

**ANALISIS KREDIBILITAS AKUN INSTAGRAM @Quranreview
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

SKRIPSI S-1

Diajukan Oleh:

Fandi Gusti Mulyawan

NIM. 200401022

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

BANDA ACEH

1446H/2025M

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Strata Satu

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

FANDI GUSTI MULYAWAN

NIM. 200401022

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Syukri Syamaun, M. Ag.
NIP. 19641231 199603 1 006

Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos.I, M.A.
NIP. 198007312023211006

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan oleh:
Fandi Gusti Mulyawan
NIM. 200401022

Pada Hari/Tanggal

Kamis, 30 Januari 2025
30 Rajab 1446 H

Di
Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua

Drs. Syukri Syamaun, M. Ag.
NIP. 19641231 199603 1 006

Sekretaris

Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos.I, M.A.
NIP. 19800731 202321 1 006

Penguji I,

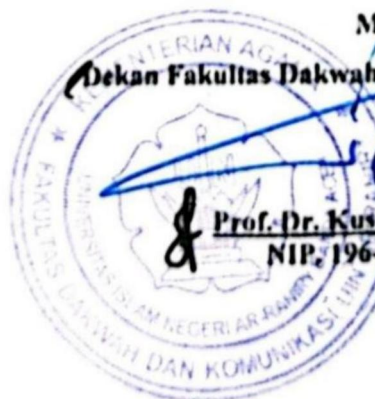
Zainuddin T. M. Si.
NIP. 197011042000031002

Penguji II,

Taufik, SE, Ak., M. Ed.
NIP. 197705102009011013

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



Prof. Dr. Kusumawati Hatta, M.Pd.
NIP. 19641220 1984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya

Nama : Fandi Gusti Mulyawan

NIM : 200401022

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar dari pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 3 Januari 2025
Yang Menyatakan




Fandi Gusti Mulyawan
NIM. 200401022

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Kredibilitas Akun Instagram @Quranreview Sebagai Media Dakwah”, sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Shalawat dan salam tak lupa senantiasa penulis panjatkan kepada Rasulullah Shalallahu 'alaihi Wassalam yang telah memberi petunjuk bahwa Islam telah dulu mengajari berdakwah dengan cara penyampaian yang baik dan benar.

Penulis sadar betul dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis melewati banyak hal yang tentunya memiliki hikmah, serta banyak pembelajaran baru yang penulis dapat. Menerima banyak bimbingan, arahan serta bantuan dari berbagai pihak. Karena dasar itu pula, tak henti-hentinya penulis menambah rasa syukur Allah telah diberi kesempatan menjadi salah satu dari banyaknya manusia yang dapat menuntut ilmu hingga ke jenjang perguruan tinggi. Teristimewa Ayah tercinta dan Ibu tercinta. Penulis lahir dari sepasang suami istri bernama **Ayahanda Suprianto** dan **Ibunda Rubiyati**, dua orang tua sederhana yang begitu hebat, serta Hasisyifa, saudari penulis. Kemudian keluarga besar dan sanak saudara. Harta paling berharga ialah hadirnya mereka yang tidak henti-hentinya menasehati, mempercayai dan mendoakan penulis dalam menyandang mahasiswa

sampai menyelesaikan skripsi ini. Serta dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa menuntut ilmu serta belajar di kampus biru.
2. Ibu Prof. Dr. Kusumawati, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag.,M.Si. selaku Wakil Dekan I, Bapak Fairus, S.Ag.,M.A. selaku Wakil Dekan II dan Bapak Sabirin, S.Sos.I., M.Si. selaku Wakil Dekan III.
3. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom. selaku ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Hanifah, S.Sos.I., M.Ag. selaku sekretaris program studi KPI yang selalu mendukung serta meluangkan waktunya untuk mahasiswa selama proses perkuliahan hingga selesai.
4. Penulis juga bersyukur Allah pilihkan Bapak Drs. Syukri Syamaun, M.Ag. sebagai Penasehat Akademik juga Pembimbing I, dan Bapak Arif Ramdan, S.Sos.I.,M.A. sebagai Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, pikiran dalam membimbing, menasehati serta memberikan arahan selama proses penulisan skripsi sehingga penelitian mampu terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Zainuddin T, M. Si. Dan Bapak Taufik, SE.Ak., M. Ed. yang telah berkenan menjadi dosen penguji sidang skripsi. Selanjutnya rasa syukur tak terhingga karena hadirnya dosen-dosen hebat di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang sejak awal penulis menyandang sebutan

mahasiswa tiada henti-hentinya memberikan pengetahuan dan nasehat yang semoga menjadi amal jariyah pula bagi mereka.

