Anggrainy, M. Pd	()
Penguji I	: Mardiyah, M.Pd	()
Penguji II	: Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si	()

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI




Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 196104091990031002

MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ

مَسْئُولًا

Artinya: “ Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban nya.”

(QS. Al Isra’: 36)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan lafadz

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Kedua Orang Tua penulis, Almarhum Ahmad Yani dan Rita Hayana yang penulis sangat cintai dan banggakan, yang tiada hentinya dalam berdoa dan tiada lelah dalam berusaha mendidik, membesarkan dan mendukung penulis dengan penuh kesabaran, khususnya Ibunda tercinta yang telah memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan studi sampai sekarang ini. Semoga Allah SWT membalasnya dengan kebaikan yang lebih baik di dunia dan akhirat.
2. Adik penulis, Fathul Rahmat Hidayat, terimakasih atas motivasi dan dukungan moril yang telah diberikan, semoga Allah SWT memberikan kemudahan disetiap langkah mu.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan Dwi Septiana, Indah Febriyanti, Nurul Fajriyah Patra, Liliani, Putri, Afrizal, Bayu, Ganang, Sudarsono dan Yoga yang telah banyak membantu dan mendoakan hingga skripsi ini selesai.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Riska Indah Cahyani. Dilahirkan di Kedaton, Kelurahan Surabaya, Bandar Lampung pada tanggal 9 Juni 1996. Anak pertama dari 2 bersaudara pasangan Bapak Ahmad Yani dan Ibu Rita Hayana.

Perjalanan penulis di dunia pendidikan bermula dari Sekolah Dasar Negeri 1 Bumi Dipasena Agung lulus pada tahun 2008 kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Muhammadiyah 3 Bandar Lampung dan berhasil lulus pada tahun 2011. Selanjutnya penulis melanjutkan jenjang selanjutnya yaitu Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Bandar Lampung, dan berhasil lulus pada tahun 2014.

Selanjutnya, Alhamdulillah dengan izin Allah SWT pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Tercatat di salah satu perguruan tinggi yakni Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Penulis

Riska Indah Cahyani

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis bisa menuntaskan proposal skripsi penelitian yang berjudul “Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah” dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini ditulis dalam rangka penyusunan Skripsi guna mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Pada kesempatan ini, penulis juga hendak menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si, selaku dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung sekaligus pembimbing utama skripsi penulis.
2. Bapak Dr. Bambang Budiwiranto, M. Ag., P.hd, selaku kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang penulis kenal sebagai sosok yang tegas dan berwibawa.
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I, selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus pembimbing dua skripsi penulis yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen maupun karyawan seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

5. Seluruh petugas perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung serta perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Heru Sukari beserta kak Yasir Bakhtiar, selaku *founder* dan pengelola akun Akhyar TV yang telah senang hati menerima dan memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Semua teman-temanku seperjuangan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam kelas B angkatan 2014, terimakasih atas hari-hari penuh tawa yang telah dilalui bersama sampai saat ini, semoga selalu terjaga tali silaturahmi.
8. Teman-teman seperjuangan KKN 2017 kelompok 192 Wonodadi Kecamatan Gadingrejo Pringsewu, terimakasih atas pengalaman yang dilalui bersama selama 35 hari satu atap yang telah mendewasakan penulis.

Dan seluruh makhluk Allah SWT beserta ciptaan-Nya yang telah mengenal, menjaga, menyayangi, dan medoakan penulis tanpa penulis menyadarinya.

Bandar Lampung, Juni 2018

Penulis

Riska Indah Cahyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Tinjauan Pustaka	11
H. Metode Penelitian.....	13

BAB II MEDIA SOSIAL, INSTAGRAM DAN MEDIA DAKWAH.....17

A. Media Sosial.....	17
1. Pengertian Media Sosial.....	17
2. Karakteristik Media Sosial.....	18
3. Jenis-Jenis Media Sosial	21
B. Instagram.....	23
1. Pengertian Instagram.....	23
2. Sejarah Instagram.....	25
3. Fitur – Fitur Instagram	26
4. Penggunaan Media Sosial Instagram	30
C. Dakwah.....	33
1. Pengertian Dakwah	33
2. Unsur- Unsur Dakwah.....	34

D. Media Dakwah	39
1. Bentuk-Bentuk Media Dakwah	39
2. Fungsi Media Dakwah.....	43
3. Pengaruh Media Dakwah	45
E. Instagram sebagai Media Penyebaran Dakwah.....	47

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM AKHYAR TV.....51

A. Gambaran Umum Akun Instagram Akhyar TV	51
B. Sejarah Tentang Akun Instagram Akhyar TV.....	57
C. Konten Dalam Akun Instagram Akhyar TV	62

BAB IV PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENYEBARAN DAKWAH.....71

A. Peran Media Sosial Instagram Dalam Penyebaran Dakwah	71
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN79

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Statistik <i>Insight Profil Views</i> dan Perbandingan <i>Gender</i>	52
Gambar 2. Data Statistik <i>Insight Usia Pengikut</i>	54
Gambar 3. Data Statistik <i>Insight, Top Locations</i>	55
Gambar 4. Tampilan kolom komentar	56
Gambar 5. <i>Post</i> video “Perkara Perusak Amal Ibadah”	65
Gambar 6. <i>Post</i> video “Ayo Hijrah”	67
Gambar 7. <i>Post</i> tentang siaran live kajian ustad Adi dalam akun Akhyar TV	69
Gambar 8. <i>Post</i> tentang jadwal kajian ustadz Adi Hidayat	70
Gambar 9. Poster kajian ustadz Adi mengisi ceramah dengan ustadz Felix Xiauw ..	70



DAFTAR LAMPIRAN

Kerangka Dokumentasi Interview.....	I
Kartu Konsultasi Skripsi	II
Surat Keterangan Penelitian.....	III



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul ini untuk memudahkan dan menghindari kesalahpahaman dari berbagai interpretasi dalam memahami judul skripsi yang penulis ajukan, maka diperlakukan adanya penegasan pengertian istilah yang terdapat pada judul skripsi ini adalah: “Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah”.

Peran adalah bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan. Sedangkan peran yang penulis maksudkan adalah keberadaan.¹

Media sosial menurut McGraw Hill Dictionary sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunikasi virtual.² Maka, media sosial dapat didefinisikan situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Komunikasi *virtual* adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan dengan melalui *cyberspace* atau biasa disebut

¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan Pengembangan Bahasa: Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1987, h.67.

²Linaindri.blogspot.co.id/2015/01/makalah-sosial-media-instagram.html (29 oktober 2017)

dunia maya. Bentuk–bentuk komunikasi virtual pada saat ini sangat digandrungi setiap orang dan dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja.

Sedangkan instagram merupakan aplikasi yang memfokuskan diri pada pengalaman untuk berbagi foto ataupun video ke jejaring sosial melalui perangkat *mobile*.

Akhyar TV merupakan sebuah nama akun Instagram yang di khususkan untuk kumpulan video ceramah dari ustadz Adi Hidayat. Akhyar TV sendiri tercetus dari sahabat ustadz Adi Hidayat yakni Heru Sukari. Beliau merupakan dosen Institut Kesenian Jakarta (IKJ) dari Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Design Komunikasi Visual (DKV). Nama akun Instagram Akhyar TV sendiri berasal dari TV kabel yang telah mereka kelola khusus ceramah ustadz Adi. Akun Instagram Akhyar TV dibuat pada tanggal 11 Agustus 2016. Dan Tujuan pembuatan akun Instagram Akhyar TV ini selain bentuk pemberitahuan jadwal Ustadz Adi dalam berceramah namun juga bisa lebih mendekatkan kepada masyarakat khususnya para remaja yang sering menggunakan gadget nya setiap setiap hari dan selalu mengakses media sosial Instagram untuk lebih melihat konten yang bermanfaat di Instagram.

Penyebaran dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti proses, perbuatan. Penyebaran yang dimaksudkan penulis di sini adalah proses membagikan dakwah tersebut kepada khalayak ramai.

Sedangkan pengertian dakwah ditinjau dari segi bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Kata ini berasal dari fi'il (kata kerja) “da”a-

yad'u, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.³ Sedangkan arti dakwah menurut para ahli pun beragam salah satunya pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, meyuruh mereka bebrbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁴

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan memilih judul:

1. Penelitian ini sebagai sarana untuk mengetahui pengaruh media internet khususnya media sosial instagram sebagai media baru dalam melakukan penyebaran dakwah di zaman modernisasi seperti sekarang. Dikarenakan pula instagram merupakan aplikasi media sosial yang sedang trend dan diminati oleh hampir seluruh kalangan baik remaja hingga orang dewasa sehingga jumlah *user* sangat banyak dan membuat user bersifat heterogen.
2. Konten-konten yang dibuat oleh akun Akhyar TV ini dikemas dalam bentuk audio visual yang menarik dan bahasa yang disampaikan dalam setiap materi ustadz Adi Hidayat bisa di terima oleh semua kalangan.

³Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h.

⁴Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 6

3. Dari Penelitian ini penulis bermaksud untuk mengaplikasikan disiplin ilmu yang penulis pelajari di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

C. Latar Belakang Masalah

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Menurut etimologi dan esensi dakwah merupakan aktivitas dan upaya mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang lebih baik.⁵ Dan definisi dakwah yang lebih menekankan pada proses penyebaran dakwah (ajaran islam) dengan mempertimbangkan penggunaan metode, media, dan pesan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi mad'u (khalayak atau sasaran dakwah).⁶

Dalam berdakwah pun memiliki metode dakwah. Metode dakwah adalah cara bagaimana menyampaikan dakwah sehingga sasaran dakwah atau al-mad'u mudah dicerna, dipahami, diyakini terhadap materi yang disampaikan.⁷

⁵M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h.21

⁶Enjang dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah (Pendekatan Filosofis dan Praktis)*, (Bandung: PT. Widya Padjajaran, 2009).

⁷Alwisal Imam Zaidallah, *Straregi Dakwah (dalam membentuk da'i & khotib profesional)*, h.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمُ الْبَاتِي
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “serulah manusia kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalanNya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (An-Nahl: 125).

Dengan menyampaikan pesan dakwah dengan baik, maka banyak sekali cara penghubung pesan dakwah kepada mad'u agar mudah dilihat dan dimengerti dengan mudah. Seperti pada zaman Rasulullah SAW dahulu, bahwa Sayyid Al-Marzuqi menggunakan lisan dan tulisan.

Melalui lisan, ia menyampaikan kepada para santri. Melalui tulisan, ia menyampaikannya kepada umat manusia diseluruh dunia yang bisa dijangkau dengan media cetak. Dan hingga saat ini, umat muslim bisa membaca “Aqidah Al-Awam”, yang disampaikan melalui media buku.

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Media dakwah memiliki definisi alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pedakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar, maka kita harus menggunakan

bantuan sebuah media.⁸ Abdul Kadir Munsyi mencatat enam jenis media dakwah yakni lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan dan organisasi.⁹ Selain itu ada yang mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).

Kini kita patut bergembira di zaman modern ini banyak sekali media yang bisa dijadikan sarana untuk saling berbagi informasi dan bisa diterima oleh semua kalangan. Dunia memang sudah berubah. Lihatlah disekitar kita, orang-orang terlihat memperhatikan *gadget* atau *smartphone* nya, sesekali tersenyum dan sesaat kemudian mengambil *pose* dan bergaya.¹⁰

Dan salah satu penggunaan media yang populer adalah media sosial instagram. Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya, media sosial juga berkembang pesat dari berbagai macam klasifikasi dan tipe sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan pada masyarakat dengan latar belakang modernitas saat ini.

Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan. Fenomena ini muncul hampir secara merata secara global, tidak terkecuali di Indonesia. *We are Social*, salah satu lembaga yang sering melakukan sensus

⁸Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 404

⁹*Ibid*, h. 405

¹⁰Moch. Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h.28

penggunaan internet, khususnya di Asia, memperlihatkan bahwa pada Januari 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta dari total populasi penduduk di Indonesia yang berjumlah 259,1 juta jiwa, sebanyak 79 juta jiwa merupakan pengguna aktif media sosial.¹¹

Dikutip dari media online AntaraNews.com pengguna instagram di Indonesia termasuk yang terbanyak di dunia bersama Jepang dan Brazil, kata Brand Development Lead, instagram APAC Paul Webster. Di Indonesia, pengguna aktif per bulannya telah menjadi dua kali lebih besar dari tahun ke tahun per Maret 2015. Kendati tidak melansir jumlah pengguna instagram asal Indonesia, Paul mengatakan terdapat 12.000 pengguna asal Indonesia yang bergabung di komunitas pengguna instagram bernama instameet dan 89% pengguna layanan Instagram berasal dari kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses instagram setidaknya seminggu sekali.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹² Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata Instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid dalam tampilannya.

¹¹*Ibid*, h.30

¹²“Instagram” (Online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/instagram>. Diakses pada 05 Januari 2018

Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.¹³

Pada awalnya instagram hanya tersedia untuk *smartphone* milik, *Apple*, seperti: *iPhone*, *iPad*, dan *iPod Touch*. Kemudian sejak bulan April 2012, fasilitas Instagram mulai diintegrasikan untuk ponsel kamera Android sehingga pengguna Android pun bisa mulai menggunakan instagram untuk aktivitas *sharing* foto mereka. Kenaikan pesat instagram juga terlihat pada saat tiga bulan berikutnya, Instagram mendapatkan lebih dari satu juta rating di *Google Play*.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer. Bagaimana tidak, aplikasi Instagram yang diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang kemudian di akuisisi oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2012, telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia.

Banyaknya anak muda dan tak terkecuali para orang tua yang menggunakan instagram ini sebagai tempat bisnis, tempat mencari informasi, ataupun banyak yang mengupload foto ataupun beragam video kreatifitas, bahkan sekarang banyak meminati akun gosip di instagram.

Adapun temuan lain yang dilakukan TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris, mengenai studi “Pengguna Instagram di Indonesia”:

¹³“Sejarah Perkembangan Instagram” (Online), tersedia di: <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram>. Diakses 8 Januari 2018

Pengguna instagram di Indonesia 63% adalah anak muda usia 18-24 tahun, kategori konten yang paling banyak dibagikan di Instagram (berlaku untuk Instagram dan Facebook) antara lain: makanan yang dimakan, barang yang dibeli dan barang yang mau dijual, foto atau video dari keluarga dan peristiwa khusus, binatang peliharaan, alam terbuka dan tempat-tempat yang pernah dikunjungi, foto atau video dari perjalanan, kutipan atau meme dan foto atau video yang ditemukan secara daring.¹⁴

Banyaknya presentasi penggunaan Instagram rata-rata user mengakses untuk keperluan menyenangkan diri sendiri dengan hanya melihat atau membeli barang-barang dari *online shop* ataupun *mengupload* video dan foto. Individu yang memiliki kesadaran positif akan mengakses akun-akun instagram dengan konten-konten ataupun manfaat yang positif.

Namun dari presentasi, user terbanyak adalah anak usia muda yang perlu bimbingan dalam penggunaan sebuah media sosial. Banyak nya akun kurang positif terkadang tidak disaring dengan baik oleh remaja sekarang setiap postingan kontennya. Dari banyaknya pemanfaatan akun instagram kurang sekali konten yang diakses dalam masalah agama. Padahal moril dan agama juga sangat dibutuhkan oleh anak remaja bahkan orang tua untuk perluasan wawasan keagamaan yang bisa kita akses setiap hari dimanapun dan kapanpun.

¹⁴Yoseph Edwin @edjoseph jum'at 15 januari 2016 07:08 WIB
<https://beritagar.id/artikel/sains-teknologi/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia> diakses pada 8 Februari 2018

Maka melalui akun instagram pendakwah juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui gambar atau video yang dibagikan melalui akunnya. Menyebarluaskan kegiatan dakwah dengan melalui instagram ini merupakan metode yang tepat dikarenakan instagram merupakan merupakan media sosial yang sedang tren, dan metode dakwah yang digunakan adalah audio visual yang menarik untuk dilihat, didengar, dan dibaca. Salah satu akun yang menggunakan instagram sebagai media berdakwah adalah akun Akhyar TV.

Akun Akhyar TV sendiri membantu penyebaran dakwah dari ustadz Adi Hidayat kepada seluruh mad'u nya secara efektif dan menarik. Dakwah yang dilakukan Akhyar TV selain menggunakan media yang tren namun juga memiliki beberapa penggunaan materi ataupun konten yang bisa dicerna oleh semua kalangan ataupun segala umur yang mana para *user* baik usia muda ataupun tua sebagai pengguna instagram sedang banyak membutuhkan penanaman moral dan pengetahuan secara Islami yang didapatkan dari media sosial instagram.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana peran media sosial instagram akun Akhyar TV dalam penyebaran dakwah?”

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran media sosial instagram sebagai sarana penyebaran dakwah akun Akhyar TV.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan yang terkait dengan ilmu dan komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya tentang metode penyebaran dakwah melalui instagram.

2. Manfaat Praktis

Memudahkan dalam penyampaian dakwah dengan disesuaikan zaman sekarang yang bisa memanfaatkan media sosial khususnya instagram yang sering digandrungi masyarakat sekarang terutama para remaja.

G. Tinjauan Pustaka

Dalam penelusuran yang dilakukan di perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan internet untuk mengetahui penelitian terdahulu tentang skripsi ini, penulis temukan ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji. Adapun penulisan tersebut diantaranya adalah:

1. Rizki Hakiki (2016), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah

Jakarta dengan judul “Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dan menggunakan metode etnografi virtual yang lebih menekankan kepada kebudayaan.

Dan peneliti lebih menekankan kepada penelitian lapangan, dimana peneliti tinggal dan mengamati khalayak sekitar. Sedangkan penulis menggunakan *library research* sebagai metode penelitian dengan didukung sumber data yang diperoleh dari buku, internet, observasi, wawancara serta dokumentasi dan penulis meneliti peran instagram sedangkan Rizki meneliti tentang dakwah melalui Facebook.

2. Ikhsan Tila Mahendra (2017), mahasiswa Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”. Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan media sosial Instagram dapat mempengaruhi pola pergaulan dan mempengaruhi kepribadian remaja. Persamaan penelitian dengan penulis yaitu penggunaan Instagram sebagai medianya dan sama sama menggunakan metode kualitatif.
3. Anwar Sidiq (2017), mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah (study akun@fuadbakh)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten-konten apa saja yang terdapat dalam akun instagram fuadbakh dalam

menyiarkan dakwah menggunakan media instagram. Menggunakan jenis penelitian *library research* dan metode analisis isi. Dan hasil materi dakwah yang sering dipublikasikan oleh akun fuadbakh lebih kepada tema untuk remaja sehingga ada keterbatasan untuk semua kalangan.

H. Metode Penelitian

Suatu penelitian bertujuan untuk memahami permasalahan sehingga dapat di kembangkan kebenarannya, maka diperlukan metode dalam penelitian tersebut. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

1. Jenis penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*). Metode kepustakaan adalah suatu jenis metode penelitian kualitatif yang lokasi atau tempat penelitiannya dilakukan di pustaka, dokumen, arsip, dan lain sejenisnya.

b. 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 holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks

khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informan). Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang, atau lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *first hand* dalam mengumpulkan data penelitian).¹⁵ Peneliti menggunakan konten-konten yang di posting oleh akun Akhyar TV sebagai sumber data primer yaitu “Perkara Perusak Amal Ibadah” dan “Ayo Hijrah”.

b. Sumber Data Sekunder

Jenis data sekunder merupakan data tambahan atau data pelengkap yang sifatnya untuk melengkapi data yang sudah ada, seperti buku-buku referensi, koran, majalah dan internet ataupun situs-situs yang lainnya dalam mendukung penelitian ini. Penulis menggunakan artikel, buku-buku, dan hasil wawancara ataupun dokumentasi yang didapatkan dari akun Akhyar TV.

¹⁵Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah pendekatan kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2015), h. 87

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu langkah dalam suatu aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena validitas nilai sebuah penelitian sangat ditentukan oleh data. Dalam penelitian ini, peneliti mencari data yang dibutuhkan, dan di peroleh dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.¹⁶ Wawancara ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang peran aplikasi media sosial Instagram sebagai media penyebaran dakwah di akun Akhyar TV dan mengadakan wawancara dengan pemilik Akun ataupun yang *mbackup* akun Akhyar TV.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang serupa catatan, buku, syrat, majalah dan sebagainya. Metode dokumentasi ini digunakan setelah melakukan metode wawancara dan observasi. Tujuannya adalah untuk melengkapi data.¹⁷

¹⁶Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), h. 130

¹⁷Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 212-

Penulis melihat kembali dan mendokumentasikan konten-konten yang diposting oleh akun Akhyar TV dalam kurun waktu yang ditentukan untuk penelitian.

4. Metode Analisis Isi (*Content Analysis*)

Menurut Krippendorff, analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang valid dan dapat diteliti ulang dari data berdasarkan konteksnya.¹⁸ Sedangkan metode deskriptif analisis yaitu hendak mencatat dan menerangkan data tentang objek yang dipelajari sebagaimana adanya, harus (bekerja) dengan konsep-konsep yang jelas dengan bahasa pengertiannya.¹⁹

Metode ini digunakan untuk menguraikan, menginterpretasikan, dan menganalisis data-data sehingga akan memperjelas kaitan antara suatu masalah dengan masalah yang lebih jauh. Maka metode ini akan membantu penulis dalam menguraikan dan menganalisis data-data dari hal yang khusus untuk ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

¹⁸*Ibid*

¹⁹Talizidudhu Ndaraha, *Research (Teori Metodologi Administrasi)* Jilid 1, (Jakarta: Bina Aksara, 1985), h.106

BAB II

MEDIA SOSIAL, INSTAGRAM DAN MEDIA DAKWAH

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa arti “media” yaitu alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Kata “media” menyiratkan arti “mediasi” atau “perantara”, karena mereka hadir di antara para audiensi dan dunia luar.²⁰ Media juga dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan seseorang (komunikator) kepada orang lain (khalayak).²¹ Media biasanya “bertujuan memfasilitasi komunikasi antartempat (jarak) tanpa harus disaksikan langsung secara fisik”.

Bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga

²⁰Hasrullah, *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), h.44

²¹Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perasada, 2008), h. 123

membuat sistem sebagaimana adanya sistem diantara individu atau masyarakat.

Dari pengertian-pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet.

Media sosial (Facebook, Twitter, Youtube dan Flickr) adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi, dan kelembagaan.²²

2. Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual.

Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

²²Nurudi, Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi, (Jurnal Komunikator, Vol 5, 2010), h. 83

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telpon genggam, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara online.

b. Informasi

Menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitas, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

d. Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di Facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).²³

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau Negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.

f. Konten Oleh Pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan user generated content (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang di produksi oleh orang lain.²⁴

g. Penyebaran (*Share*)

Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari media sosial.

Sharing merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan

²³*Ibid*, h. 25

²⁴*Ibid*, h. 31

bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru.

3. Jenis – Jenis Media Sosial

Pembagian jenis media sosial ke dalam kategori ini merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu.

a. Sosial Networking

Sosial Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. “Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer, media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain.

b. Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan, web lain, informasi, dan sebagainya. Pada awalnya, blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui

setiap harinya, pada perkembangan selanjutnya blog memuat banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi).²⁵

c. Mini Blog (*Microblogging*)

Tidak berbeda dengan blog, microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter saja. Dapat menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.²⁶

d. Media Sharing

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya.²⁷ Kebanyakan dari media sosial jenis ini adalah gratisan meskipun beberapa juga mengenakan biaya keanggotaan, berdasarkan fitur dan layanan yang

²⁵ *Ibid*, h.41

²⁶ *Ibid*, h.43

²⁷ *Ibid*, h.45

meraka berikan. Beberapa contoh dari media berbagi ini adalah youtube, flickr, snapfish.

e. Penanda Sosial (*Sosial Bookmarking*)

Penanda sosial atau *sosial boorkmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial boorkmarking yang populer adalah delicious.com, digg.com dan lintasme.

f. Wiki

Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Wiki merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama.

B. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Nama Instagram sendiri berasal dari insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instant, seperti kamera

polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebuah “foto instan” dan “gram” yang berasal dari telegram yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Dan aplikasi Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagai hasilnya bisa di *share* melalui berbagai layanan sosial media seperti Facebook, Twitter, dan situs media lainnya.²⁸

Dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain secara cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera Polaroid dan kodak Instamatic bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.²⁹

Tentunya, agar dapat menggunakan aplikasi Instagram, selain menginstall melalui play store milik Google atau Apple store, sobat perlu terhubung terlebih dahulu dengan koneksi internet. Selain itu aplikasi pengeditan foto lainnya yang terdapat pada internet kebanyakan.

²⁸ <http://www.scribd.com/doc/195027473/makalah-instagram>. diakses 18 November 2017

²⁹Rama Kertamukti, “ Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”. *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 08 No. 01 (April 2015), h.58

2. Sejarah Instagram

Instagram pertama-tama dikembangkan di San Fransisco oleh Kevin Systrom dan Brasil Michel “Mike” Krieger saat mereka berdua memilih untuk berfokus pada pembuatan aplikasi multi-fitur “*HTML5 check-in*” di proyek Burbn untuk fotografi *mobile*.³⁰

Burbn Inc. Merupakan teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telpon genggam berbasis *HTML5* yang digunakan untuk *check in* lokasi, mendapatkan poin untuk *hang out* dengan teman, posting foto, dan *update* status. Karena Burbn, inc memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam *HTML5 mobile (Hyper text markup language 5)*, Kevin Systrom dan Mike Krieger kemudian hanya memfokuskan pada satu hal saja yaitu membuat sebuah versi *prototipe* pertama yaitu hanya berfokus pada foto saja. Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial instagram.³¹

Pada tanggal 3 April 2012, instagram untuk Android akhirnya dirilis. Aplikasi tersebut di unduh 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*

³⁰<http://www.instagram.com> diakses pada 22 januari 2018

³¹Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h.7

perusahaanya, proses yang membuat nilai instagram naik hingga sejumlah US\$ 500 juta. Instagram menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai satu juta peringkat di *Google Play*.³²

Kesepakatan emas datang kepada instagram pada saat tawaran akuisisi datang dari Facebook, dengan tawaran untuk membeli instagram (beserta seluruh 13 karyawannya) dengan nilai sekitar US\$ 1 miliar dalam bentuk tunai dan saham pada bulan April 2012. Tawaran ini datang beserta dengan kebijakan untuk mebiarkan instagram tetap dikelola independen. Pada tanggal 22 Agustus 2012 kesepakatan antara Facebook dan instagram di lanjutkan. Dan akhirnya kesepakatan resmi pada tanggal 6 september 2012.³³

Pada 11 mei 2016 instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dengan desain aplikasi baru, terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dengan pelangi hidup dalam bentuk gradien.³⁴

3. Fitur – Fitur Instagram

Beberapa fitur-fitur yang ada di instagram yaitu:

a. Kamera

³² “Sejarah Instagram” (Online), tersedia di : <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 25 januari 2018

³³ *Ibid*

³⁴ *Ibid*

Fitur kamera memungkinkan pengguna Instagram tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

b. Editor

Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Disini akan dijumpai 10 *tool* editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Di update terbaru instagram tidak lagi menghancurkan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan *potrait* dan juga *landscape*. Memberikan keleluasan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebar.

c. Tag dan Hashtag

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

d. Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hastag.

e. Integrasi ke media sosial

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

f. Instastory

Fitur terbaru dari Instagram ini, yang mengambil format snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 10 detik.

g. Explore

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat following atau follower pengguna. Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai.

Instagram termasuk dalam aplikasi audio visual yang dapat membantu seseorang dalam penyebaran informasi. Informasi yang kita peroleh pun bisa langsung kita lihat dari video yang di share oleh pengguna akun maupun foto yang dilengkapi dengan caption ataupun keterangan.³⁵

Menurut Atmoko, meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena disini kita bisa

³⁵Ikhsan Tila Mahendra, "Peran Media Sosial Instahram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi". (Skripsi jurusan IPS ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017), h. 22-24.

berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat kita lakukan di instagram, yaitu:³⁶

- a. *Follow* : Bisa dibayangkan betapa sepiya ketika sendirian di dunia instagram yang meriah. Oleh karena itu dengan adanya *follow* memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang kita anggap menarik untuk diikuti.
- b. *Like* : Jika menyukai foto yang ada, jangan segan-segan untuk memberikan *like*. Pertama dengan menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.
- c. *Comment* : Sama seperti *like* ,komentar adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. Karena lewat komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya melalui kata0kata. Kita bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.
- d. *Mentions* : fitur ini memungkinkan kita untuk memanggil pengguna lain. Cara nya adalah dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut.
- e. *Message* : Fitur yang membantu mengirim pesan secara pribadi yang berupa foto, video maupun tulisan yang dikirim oleh sesama pengguna instagram.

³⁶Bambang Dwi Atmoko, *Op. Cit*, h. 28

Dari banyaknya pengguna Instagram inilah dimanfaatkan untuk para penjual atau bisa disebut olshop (*online shopping*), artis, komunitas-komunitas, para tokoh untuk menyebarluaskan produk, program-program bahkan sampai berita dan konten-konten agama yang dengan mudah kita jumpai di Instagram.

4. Penggunaan Media Sosial Instagram

Dewasa ini media sosial sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk bercakap-cakap tapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat yaitu sebagai berikut:³⁷

a. Mendapatkan informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend dibicarakan banyak orang.

b. Menjalin silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan user lain sehingga terjalin

³⁷Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-sosial Media*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), h. 2

silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Membentuk Komunitas

Bagi yang memiliki kesukaan dan hobi yang sama, dapat membentuk suatu perkumpulan atau komunitas yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Misalnya teman-teman yang suka *Travelling* membentuk komunitas yang berisi orang-orang yang juga memiliki hobi *Travelling*. Media sosial menjadi bereperan untuk koordinasi, *sharing*, dan interaksi ketika sedang bertatap muka secara langsung.

Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai, tentunya instagram memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut penjabaran kelebihan dan kekurangan instagram.

Adapun Kelebihan instagram adalah :

a. Mudah digunakan

Kemudahan yang ditawarkan instagram menjadikannya media cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, *memfollow*, mengomentari, memberi file, hingga *searching*, sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan praktis.

b. Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik, visual yang menjadi daya tarik utama instagram untuk digunakan.

Dan adapun kelemahan instagram:

a. Spamming

Kemudahan yang diberikan instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan memberlakukan *private* di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar penyaringan konten.

b. Tidak adanya penyaringan konten

Dengan kemudahan yang diberikan instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun instagram. Hal tersebut tentunya menjadikan instagram sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah dakwah dalam Al-qur'an diungkapkan dalam bentuk fi'il maupun masdhar sebanyak lebih dari seratus kata.

Al-qur'an menggunakan kata masih bersifat umum artinya dakwah bisa berarti mengajak kepada kebaikan, seperti firman Allah dalam surat Yunus(10) ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُوْا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

(Allah menyeru manusia ke darussallam/surga) dan bisa juga mengajak juga kepada kejahatan, seperti firman Allah dalam surah Yusuf (12) ayat 33:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي

كَيْدَهُنَّ أَصَبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ﴿٣٣﴾

(Yusuf berkata: wahai tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku).

Dengan demikian secara bahasa dakwah identik dengan komunikasi yang maknanya masih bersifat umum.³⁸

Dan seluruh mendata seluruh kata dakwah dapat didefinisikan Islam adalah sebagai kegiatan mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain berdasarkan bashirah untuk mentaati jalan Allah dan Istiqomah dijalan Nya serta berjuang bersama meninggikan agama Allah.³⁹

Paling tidak, ada tujuh sub sistem dalam mendukung proses keberhasilan dakwah yaitu : da'i, mad'u, materi, metode, media, evaluasi, dan faktor lingkungan. Dan jelas menunjukkan bahwa kegiatan dakwah membutuhkan pengorganisasian yang sistematis dan modern serta strategi, prinsip dasar, metode, standar keberhasilan, dan evaluasi pelaksanaan.⁴⁰

2. Unsur- Unsur Dakwah

Unsur- unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur- unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah).

a. Da'i (pelaku dakwah)

³⁸Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2013),h.44

³⁹M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2009), h.17

⁴⁰Abdul Basit, *Op.Cit* , h.45

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/ lembaga.

b. Mad'u (penerima dakwah)

yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.

c. Maddah (materi) Dakwah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

1) Masalah Akidah (keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia.

2) Masalah Syariah

Syariah ini bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan non muslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Syariah Islam menegembangkan hukum bersifat komprehensif yang meliputi segenap kehidupan manusia.

3) Masalah Mu'amalah

Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Ibadah dalam mu'amalah disini, diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.

4) Masalah Akhlak

Ilmu akhlak bagi Al-Faribi, tidak lain dari bahasan tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangikan usaha pencapaian tujuan tersebut.

d. Wasilah (Media) Dakwah

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Media ini biasa dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan atau tulisan.⁴¹

Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

a. Thariqah (Metode) Dakwah

⁴¹Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.9

Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian “suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia”. Dalam kaitannya dengan pengajaran ajara Islam, maka pembahasan selalu berkaitan dengan haikikat penyampaian materi kepada peserta didik agar dapat diterima dan dicerna dengan baik.⁴²

Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl ayat125:

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

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu bi al-hikmah; mau'izatul hasanah; dan mujadalah billati hiya ahsan, secara garis beras ada tiga pokok metode (*thariqah*) dakwah, yaitu :

- 1) Bi, al-hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam salenjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

⁴²*Ibid.*

2) *Mau'idzatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang membertakan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.

b. *Atsar* (efek) Dakwah

Atsar (efek) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali.⁴³

Jalaludin Rahmat menyatakan bahwa efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan efek

⁴³M.Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.35

behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.⁴⁴

D. 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.⁴⁵ Media juga bisa disebut sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁴⁶

Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi, ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat, infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, alat perkantoran, dan sebagainya.

1. Bentuk – Bentuk Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah.

⁴⁴*Ibid*

⁴⁵Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.403

⁴⁶Hafied Cangara, *Penagntar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.137

Berdasarkan banyaknya, komunikan yang dijadikan sasaran di klasifikasikan menjadi dua, yaitu “media massa” dan “media nirmassa”.⁴⁷

a. Komunikasi media massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakkan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam ubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

b. Komunikasi bermedia nirmassa

Media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang – orang tertentu atau kelompok – kelompok tertentu. Seperti surat,

⁴⁷*Ibid.*, h.105

telephone, sms, telegram, faks, papan pengumuman, poster, kaset audio, CD, *e-mail*, dan lain-lain.

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima :

- a. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
- b. Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, *e-mail*, sms) spanduk dan lain-lain.
- c. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya
- d. *Audio visual*, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet dan sebagainya.
- e. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

Selain itu, ada yang mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).⁴⁸ Klasifikasi jenis media dakwah di atas tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang di kemukakan oleh Al-qur'an dalam surat an-nahl ayat 78

⁴⁸Ali Aziz, *Op.Cit*, h.407

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ
السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya: "dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur."

al-Mu'minun ayat 78

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya: "dan Dialah yang telah menciptakan bagi kamu sekalian, pendengaran, penglihatan dan hati. Amat sedikitlah kamu bersyukur."

dan Al- Mulq ayat 23,

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا
مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٢٣﴾

Artinya: "Katakanlah: "Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati". (tetapi) Amat sedikit kamu bersyukur."

Yakni media sensasi dan media persepsi.⁴⁹ Berkaitan dengan komunikasi dakwah, media tradisional berupa berbagai seni pertunjukan Islami yang secara tradisional dipentaskan di depan publik terutama sebagai

⁴⁹Ibid.

sarana hiburan memiliki sifat komunikatif dan ternyata mudah dipakai sebagai media dakwah yang efektif.

Kedua, media modern yang juga diistilahkan dengan media “elektronika” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk dalam media modern ini antara lain televisi, radio, pers, dan sebagainya.

2. Fungsi Media Dakwah

Keberagaman media dakwah yang disebut kan diatas memiliki kegunaan dan keefektifitasan nya masing-masing. Namun, pada dasarnya semuanya memiliki fungsi yang sama yaitu penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada mad'u.

Pada akhirnya juga mendukung terealisasinya tujuan dakwah dari sudut system, maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media, objek dakwah, dan sebagainya. Terlebih jika telah memasuki tahap penentuan strategi dakwah yang efektif dan efisien. Adapun fungsi media dakwah yaitu:

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 penyerapan informasi, yang dalam hal ini

dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi ini 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

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

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikolerasi fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sika *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

Selain itu ada beberapa fungsi dan peran penting sebuah media buat dakwah Islam yang dapat dirumuskan ke dalam poin-poin berikut:

- a. Sebagai media alternatif nan akurat simpang siur nya arus informasi tentang bukti diri Islam di tengah - tengah media barat dan musuh - musuh Islam terhadap tuduhan pihak - pihak yang tidak menyukai Islam.
- b. Membantu akselerasi mobilitas dakwah Islam, media Islam justru berfungsi sebagai katalisator atau pemercepat ferakan dakwah Islam. Kehadiran media dakwah Islam ikut membantu penyiaran dakwah yang dilakukan secara lisan. Media mewadahi wahana dakwah tulisan kepada para pendakwah. Media merupakan ruang luas yang bisa menyebarkan informasi secara efektif dan berpengaruh bagi kehidupan sosial.
- c. Senjata melawan ghazwul fikri. Ghazwul fikri atau perang pemikiran yang dilancarkan musuh-musuh Islam satu-satunya dilakulakn melalui senjata media. Media dakwah Islam harus bangkit dan melawan arus agresi musuh ini.⁵⁰

3. Pengaruh Media Dakwah

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah.⁵¹ Dalam konteks ini yang akan dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang.⁵²

⁵⁰ “Fungsi Media Dakwah” (Online), tersedia di: <http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm>, dikases pada 20 februari 2018

⁵¹ Wahyu Ilaihi, *Op.Cit*, h.117

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah.⁵³

Sebetulnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektivitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Pendakwah juga perlu memperhatikan kondisi mitra dakwah ketika media dakwah digunakan.

Alat OHP sangat tepat digunakan untuk dakwah di kelas dengan sasaran dakwah yang berpendidikan. Untuk masyarakat awam, media televisi adalah paling potensial, mereka ingin pesan dakwah yang di dapat secara gratis dan mudah di tangkap. Dilihat dari kemudahan mencerna pesan dakwah, media audio visual yang paling efektif.⁵⁴

Media visual membutuhkan ketajaman daya pikir di bandingkan media auditif dan audio visual. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seorang perlu diadakan penelitian lebih lanjut terhadap orang tersebut baik secara sosiologis ataupun psikologis. Terdapat

⁵²M. Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, (Yogyakarta, 2006) h. 104-105

⁵³Wahyu Ilaihi, *Op.Cit*, h.428

⁵⁴Moh. Ali Aziz, *Op.Cit*, h.429

beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh suatu media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh TA Lathief Rousydiy yang dikutip oleh M. Jakfar Futeh sebagai berikut :

- Telah merasa seperti yang dibicarakan
- Telah berpikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
- Telah dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- Telah sepaham atau sependapat dan pendukung terhadap isi pesan yang disampaikan
- Telah yakin akan kebenaran ide yang dikemukakan oleh pembicara
- Telah bertindak dan mengamalkan isi pesan yang dimaksud
- Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.⁵⁵

Dengan demikian untuk memilih media dakwah perlu di pertimbangkan paling tidak empat aspek, yaitu: efektivitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut etika islam.⁵⁶

⁵⁵M.Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, (Yogyakarta: AK Group Yogyakarta, 2006) h. 104-105

⁵⁶Moh Ali Aziz, *Op.Cit*, h. 430

E. Instagram Sebagai Media Penyebaran Dakwah

Hakekat dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologi (pengajak)-nya. Sedangkan pengajak (da'i) sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya, dakwah tersebut 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.⁵⁷

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.⁵⁸ Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Tidak hanya pasif, pengguna internet bisa proaktif untuk menentang atau menyetujui atau berdiskusi tentang sebuah pemikiran keagamaan.⁵⁹

Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting:

- a. Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.
- b. Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat.

Perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan

⁵⁷Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h.165

⁵⁸Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.110

⁵⁹Moh. Ali Aziz, *Op.Cit.*, h.421

pemikiran – pemikiran yang jernih dan benar serta pesan – pesan ketuhanan ke seluruh dunia.

- c. Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah.⁶⁰

Penyebaran transformasi ajaran Islam (pesan dakwah) melalui internet dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, diantaranya melalui *e-mail*, diskusi interaktif melalui *mailing list* dan *newsgroup*, pengembalian dan penyampian file melalui file transfer *protocol*, berbagai menu dan forum yang dapat dikembangkan dalam website, faks, server dan sebagainya.⁶¹

Dan tak terkecuali melalui media sosial yang terhubung langsung lewat internet. Instagram adalah salah satu dari media sosial yang ada, merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri. Instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya:

- a. Mampu menebus batas ruang waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- b. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap visi dakwah.

⁶⁰Fathul Wahid, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2004), h.27

⁶¹Wahyu Ilaihi, *Op.Cit*, h. 110

- c. Para pakara dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsistensi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
- d. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- e. Cara penyampaian yang variatif telah memuat dakwah Islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas.⁶²
- f. Selain yang telah dipaparkan diatas, instagram termasuk media sosial yang di khususkan untuk *upload* video dan foto. Dengan ini maka dakwah melalui instagram punya daya tarik tersendiri, memanfaatkan media sosial yang sedang *booming*, sehingga dakwah yang ada dalam instagram pun variatif dan beraneka ragam dengan audio visual yang di kreasikan sedemikan rupa. Sehingga menarik para responden untuk lebih mengunjungi hal – hal yang berbau dakwah di instagram.

⁶²Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) h., 172

BAB III

GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM AKHYAR TV

A. Gambaran Umum Akun Akhyar TV

Pada gambaran umum ini akan dijelaskan mengenai gambaran tentang akun instagram Akhyar TV. Media sosial instagram termasuk media populer setelah kedatangan Facebook dan Twitter. Para *user* di instagram sangat beragam mulai dari remaja hingga orang tua. Banyaknya pengguna instagram tidak terlepas dari menariknya fitur yang diberikan oleh instagram.

Media sosial instagram sendiri adalah tempat berbagi foto dan video dengan cepat kepada khalayak dengan berbagai fitur dan filter yang dapat digunakan dalam instagram. Maka, salah satu akun di instagram ini yakni Akhyar TV adalah salah satu akun yang menyiarkan dakwah melalui media atau *wasilah* melalui media sosial.

Untuk terhubung dengan akun Akhyar TV maka pengguna harus terlebih dahulu *log in* di instagram, setelah itu pengguna bisa langsung mengetikkan nama “Akhyar TV” pada kolom *search* atau pencarian yang di lambangkan dengan simbol kaca pembesar. Akun instagram Akhyar TV adalah akun yang bersifat terbuka, siapapun dapat membuka atau mengakses akun tersebut. Akun Akhyar TV dapat diikuti atau di *follow* oleh pengguna instagram lain tanpa harus menunggu konfirmasi atau persetujuan dari pemilik akun untuk melihat

konten-konten yang ada di dalamnya dan mengetahui *post* terbaru yang dibuat oleh akun tersebut. Untuk terhubung ke akun Akhyar TV, maka pengguna harus *log in* terlebih dahulu setelah itu bisa langsung mengetikkan kata kunci “Akhyar TV” pada kolom pencarian yang ada pada jendela dengan simbol kaca pembesar.

Akun ini dibuat sejak 11 Agustus 2016, saat ini akun Akhyar TV sudah memiliki 211,373 pengikut, dan sudah mengunggah 338 postingan berupa foto dan video dengan rata-rata perkembangan jumlah pengikut berjumlah 5.776 user dalam 7 hari terakhir pada tanggal 15 Maret 2018. Dalam setiap *post* yang dibuat dalam akun tersebut selalu mendapat jumlah *like*, *views*, dan *comments* yang banyak dari pengikutnya.

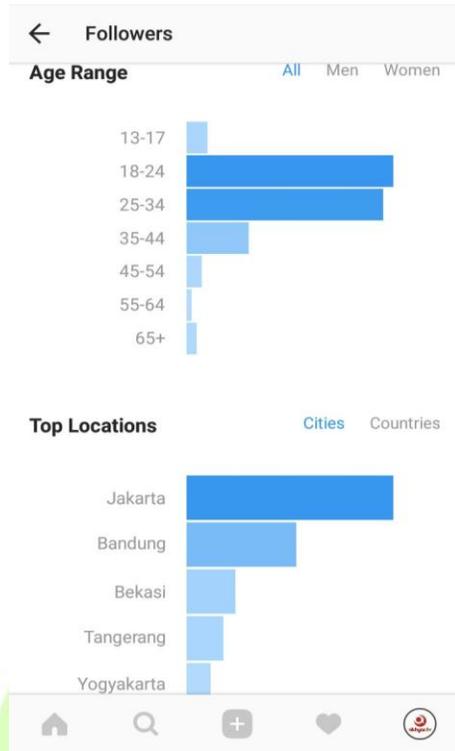


Gambar 1. Data Statistik *Insight Profil Views* dan Perbandingan *Gender*

Sumber: Halaman *Insight* akun Akhyar TV diakses pada 15 Maret 2018, 09.00 WIB

Besarnya jumlah orang yang mengetahui dan mengikuti akun Akhyar TV karena dari banyaknya pengikut dari akun tersebut yang membuat tanda *mentions* untuk memberi tahu pengguna lain tentang konten yang ada di setiap *post* yang dibuat. Selain itu juga penggunaan fitur *hashtag* dalam setiap kiriman yang dibuat oleh akun Akhyar TV juga membantu meningkatkan jangkauan konten karena fitur tersebut berfungsi untuk membantu *user* dalam melakukan pencarian tentang kajian ustad Adi Hidayat. Contohnya seperti pembuatan *hashtag* “#kajianustadzadhidayat” dan jika *user* menuliskan tulisan tersebut dengan menggunakan *hashtag* dalam kolom pencarian maka akan muncul semua *post* yang mempunyai *hashtag* bertuliskan “#kajianustadzadhidayat” di dalamnya.

Pengguna Instagram bermacam-macam, sebagai khalayak, *user* memiliki banyak karakteristik dan keanekaragaman yang melekat pada mereka, seperti umur, *gender*, agama, latar belakang budaya dan lain sebagainya. Hal inilah yang menjadikan dakwah di media sosial begitu efektif, dengan mad'u yang bersifat heterogen dan sifat penggunaan media massa yang dapat menyebarluaskan informasi secara luas. Pada akun Instagram, pengguna atau *user* yang menjadi pengikut pada dilihat rentang umur dan jenis gender nya melalui jendela *insight*, pada akun Akhyar TV pengikut atau khalayak yang melihat dan mengakses konten yang di posting adalah 58% berjenis kelamin pria dan 42% berjenis kelamin wanita.