6. Seluruh dosen, staf dan karyawan yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan dan dukungannya kepada penulis hingga akhir perkuliahan.
7. Terima kasih untuk seluruh keluarga besar Unit Kegiatan Pers Mahasiswa Sumberpost terkhusus Salman Alfarisi, Sayyid Jamalul Adil, Raudhatul Jannah, Fatimah Azzahra, S.Sos., Miftari Rauzah, S.Sos., Halilul Haqqi, Khairiatul Nurwanti, S.Pd., Anzelia, dan senior lainnya, yang telah memberikan kesempatan untuk penulis menyalurkan bakat yang apabila tak ada wadah tersebut maka bakat ini akan terpendam.
8. Untuk sahabat-sahabat rantau, terdiri dari Andrian Sutejo, Riza Alwiandika, Rahmad Qadri dan Surya Mahbengi, terima kasih telah menjadi sahabat baik sejak dari sekolah menengah atas hingga sekarang.
9. Sahabat seperjuangan KPI yang terdiri dari Nuri Agussetiawan, Rega Tanoga, Hayatul Lisa, S.Sos., Dhaifina Hulwani, S.Sos., Althaf Abid, terima kasih telah menemani penulis selama menyandang status mahasiswa di tanah rantau ini, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam menyelesaikan pendidikan, semoga Allah balas kebaikan kalian.
10. Seluruh teman-teman KPI leting 2020 yang tak dapat disebut satu-persatu.

Akhir kata penulis ucapkan Alhamdulillah, kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala penulis berserah diri serta memohon ampun atas segala dosa dan hanya pada-Nya penulis memohon semoga tulisan ini dapat berguna dan bermanfaat

sehingga menjadi referensi bagi banyak kalangan yang ingin mengetahui tentang berdakwah melalui Instagram, khususnya bagi penulis sendiri. Amin yaa Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, Darussalam

Penulis,

Fandi Gusti Mulyawan



DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	i
LEMBARAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	ii
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional.....	8
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Terdahulu.....	12
B. Kajian Pustaka.....	15
1. Kredibilitas.....	15
2. Media Sosial.....	16
3. Instagram.....	18
4. Media Dakwah.....	24
5. Teori Media Rechner Theory.....	45
BAB III.....	49
METODE PENELITIAN.....	49
A. Metode Penelitian.....	49
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
C. Lokasi Penelitian.....	51
D. Sumber Data.....	51
E. Unit Analisis Data.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	56
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Isi Pesan Dakwah Akun Instagram @Quranreview Sebagai Media Dakwah.....	60
2. Faktor Penting Kredibilitas Akun Instagram @Quranreview Sebagai Media Dakwah.....	70
C. Pembahasan.....	83

BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
DAFTAR LAMPIRAN.....	91



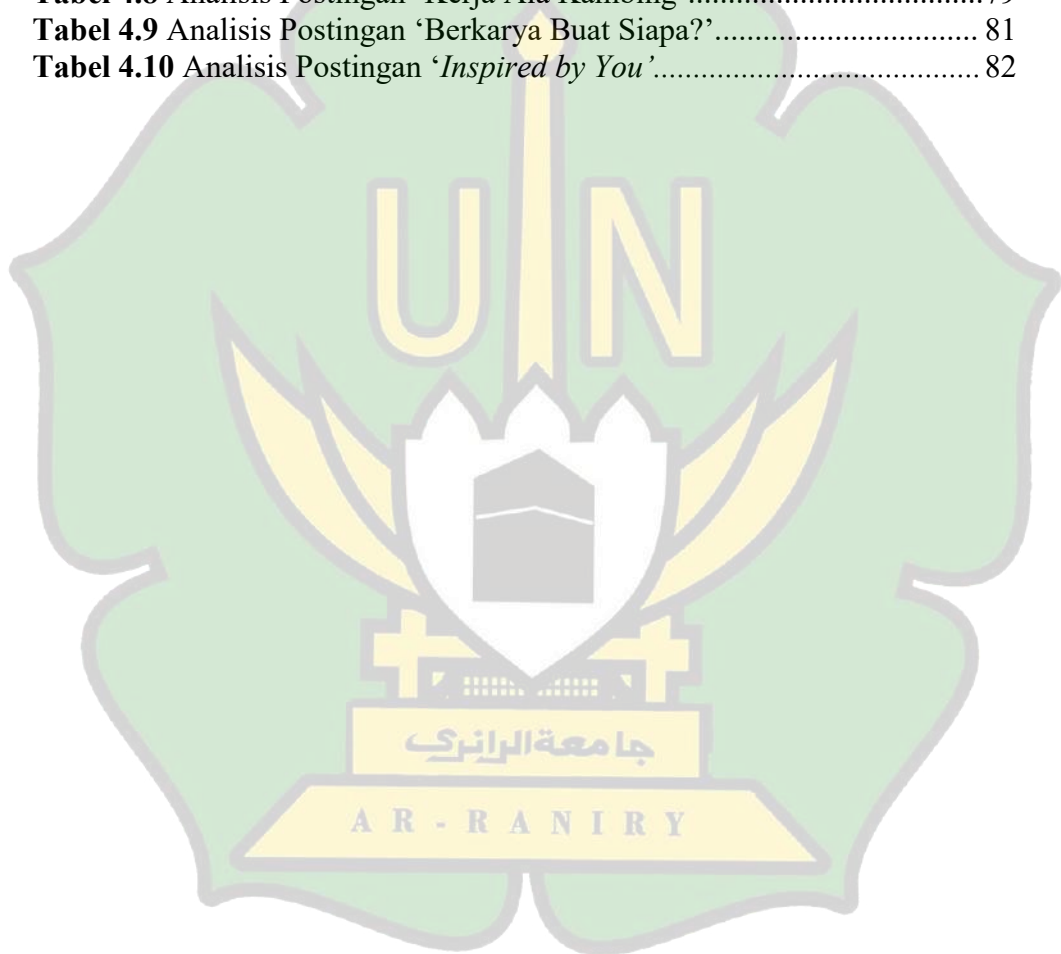
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Instagram @quranreview.....	57
Gambar 4.2 Akun Youtube quranreview.....	59
Gambar 4.3 Konten postingan ‘Biar Tepat Sasaran’.....	61
Gambar 4.4 konten postingan ‘Seragam: Lepas Hijab’.....	62
Gambar 4.5 Konten postingan ‘Merdeka Tuh Gini’.....	63
Gambar 4.6 konten postingan ‘KDRT Diposting’.....	63
Gambar 4.7 konten postingan ‘ <i>Ulkus Dekubitus</i> ’.....	64
Gambar 4.8 Konten Postingan ‘Ujian ku Lebih Berat’.....	65
Gambar 4.9 Konten postingan ‘Lengah Dikit Bahagia’.....	66
Gambar 4.10 Konten Postingan ‘Kerja Ala Kambing’.....	66
Gambar 4.11 Konten postingan ‘Berkarya Buat Siapa?’.....	67
Gambar 4.12 Poster dari postingan ‘Berkarya Buat Siapa?’.....	68
Gambar 4.13 Konten postingan ‘ <i>Inspired by You</i> ’.....	68
Gambar 4.14 Poster <i>Inspired by Palestinians</i>	69