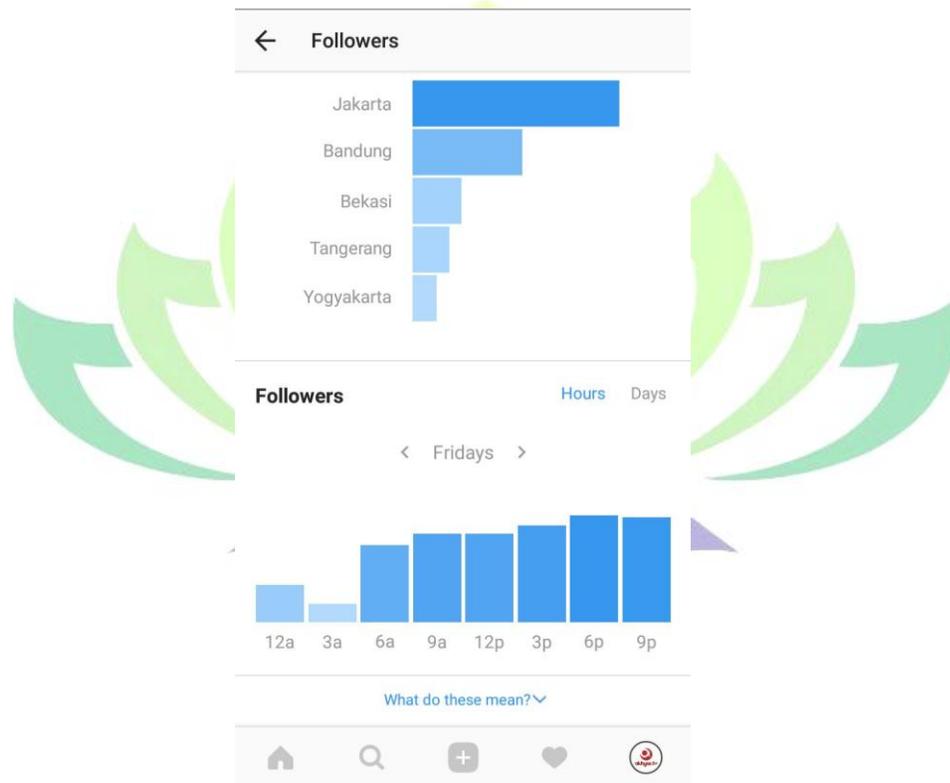
Gambar 2. Data Statistik *Insight* Usia Pengikut

Sumber: Halaman *Insight* akun Akhyar TV. Diakses pada 15 maret 2018, 09.00 WIB

Umur *user* instagram yang mengikuti akun Akhyar TV sangat beragam, dimulai dari remaja sampai orang tua. Namun dalam statistik *Insight*, rentang umur yang paling banyak menjadi *followers* akun Akhyar TV adalah remaja dari mulai umur 18 sampai 24 tahun, lalu disusul oleh pengguna dengan umur 25-34 tahun lalu umur 35 sampai 44 tahun kemudian umur 13 tahun sampai 17 tahun lalu disusul umur 55 sampai 64 tahun dan yang terakhir umur 65 keatas. Dari semua hasil statistik umur yang mengikuti akun Akhyar TV bahwa konten

atau ceramah ustadz Adi yang di unggah ke akun Akhyar TV bisa diterima dan dimintai oleh semua umur.

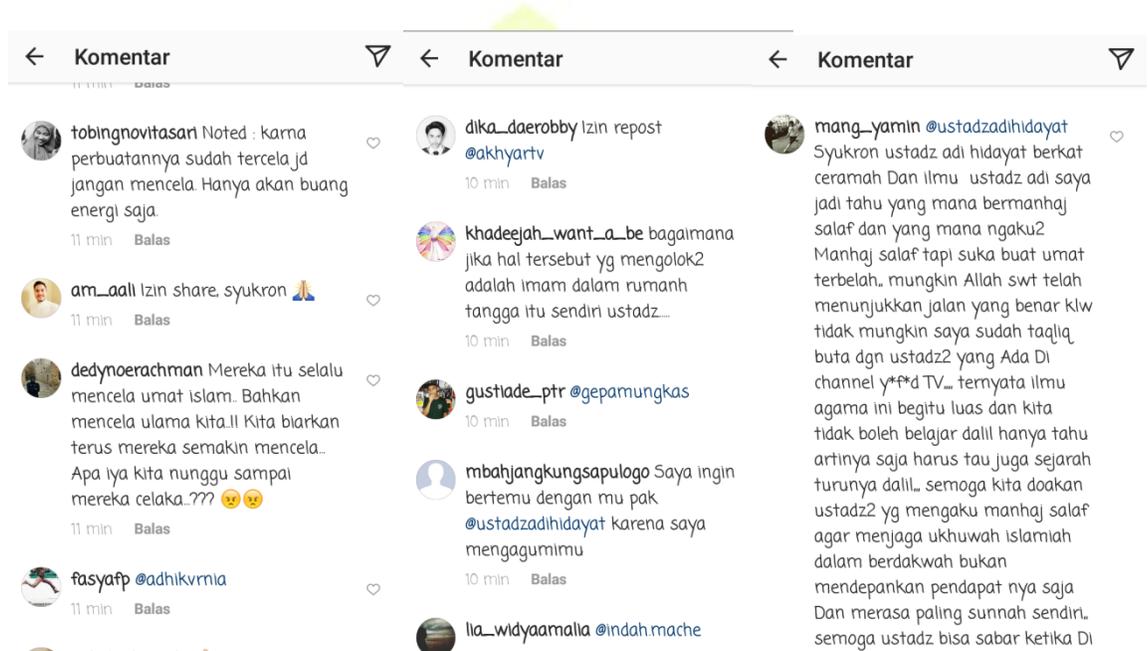
Banyaknya *user* yang mengikuti akun Akhyar TV menandakan tentang adanya kebutuhan dan keinginan mad'u dalam mencari ilmu dan pengetahuan tentang Islam dengan penyajian yang ringan mudah dimengerti, terlepas dari latar belakang budaya atau tempat tinggal mereka, para pengguna berbondong-bondong mengikuti akun Akhyar TV ini.



Gambar 3. Data Statistik *Insight*, *Top Locations*

Sumber: Halaman *Insight* akun Akhyar TV. Diakses pada 15 Maret 2018, 09.00 WIB

Pengguna instagram yang mengikuti akun Akhyar TV berasal dari mana saja, dapat dilihat bahwa *followers* tersebut paling banyak berasal dari kota di pulau Jawa, tepatnya Jakarta, Bandung, Bekasi, Tangerang, Yogyakarta. Hal ini bisa membuktikan bahwa, pengguna internet khususnya media sosial instagram masih peduli dengan konten agama atau informasi Islami khususnya di kota – kota besar di Indonesia yang kebanyakan biasanya terlalu sibuk dengan hiruk pikuknya dunia kerja.



Gambar 4. Tampilan kolom komentar

Sumber: Halaman *post* berjudul “Jangan Mencela”. Diakses pada 15 Maret 2018, 09.00 WIB

Tingginya keinginan mad’u menjadikan segenap team Akhyar TV untuk terus menyebarluaskan syiar agama Islam dengan materi – materi yang mudah dimengerti dan keilmuan yang mapan untuk menjelaskan secara terperinci

kepada semua lapisan golongan masyarakat di Indonesia yang berbeda-beda cara berfikir dan menanggapi setiap konten ataupun ceramah yang di sampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat. Banyak pengikut atau *followers* dari akun Akhyar TV yang merasakan manfaat dari pesan-pesan dakwah yang di unggah oleh Akhyar TV terhadap ceramah ustadz Adi Hidayat.

Tidak sedikit orang yang memberikan *feedback* positif atas isi *post* melalui aku Akhyar TV tersebut. *Feedback* positif juga dapat terlihat dengan banyaknya jumlah *like* dan jumlah tayangan yang ada dalam setiap *post*. Hal ini lah yang membuktikan bahwa konten yang dibuat ataupun diunggah oleh Akun Akhyar TV dari ceramah Ustadz Adi Hidayat dapat diterima baik oleh pengguna instagram lain.

B. Sejarah Tentang Akun Akhyar TV

Akun Akhyar TV dibuat pada tanggal 11 Agustus 2016 . Arti dari Akhyar itu sendiri adalah terbaik, sehingga sesuai dengan slogan Akhyar TV adalah “ Sajian Terbaik, Untuk Ummat Terbaik”.Munculnya ide nama Akhyar TV untuk akun instagram tersebut karena berawal dari nama TV kabel yang *team* mereka buat. Awal mula Akhyar TV ini adalah dari nama stasiun TV kabel, sebelum munculnya akun Akhyar TV lainnya di media sosial, seperti Facebook, Instagram, Youtube.

Dan untuk menghindari penyalahgunaan data seperti video, jadwal kajian ataupun siaran, maka semua media sosial yang berkaitan tentang ceramah ustad Adi Hidayat diberi nama Akyar TV.

Adi Hidayat lahir di Pandeglan, Banten 11 September 1984. Beliau memulai pendidikan formal di TK Pertiwi Pandeglang tahun 1989 dan lulus dengan predikat siswa terbaik. Kemudian melanjutkan pendidikan dasar di SDN Karaton 3 Pandeglang hingga kelas tiga dan beralih ke SDN tiga Pandeglang di jenjang kelas IV hingga VI. Di dua sekolah dasar ini beliau juga mendapat predikat siswa terbaik, hingga dimasukkandalam kelas unggulan yang menghimpun seluruh siswa terbaik tingkat dasar di Kabupaten Pandeglang.

Dalam program ini, beliau juga menjadi siswa teladan dengan peringkat pertama. Dalam proses pendidikan dasar ini, Adi Hidayat kecil juga di sekolahkan kedua orang tuanya ke *Madrasah Salafiyah Sanusiyyah* Pandeglang. Pagi sekolah umum, siang hingga sore sekolah agama. Di madrasah ini, beliau juga menjadi siswa berprestasi dan di daulat sebagai penceramah cilik dalam setiap sesi wisuda santri. Tahun 1997, beliau melanjutkan pendidikan *Tsanawiyah* hingga *Aliyah* (setingkat SMP-SMA) di Ponpes Darul Arqam Muhammadiyah Garut. Ponpes yang memadukan pendidikan Agama dan umum secara proposional dan telah mencetak banyak alumni yang berkiprah di tingkat nasional dan internasional.

Di ponpes inilah beliau mendapatkan bekal dasar utama dalam berbagai disiplin pengetahuan, baik umum maupun agama. Guru utama beliau, Buya KH. Miskun as-Syatibi ialah orang yang paling berpengaruh dalam menghadirkan kecintaan beliau terhadap Al-Qur'an dan pendalaman pengetahuan. Selama masa pendidikan ini beliau telah meraih banyak penghargaan baik tingkat Pondok, Kabupaten Garut, bahkan Propinsi Jawa Barat, khususnya dalam hal Syarh Al-Qur'an. Beliau juga seringkali dilibatkan oleh pamannya KH. Rafiuddin Akhyar, pendiri Dekan Dakwah Islam Indonesia di Banten untuk terlibat dalam misi dakwah wilayah Banten.

Tahun 2003, beliau mendapat undangan PMDK dari Fakultas Dirasat Islamiyyah (FDI) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang bekerja sama dengan Univ. Al-Azhar Kairo, hingga diterima dan mendapat gelar mahasiswa terbaik dalam program ospek. Tahun 2005, beliau mendapat undangan khusus untuk melanjutkan studi di Kuliyya Dakwah Islamiyyah Libya yang kemudian diterima, walau meninggalkan program FDI dengan meraih IPK 3,98. Di Libya, Adi Hidayat muda belajar intensif berbagai disiplin ilmu baik terkait dengan Al-Qur'an, Hadits, Fiqh, Ushul Fiqh, Tarikh, Lughah, dan selainnya.

Kecintaannya pada Al-qur'an dan Hadist menjadikan beliau mengambil program khusus *Lughah Arabiyyah wa Adabuha* demi memahami kedalaman makna dua sumber syariat ini. Di Akhir 2009 beliau diangkat menjadi *Aminul Khutaba*, ketua dewan Khatib Jami Dakwah Islamiyyah Tripoli yang berhak menentukan para khatib dan pengisi di Masjid Dakwah Islamiyyah. Beliau juga

aktif mengikuti dialog internasional bersama para pakar lintas agama, mengisi berbagai seminar, termasuk acara *Tsaqafah Islamiyah* di chanel *at-tawashul* TV Libya.

Awal tahun 2011 beliau kembali ke Indonesia dan mengasuh Ponpes Al-Qur'an Al-Hikmah Lebak Bulus. Dua tahun kemudian beliau berpindah ke Bekasi dan mendirikan Quantum Akhyar Institute, yayasan yang bergerak di bidang studi Islam dan pengembangan dakwah. Pada November 2016, beliau bersama dua sahabatnya Heru Sukari dan Roy Winarto mendirikan Akyar TV sebagai media dakwah utama, kini Ustadz Adi Hidayat aktif menjadi narasumber keagamaan baik ta'lim, seminar, dan selainnya. Beliau juga giat mengukir pena dan telah melahirkan karya dalam bahasa Arab dan Indonesia kurang lebih sebanyak 12 karya.

Melalui wawancara yang penulis lakukan pada sahabat ustad Adi Hidayat sekaligus *founder* Akyar TV yakni Heru Sukari, bahwa ceramah atau penyebaran dakwah melalui media sosial itu lebih murah dan mudah, dan saat ini sangat menjadi sebuah kecenderungan bagi masyarakat di Indonesia untuk selalu mengakses setiap hari. Sehingga bisa dikatakan bahwa media sosial bisa menjadi media yang efektif untuk selalu dilihat oleh masyarakat dan bisa digunakan untuk media penyebaran dakwah.

Dalam pengelolaan akun Akhyar TV tentunya tidak terlepas dari para penanggung jawab dibelakangnya. Heru Sukari sebagai *founder* sekaligus yang bertanggung jawab dalam Akyar TV, berusaha melakukan yang terbaik untuk

sajian yang diberikan kepada semua *mad'u* yang melihat setiap postingan. Akun Akhyar TV ini memiliki team yang berusaha mengatur dari pembuatan video, pengambilan gambar sampai pada tahap *memposting* konten-konten di akun tersebut.

“saya mempunyai anak didik yang saya beri tanggung jawab sebagai editor, sebagai kameramen, sebagai pengelola akun Akyar TV, karena saya harus menggagas Akyar TV menjadi media yang besar.”⁶³

Akun yang dibuat pada tanggal 11 Agustus 2016 ini memiliki beberapa team yakni⁶⁴ :

1. Heru Sukari sebagai Pimpinan Akyar TV
2. Roy Winarto sebagai Manager Akhyar TV
3. Yasir Bakhtiar sebagai Staff IT
4. Muhammad Solihan sebagai Broadcast Admin
5. Fathul Huda sebagai Editor dan Kameraman 2
6. Wawan Asmoro sebagai Kameraman 1
7. Nur Asikin sebagai Admin
8. Henny sebagai Staff Keuangan

⁶³Heru Sukari, wawancara dengan penulis, 8 Maret 2018

⁶⁴Yasir Bakhtiar, wawancara dengan penulis, 23 Maret 2018

C. Konten Dalam Akun Instagram Akhyar TV

Akun instagram Akhyar TV sudah memiliki banyak konten di dalamnya, dan akan bertambah setiap harinya. Samapi saat ini konten yang berhasil diunggah pada tanggal 21 maret 2018, terdapat 337 *post* konten.

Untuk tahapan atau prosedur publikasian konten dalam akun Akhyar TV dari awal mengikuti ta'lim ustadz Adi Hidayat sampai di post vidoe instagram, langkah pertama para *team* atau *crew* mengikuti jadwal kajian ustad Adi Hidayat, lalu membuat thrailer siaran langsung pada postingan di Instagram lalu membuat poster kegiatan ta'lim ustad Adi Hidayat dan diunggah ke instagram, kemudian setelah mengunggah poster ke instagram ustad Adi Hidayat dan para *crew* mempersiapkan perlengkapan seperti kamera, tripod, layar proyektor dan lain lain dan berangkat menuju ta'lim sesuai dengan jadwal yang ditentukan.

Saat di ta'lim para crew dan khususnya Heru Sukari sebagai yang sangat bertanggung jawab dalam Akhyar TV ikut melakukan pengamatan dari mulai mengambil gambar menggunakan kameramen satu dan kameramen dua lalu melakukan siaran langsung menggunakan fitur siaran *live* yang terdapat pada *instagram story*. Setelah kajian selesai tugas editor adalah langsung mengedit video dari ceramah ustadz Adi Hidayat tersebut. Kemudian diunggah ke instagram. Karena di Instagram hanya membatasi durasi video sampai satu menit, maka para *crew* harus memperhatikan semua yang disampaikan ustadz Adi sehingga ceramah yang disampaikan tidak ada yang terlewat.

“kita seringkali bahkan harus mengikuti jadwal kajian ustad Adi, pada saat proses editing, atau pengambilan gambar, saya juga melakukan pengamatan. Sebagai orang yang bertanggung jawab di Akhyar TV, saya selalu mengantisipasi kepada teman-teman atau crew untuk memperhatikan, apakah ada yang terlewat saat penyampaian ustad Adi Hidayat. Karena saat ada kata-kata yang bagus atau yang bisa diambil intinya, itulah yang akan digunakan sebagai konten yang akan di upload ke instagram. Dan tinggal ditambah variasi gambar ataupun ilustrasi yang sesuai”⁶⁵.

Pemilihan tema dalam konten yang di unggah ke Akhyar TV sangatlah beragam. Heru tidak menuntut para *crew* untuk memilih-memilih materi ustad Adi Hidayat yang akan di unggah ke instagram.

“saya tidak seteoritis itu dalam materi yang banyak diminati para konsumen, tapi saya perhatikan persoalan yang sering ditanyakan adalah materi mengenai keluarga “bagaimana si cara mendidik anak yang baik” jadi artinya minat kebanyakan orang dalam persoalan keluarga”⁶⁶.

Dalam penyebaran konten pun di instagram, Akhyar TV tidak sama sekali membatasi materi yang mana saja harus dipilih, semua disesuaikan dengan materi ceramah yang disampaikan oleh ustad Adi Hidayat. Para team hanya menegmasnya sedikit lebih menarik dan membantu menyiarkannya kepada seluruh lapisan masyarakat. Sasaran atau *mad'u* yang sering mengikuti kajian ataupun mengikuti akun Akhyar TV sendiri banyak dari kalangan orang – orang yang tidak terlalu satu paham saja. Namun banyak masyarakat yang *open minded*.

⁶⁵Heru Sukari, wawancara dengan penulis, 8 Maret 2018

⁶⁶Heru Sukari, wawancara dengan penulis, 8 Maret 2018

“orang yang menggemari ataupun yang mengikuti ustad Adi Hidayat itu adalah orang-orang ya yang ga asal ngaji gitu, tidak mengotak-ngotakan harus belajar ini harus belajar itu”⁶⁷

Banyaknya *followers* ataupun pengikut di akun Akhyar TV membuat para team Akhyar TV khususnya Heru Sukari sangat bertanggung jawab atas semua yang diunggah, baik itu dari komentar, tanggapan – tanggapan para *user* khususnya *followers* Akhyar TV sebagai saran atau masukan atau bahkan hambatan dalam penyebaran dakwah melalui akun instagram akun Akhyar TV. Karena memang berdakwah melalui media itu pasti ada sisi positif ada juga negatifnya.

“orang-orang yang berbeda pendapat, berbeda madzhab. Terkadang mereka mengatakan jangan terkecoh dengan kepandaian ustad Adi dalam berdakwah. Nah, ini kan tidak benar, padahal itu di dunia maya. Ini bisa menjadi penghambat penyebaran dakwah yang tujuannya sangat baik. Maka pernah, kami mengangkat suatu tema bersama ustad Felix Xiaw yakni santun dalam dunia maya cerdas dalam dunia nyata. Dan itu mengajarkan, cerdaslah dalam dunia Islami, di media itu seperti apa, kalau misal ada berita yang tidak benar itu di tabayunkan, jangan asal copy paste, repostinglah. Kalau begini kan bisa rusak, memang media adalah bola api yang panas, tapi setidaknya kita punya akhlak.”⁶⁸

Konten – konten dalam akun Akhyar TV memiliki 2 macam bentuk yaitu bentuk video dan bentuk foto atau gambar. Dalam aplikasi media sosila instagram, konten video dan konten foto memiliki perbedaan tanda. Konten video memiliki ciri adanya logo menyerupai kamera video dengan lingkaran di

⁶⁷Heru Sukari, wawancara dengan penulis, 8 Maret 2018

⁶⁸Heru Sukari, wawancara dengan penulis, 8 Maret 2018

dalam nya dan posisinya berada di pojok kanan atau setiap *thumbnil* konten, sedangkan konten gambar tidak memiliki logo tersebut.

Konten berbentuk video yang penulis ambil dari akun instagram Akhyar TV diantaranya adalah :

1. Konten video berjudul “ Perkara Perusak Amal Ibadah”



Gambar 5. Post video “Perkara Perusak Amal Ibadah”

Sumber: Akun Akhyar TV. Diakses pada 15 Maret 2018, 09.00 WIB

Post berjudul “Perkara Perusak Amal Ibadah” di unggah tanggal 18 Desember 2017. Post ini mempunyai jumlah tayang 38.221 kali, dan jumlah komentar 164 *comments*. Berbagai fitur-fitur yang digunakan dalam post ini diantaranya adalah format video, *caption*, *comments* dan *hashtags*.

Isi dalam konten video merupakan sebuah peringatan kepada para umat muslim untuk senantiasa menjafa amal ibadahnya tanpa harus terbuang sia-sia, atau bahkan tidak dapat ridho dari Allah SWT. Cuplikan materi ini disampaikan dalam video oleh Ustadz Adi Hidayat yaitu :

“sebagian dari kita lupa, ada persoalan-persoalan yang serius bahkan terkadang tidak kita sadari, ada suatu amalan saat kita mengerjakan amalan itu secara bersamaan bahkan bisa menghancurkan amalan yang telah kita lakukan atau tenun. Ada orang yang mau tahajud merencanakan bangun malam, tahajud sekian rakaat, bergelut dengan rasa lelah. Tiba – tiba di mata Allah tidak ada nilainya, Masyaallah Yang paling fatal ada orang-orang yang coba meningkatkan amal saleh. Dia puasa, dia kemudian solat, dia kemudia juga bayar zakat, dia pembaca Al-qur’an. Tapi, masyaallah dia melakukan perbuatan yang bukan hanya mengugurkan amalannya bahkan menghadiri ancaman Allah yang menghadirkan siksa kuburnya plus dijamin masuk neraka tanpa pernah keluar darinya”.

Caption atau keterangan yang ada dalam *post* “Perkara Perusak Amal Ibadah” berisi kutipan dari Hadist Riwayat Ibnu Majah bahwasanya pada hari kiamat kelak akan datang segolongan kaum dengan membawa kebaikan, namun Allah menjadikan kebaikan tersebut bagaikan debu yang bertebaran. Yang artinya amalan atau kebaikan yang kita kerjakan bisa saja tidak ada arti sama sekali di mata Allah. Dan dalam hadist tersebut pula Rasul mengatakan mereka sama seperti kalian namun hanya saja mereka menyendiri menerjang keharaman Allah. Isi tulisan dalam keterangan tersebut yaitu :

“sungguh akan datang sekelompok kaum dan umatku pada hari kiamat dengan membawa kebaikan yang banyak semisal gunung yang amat besar. Allah menjadikan kebaikan mereka bagaikan debu yang bertebaran.

Tsauban radhiyallahu ‘anhu bertanya, terangkanlah sifat mereka kepada kami wahai Rasulullah, agar kami tidak seperti mereka, Rasulullah shalallahu alaihi wa sallam menjawab, mereka masih saudara kalian, dari jenis kalian, dan mereka mengambil bagian mereka di waktu malam sebagaimana kalian juga. Hanya saja mereka apabila menyendiri menerjang keharaman Allah”. (HR. Ibnu Majah)
Dalam pembuatan konten tersebut, fitur *hashtag* yang digunakan yaitu

#akhyartv dan #ustadzadhidayat

2. Konten video berjudul “Ayo Hijrah”



Gambar 6. Post video “Ayo Hijrah”

Sumber: Akun Akhyar TV. Diakses pada 17 Maret 2018. 09.00 WIB

Kiriman berjudul “Ayo Hijrah” di *upload* tanggal 11 Januari 2018. Konten video tersebut telah di tonton sebanyak 31.656 tayangan oleh *user* instagram lain. Kiriman ini pula memiliki 54 komentar yang merupakan *feedback* dari penonton

video. Selain itu, fitur-fitur yang dipakai dalam *post* ini diantaranya pemakaian format video, *hashtag*, dan *comments*.

Dalam konten video yang di unggah oleh Akhyar TV membawakan tema tentang kita harus berhijrah yang dijelaskan oleh Ustad Adi Hidayat, Lc. MA.

Berikut ini adalah perkataan Ustadz Adi Hidayat dalam video tersebut :

“kata Allah siapa yang mau berhijrah ayo. Saya tidak akan batasi. Mau kamu merasa orang yang soleh, merasa yang banyak dosanya, berlumur dosanya yang luar biasa. Kamu besar, kecil, tua, muda, laki-laki, perempuan. Kamu ingin berhijrah saya beri kesempatan. Dan siapapun yang mau berhijrah kembali pada jalan Allah.

Dan ketika dia sebutkan hijrah, kalimat jalan Allah kembali. Karena di saat kita diciptakan, tugas kita itu memenuhi ketentuan Allah, berjalan di jalan Allah. Jadi kalau anda tidak ibadah anda bersikap mulia ? Dan sekarang pernah gak, anda berjalan keluar di jalan Allah ? harusnya anda di trek ibadah, tiba-tiba anda keluar”.

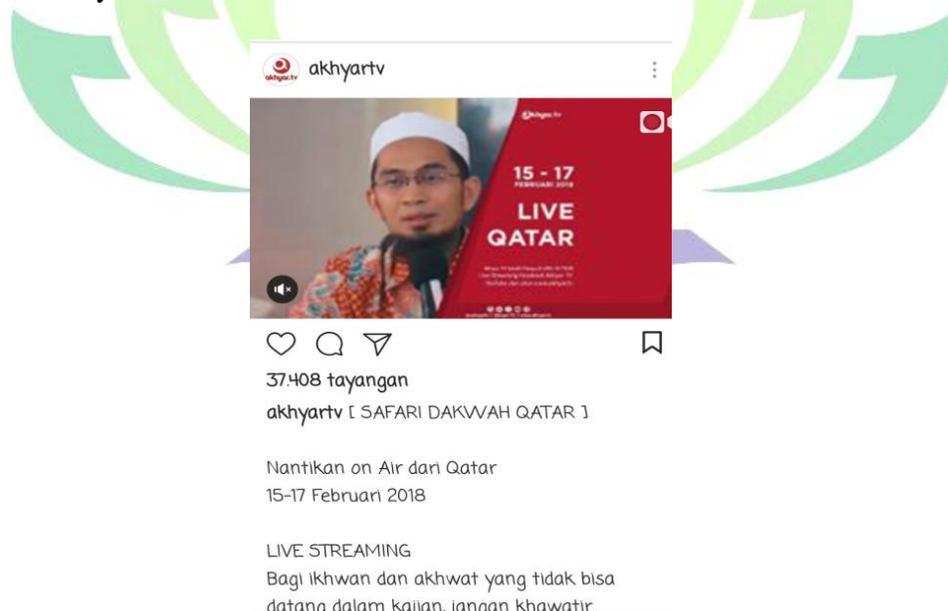
Keterangan atau *caption* dalam kiriman berjudul “Ayo Hijrah” ini memuat tentang ajakan dalam berhijrah, hal ini relevan dengan isi konten video yang dibuat sehingga keterangan yang ada dalam kiriman tersebut dapat menjadi penegas dan pendukung dari kandungan yang ada di dalam konten video keterangan tersebut diantaranya:

“Barang siapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka akan mendapatkan di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan (rezeki) yang banyak. Barang siapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhikrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ketempat yang dituju) maka sungguh, pahalanya telah di tetapkan di sisi Allah dan Allah maha pengampun dan maha penyayang. (An-nisa: 100).”

Fitur *hashtag* yang digunakan untuk membuat tagar #akhyartv #ustadadihidayat #ustadzadihidayat untuk memudahkan pengguna lain

dalam menemukan post tentang konten ceramah ustadz Adi Hidayat yang di unggah oleh akun Akhyar TV.

Dalam akun instagram Akhyar TV, selain adanya konten dakwah ada pula konten-konten yang tidak mengunggah video berdakwah saja. Namun ada pula kegiatan pribadi ustadz Adi Hidayat beserta team Akhyar TV, pemberitahuan jadwal kajian ustadz Adi Hidayat, poster-poster kajian ustadz Adi Hidayat yang berisi tema kajian dan tanggal pelaksanaanya, bahkan team Akhyar TV membuat thriller video untuk siaran live kajian ustadz Adi Hidayat agar para user bisa melihat full ceramah ustadz Adi di fitur siaran live yang disediakan oleh instagram dan dikelola oleh akun Akhyar TV.



Gambar 7. Post tentang siaran live kajian ustadz Adi dalam akun Akhyar TV

Sumber : Akun Akhyar TV. Diakses pada 17 Maret 2018, 09.00 WIB



Gambar 8. Post tentang jadwal kajian ustadz Adi Hidayat

Sumber: Akun Akhyar TV. Diakses pada 16 Maret, 09.00 WIB



Gambar 9. Poster kajian ustadz Adi mengisi ceramah dengan ustadz Felix Xiauw

Sumber: Akun Akhyar TV. Diakses pada 16 Maret 2018, 09.00 WIB

BAB IV

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENYEBARAN DAKWAH

Setelah semua tahap pengumpulan data yang telah dilakukan oleh penulis melalui wawancara dengan Heru Sukari selaku *founder* Akhyar TV dan Yasir Bakhtiar selaku Staff IT dan juga melalui dokumentasi dalam akun instagram Akhyar TV yang berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu peran media sosial instagram dalam penyebaran dakwah terkait dalam akun instagram Akhyar TV. Maka kini langkah selanjutnya adalah penulis menganalisa data-data yang telah penulis kumpulkan.

Dengan menganalisa data yang diperoleh sebelumnya dari hasil wawancara dan dokumentasi pada akun instagram Akhyar TV, data yang diperoleh akan dipaparkan sesuai dengan hasil penelitian. Adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

A. Peran Media Sosial Instagram Dalam Penyebaran Dakwah

Sebagaimana telah penulis uraikan dalam bab pendahuluan dan landasan teori pada bab I bahwa peran media sosial instagram dalam penyebaran dakwah merupakan sebuah penelitian yang membahas tentang fenomena penggunaan aplikasi media sosial instagram sebagai media dakwah yang dilakukan oleh akun Akhyar TV dalam upaya dakwah yang dilakukan bisa diterima oleh semua orang dan semua umur di zaman yang modern ini melalui fitur-fitur yang

tersedia dalam instagram itu sendiri. Penulis menemukan beberapa fitur yang sering dipakai hampir di setiap kiriman yang di unggah. Fitur-fitur yang dipakai antaranya:

1. Penggunaan fitur video

Dari setiap postingan atau kiriman yang di unggah oleh akun Akhyar TV banyak yang memiliki konten-konten video. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan bahwa para team Akhyar TV berusaha melakukan yang terbaik untuk sajian kepada mad'u maka mereka mengatur team untuk pembuatan video yang mereka edit dari setiap ceramah ustadz Adi Hidayat. Karena bentuk video dalam setiap postingan membawa visualisasi dan ilustrasi lebih baik dalam penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat agar pesan-pesan yang disampaikan dapat terserap dengan baik. Menurut Hamzah Ya'qub media dakwah dibagi menjadi lima dan salah satunya yakni audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan. (Hamzah Ya'qub: 29/5/2018) lihat halaman 36.

2. Penggunaan fitur Hashtag atau tanda pagar (#)

Fitur ini sebagaimana sering dipakai di semua sosial media pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto ataupun video dalam satu tabel, namun jumlah penggunaan fitur ini lebih banyak di jumpai di instagram dan twitter. Dalam akun akhyar TV, penulis menemukan beberapa penggunaan fitur *hashtag* dalam *post* yang dibuat, diantaranya adalah *hashtag* yang telah disebutkan di bab III disetiap

postingan konten-konten nya yaitu “#kajianustadzadhidayat”, “#akhyartv” , “#ustadzadhidayat” dan lain lain. Dapat penulis ketahui bahwa manfaat dalam penggunaan *hashtag* ini adalah agar memudahkan para *user instagram* untuk menemukan kiriman dengan konten atau postingan yang mirip atau menyerupai dengan kiriman yang dibagikan oleh pengguna instagram lainnya. Dalam hal ini penulis menemukan bahwa *hashtag #ustadzadhidayat* banyak digunakan oleh akun Akhyar TV dengan maksud agar pengguna lain dapat melihat konten lainnya yang telah dibuat oleh Akhyar TV.

3. Penggunaan fitur gambar

Format gambar adalah fitur yang ditonjolkan oleh instagram, karena pada dasarnya instagram adalah media sosial yang bersifat *Photo Sharing* sehingga format gambar dapat dilihat dan diakses dengan sangat mudah di aplikasi instagram. Walaupun format video termasuk yang lebih menonjol digunakan namun fitur gambar tidak kalah banyaknya digunakan di dalam akun Akhyar TV. Hal ini dapat terlihat di bab III, karena penggunaan gambar sendiri untuk *posting* poster-poster jadwal kajian dari ustadz Adi Hidayat dan juga gambar jadwal siaran live yang bertujuan agar para user instagram tidak ketinggalan akan kajian dari ustadz Adi Hidayat.

4. Penggunaan fitur *captions* atau keterangan

Captions seperti yang telah dijelaskan pada bab II, bahwa captions berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepetah

dua patah kata soal foto ataupun video yang diunggah. Penulis menemukan dalam setiap *post* yang dibuat oleh akun Akhyar TV selalu menggunakan fitur *captions* dan isi *captions* tersebut selalu berisi nasihat, ayat-ayat al-qur'an maupun hadist dan juga atikel yang bersifat mendukung isi pesan dalam konten. Dari isi *captions* ini, bahwa bisa membatu para mad'u lebih memahami makna dari konten yang di unggah.

5. Penggunaan fitur *comments*

Sesuai dengan pemamparan yang ada pada bab II, *comments* adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. Karena lewat kolom komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya melalui kata-kata dan bebas memberikan komentar apapun terhadap foto ataupun video yang di unggah. Dalam akun Akhyar TV penggunaan kolom komentar menjadi wadah interaksi dan aktivitas antar para pengikut (sesama *user*) atau antara pengikut dan pemilik akun Akhyar TV. Hal ini bisa dilihat pada bab III, bahwa kolom komentar yang berada dibawah *post* yang dibuat terdapat komentar-komentar dari para pengikut instagram akun Akhyar TV. Penulis menemukan adanya feedback dari penggunaan fitur *comments* tersebut yakni adanya komentar dari para pengikut pada setiap postingan yang diunggah oleh akun Akhyar TV. Dalam hal ini tanggapan-tanggapan yang disampaikan oleh para pengikut ini menimbulkan *feedback* kognitif atau efek kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak.

(Jaludin Rahmat:29/5/2018) lihat di halaman 38

6. Penggunaan fitur integrasi ke media sosial

Sesuai dengan penjelasan yang ada pada bab II, bahwa instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke media sosial lain yakni seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr. Bila tool ini diaktifkan, maka postingan yang ada di instagram akan otomatis terposting pada media sosial yang lain yang sudah terhubung. Hal ini bisa dilihat pada pemamparan di bab III, penulis menemukan postingan di instagram akhyar TV yang juga di posting pada akun Akhyar TV di Facebook, terlihat sama dari poster dan keterangannya. Respon yang melihat postingan ini pun sangat banyak dari pengikut Akhyar TV di facebook, sehingga informasi yang disampaikan oleh Akhyar TV meluas tidak hanya khusus untuk pengguna instagram saja.

Menurut Arif Rohmadi media sosial memiliki banyak manfaat salah satunya dalam mendapatkan informasi. Dalam hal ini para mad'u bisa mendapatkan berbagai informasi yang diperoleh melalui media sosial. Karena fungsi media dakwah sendiri adalah menyiarkan informasi dan ini adalah fungsi utama agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh mad'u. (Arif Rohmadi:29/5/2018) lihat di halaman 43.

Dalam pemilihan instagram sebagai media dakwah, dan berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan, hal yang mendasari dalam pemilihan instagram sebagai media dakwah untuk akun Akhyar TV adalah selain murah dan mudah, para masyarakat kita di Indonesia lebih suka dengan

sesuatu yang praktis dan sesuatu yang sedang populer. Selain itu, seperti yang diperlihatkan dalam statistik data *insights* pengikut akun Akhyar TV pada bab III yaitu umur 18 sampai 24 tahun lalu disusul oleh pengguna dengan umur 25 sampai 34 tahun.

Dari statistik pengguna inilah, penulis menemukan konten-konten yang diposting oleh Akhyar TV yang berisi ceramah dari ustad Adi Hidayat adalah di antaranya:

- a. Mengubah perilaku, sikap, amalan menjadi lebih baik lagi. Meluruskan niat dan amalan kita hanya untuk Allah semata. Ustad Adi memberikan pemaparan ceramah tentang pentingnya kita hijrah. Maka Akhyar TV berusaha memposting ataupun di *up* ceramah dengan tema tersebut. Karena sesuai dengan *trending* pada masyarakat sekarang. Banyak artis-artis yang berbondong-bondong berhijrah, remaja-remaja yang digiring untuk belajar dan kembali lagi pada kaidah Islam jangan sampai terbawa zaman. Dan kita semua harus kembali pada jalan Allah. Konten dengan tema seperti ini sudah dipaparkan pada bab III yaitu berjudul “Yuk Hijrah” yang diunggah pada 11 Januari 2018.
- b. Hal-hal yang sering kita lakukan sehari-hari, bahkan sebuah kewajiban seorang muslim yakni beribadah kepada Allah. Karena tugas kita diciptakan oleh Allah adalah tidak lain untuk beribadah, namun bisa tidak berarti apa-apa di mata Allah. Tema yang di posting oleh Akhyar TV adalah yang sering dilakukan semua orang pada kehidupan sehari-hari

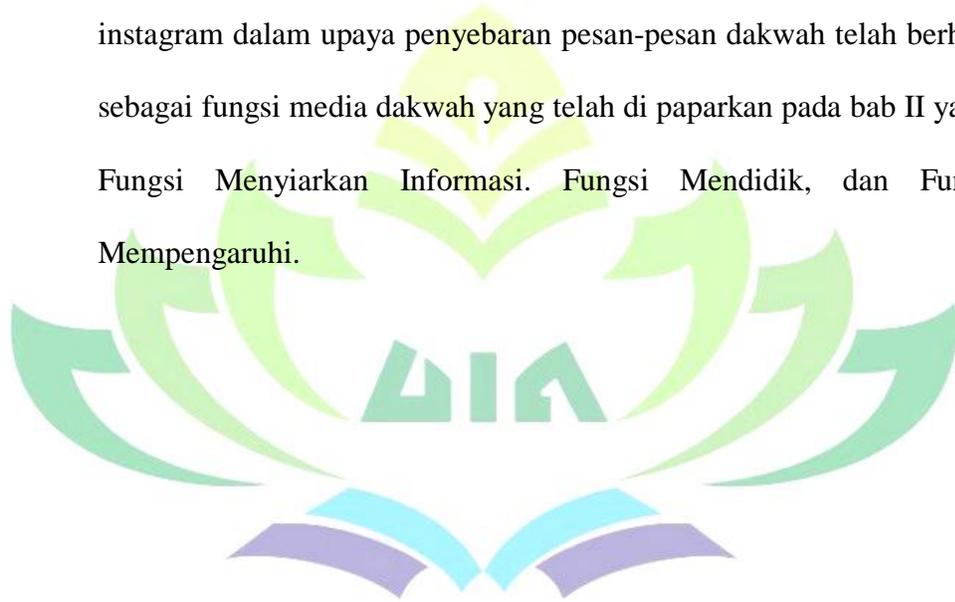
namun terkadang kita suka lupa apakah amalan kita tercampur dengan sesuatu yang tidak disukai Allah sehingga amalan kita akan hilang begitu saja. Konten yang memuat pengetahuan Islamiyah kita untuk sehari-hari ini bisa dijumpai pada bab III yaitu konten video yang berjudul “Perkara Perusak Amal Ibadah”.

Dalam konten yang dibuat, penulis menemukan strategi-strategi yang digunakan Akun Akhyar TV agar kontennya dapat tersampaikan dengan luas, sekaligus mempermudah menyalurkan pesan-pesan dakwah yang terkandung. Diantaranya adalah:

- 1) Mengangkat tema-tema yang sering dijumpai sehari-hari, tentang pengetahuan Islamiyah. Banyak dari pengguna Instagram yang berusia dimana sedang masa produktif dalam belajar. Ditambah dengan penjelasan ataupun keterangan di setiap postingannya dengan menambahkan ayat al-Qur'an, hadist, artikel sebagai penguat, sehingga mad'u dapat dengan jelas mengikuti ataupun memahami pesan-pesan dakwah dalam konten yang diunggah.
- 2) Menggunakan fitur integrasi ke media sosial yang apabila diaktifkan maka setiap postingan ceramah yang di *post* di Akhyar TV akan tersebar ke media sosial Akhyar TV lainnya seperti Twitter dan Facebook. Sehingga memudahkan konten yang dibuat oleh Akhyar TV tersebar luas kepada semua mad'u tidak hanya melalui Instagram saja.

3) Penggunaan fitur siaran *live* pada instagram, banyak dari pengguna yang ingin melihat jelas dan menyaksikan video ceramah tanpa terpotong seperti yang diposting pada instagram yang hanya dibatasi sampai satu menit. Dengan adanya siaran live maka para mad'u dengan mudah menonton ceramah ustad Adi yang di siarkan melalui akun instagram Akhyar TV seperti halnya menonton TV.

Dalam hal ini. Dapat penulis temukan bahwa penggunaan media instagram dalam upaya penyebaran pesan-pesan dakwah telah berhasil sebagai fungsi media dakwah yang telah di paparkan pada bab II yaitu: Fungsi Menyiarkan Informasi. Fungsi Mendidik, dan Fungsi Mempengaruhi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dibahas, berdasarkan hasil penelitian yang dipadukan dan didukung dari buku penunjang, maka dapat penulis simpulkan tentang peran media sosial instagram dalam penyebaran dakwah yang dilakukan oleh akun Akhyar TV, sebagai berikut:

1. Dalam penggunaan aplikasi media sosial instagram sebagai media dakwah, akun Akhyar TV menggunakan fitur-fitur yang telah tersedia di media sosial instagram untuk membantu peningkatan dalam penyebaran dan penyampaian pesan dakwah diantaranya adalah memanfaatkan format video sebagai andalan dalam pembuatan konten, penggunaan fitur *hashtag* untuk memudahkan pengguna lain mencari konten dengan judul ataupun tema yang sama, memanfaatkan format gambar dalam membuat kiriman berupa poster jadwal kajian ustad Adi Hidayat ataupun jadwal siaran live, menggunakan fitur *ccaptions* dalam menambah keterangan penjelasan mengenai isis pesan dakwah dalam konten yang di *post*, penggunaan fitur *comments* sebagai tempat berbagai pendapat mad'u ataupun *feedback* terhadap konten yang di *post*, dan memanfaatkan fitur integrasi ke media sosial sebagai sarana penyebaran konten dakwah yang dibuat di instagram ke media sosial yang lainnya.

2. Materi yang disampaikan oleh ustadz Adi dan *diposting* oleh akun Akhyar TV secara keseluruhan merata untuk dikonsumsi segala umur mengenai ilmu pengetahuan Islam yakni beberapa kontennya membahas mengenai amal ibadah yang bisa tidak diterima oleh Allah dalam kehidupan sehari-hari dan juga konten yang memuat materi mengenai hijrah yakni merubah sikap seorang setiap muslim untuk lebih baik lagi dan kembali kepada jalan Allah. Materi yang disampaikan pun dikemas menggunakan audio visual yang mumpuni dan bahasa yang bisa dicerna oleh masyarakat luas dengan durasi video yang tidak terlalu lama namun dapat ditangkap maknanya oleh para *user*.

B. Saran

Setelah penulis mencermati dan menganalisis hingga menarik kesimpulan yang bersifat deskriptif, penulis akan memberikan saran dan masukan berdasarkan data-data dan temuan sebagai berikut :

1. Untuk akun Akhyar TV sebaiknya bisa memanfaatkan konten gambar dengan membuat design ataupun poster kata-kata yang mengandung pesan dakwah bahkan bisa lebih baik lagi menggunakan gambar atau animasi yang menarik. Karena terlihat pada setiap fitur gambar yang digunakan hanya mengunggah poster jadwal kajian ataupun jadwal siaran *live* saja. Sehingga

mad'u bisa terbantu dalam memahami dan menambah pengetahuan mengenai pesan dakwah yang lain dengan hanya membaca.

2. Bagi pengguna aplikasi media sosial instagram khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam agar bisa mempelajari penggunaan media sosial termasuk instagram untuk dijadikan media dakwah yang efektif. Karena ini adalah tanggung jawab mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk bisa menyebarkan nilai-nilai Islam dengan memanfaatkan kehadiran teknologi.



DAFTAR PUSTAKA

- Achamdi, Abu dan Naburko Cholid. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.
- Aliyudin dan Enjang AS. *Dasar – Dasar Ilmu Dakwah (Pendekatan Filosofis dan Praktis)*. Bandung: PT. Widya Padjajaran. 2009.
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Cet. V. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2004.
- Basit, Abdul. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2002
- Departemen Pendidikan dan kebudayaan. Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Pengembangan Bahasa Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka. 1987.
- Emzir. *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2010.
- Fakhruroji, Moch. *Dakwah di Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017.
- Hasrullah. *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2013.
- Ilaihi, Wahyu dan Munir, M. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group. 2012.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010.
- Jakfar, dan Saefullah. *Dakwah Tekstual dan Kontekstual, Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*. Yogyakarta. 2006.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.
- Ndaraha, Talizidudhu. *Research (Teori Metodologi dan Administrasi)* Jilid 1. Jakarta: Bina Aksara. 1985
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Cet III. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media. 2016.
- Rohmadi, Arif. *Tips Produktif Bersosial Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2016.

- Sadiyah, Dewi. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2015.
- Saifullah. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekata Media. 2010.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-ikhlas. 1993
- Wahid, Fathul. *E-dakwah, Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gaya Media. 2004
- Zaidallah Alwisal Imam. *Strategi Dakwah (dalam membentuk da'i dan khotib profesional)*. Kalam Mulia. 2002.
- Instagram dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram Terhadap Trend Fashion Remaja Dalam Akun @ootdindo tahun 2014)
- Nurudi, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. (Jurnal Komunikasi, vol 5. 2010.
- Mahendra, Ikhsan Tila. “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”. Skripsi jurusan IPS ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2017.
- Rama Kertamukti, “Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”. *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 08 No. 01 (April 2015)
- Sumber Internet :
- “Fungsi Media Dakwah” (Online), tersedia di: [http:// www.binasyifa.com/109/15/26/fungsi-media-dakwah.html](http://www.binasyifa.com/109/15/26/fungsi-media-dakwah.html)
- <https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.com> (Online)
- <http://www. Instagram.com> (Online)
- “instagram” (online), tersedia di: [https://id.wikipedia.org/ wiki/ instagram](https://id.wikipedia.org/wiki/instagram).
- Jandy E, Luik, 2014. “Media Sosial dan Presentasi diri” (Online), Uk Petra-Surabaya, h. 9 http://repository.petra.ac.id/15386/I/Media_Sosial_dan_Presentasi_Diri.pdf
- [Linaindri.blogspot.co.id/2015/01. Makalah-sosial-media-instagram.html](http://Linaindri.blogspot.co.id/2015/01.Makalah-sosial-media-instagram.html) (29 oktober 2017)
- “Sejarah Instagram” (Online), tersedia di : [https:// id.wikipedia.org/ wiki / instagram](https://id.wikipedia.org/wiki/instagram)

“Sejarah Perkembangan Instagram” (Online), tersedia di:
<https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangannya-aplikasi-sosial-media-instagram>.

Yoseph Edwin @edjoseph. <https://beritagar.id/artikel/sains.tekno/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia>.