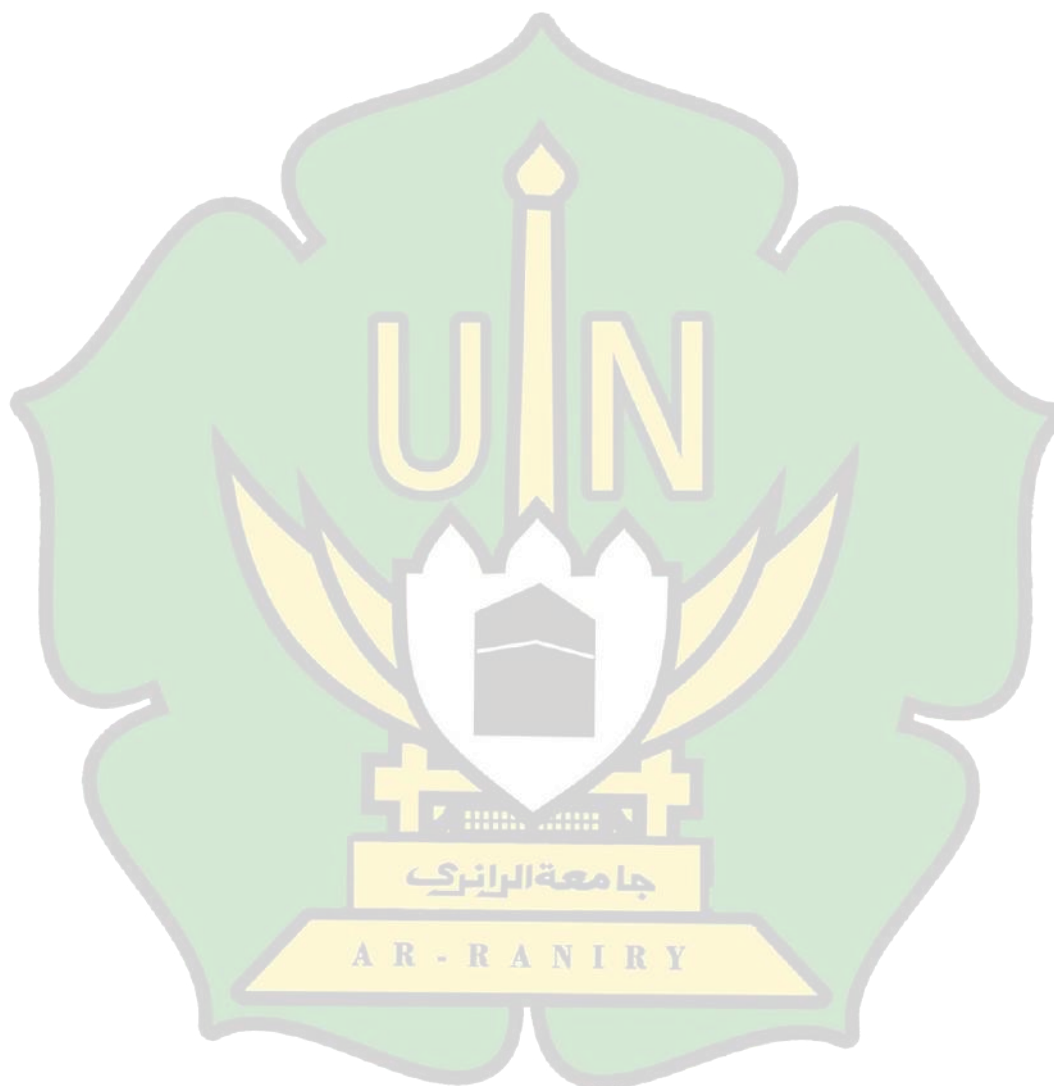
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis Postingan ‘Biar Tepat Sasaran’	70
Tabel 4.2 Analisis Postingan ‘Seragam; Lepas Hijab’	71
Tabel 4.3 Analisis Postingan ‘Merdeka Tuh Gini’	72
Tabel 4.4 Analisis Postingan ‘KDRT Diposting?’	73
Tabel 4.5 Analisis Postingan ‘ <i>Ulkus Dekubitus</i> ’	75
Tabel 4.6 Analisis Postingan ‘Ujianku Lebih Berat?’	76
Tabel 4.7 Analisis Postingan ‘Lengah Dikit Bahagia’	78
Tabel 4.8 Analisis Postingan ‘Kerja Ala Kambing’	79
Tabel 4.9 Analisis Postingan ‘Berkarya Buat Siapa?’	81
Tabel 4.10 Analisis Postingan ‘ <i>Inspired by You</i> ’	82



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1</i> Surat Keputusan Skripsi.....	91
<i>Lampiran 2</i> Riwayat Hidup.....	92



ABSTRAK

Nama : Fandi Gusti Mulyawan
NIM : 200401022
Judul Skripsi : Analisis Kredibilitas Akun Instagram @Quranreview Sebagai Media Dakwah
Jur/Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Dakwah dan Komunikasi

Zaman digital saat ini, penyampaian dakwah telah mengalami transformasi signifikan. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, memberikan kesempatan bagi individu dan organisasi untuk membagikan pesan keagamaan. Salah satu akun yang muncul adalah akun Instagram @Quranreview memanfaatkan fitur seperti foto dan video untuk menjangkau audiens supaya lebih informatif dan beragam. Namun dengan banyaknya akun dakwah yang bermunculan, tantangan terkait kredibilitas pesan yang disampaikan pun semakin meningkat, lalu penjelasan detail akun Instagram @Quranreview mengenai latar belakang pendidikan tim pengelola dan verifikasi konten masih belum transparan. Kredibilitas di Instagram saat ini sangat penting karena dapat memengaruhi cara pandang dan pemahaman pengikut dari akun @Quranreview terhadap ajaran agama Islam. Dengan demikian, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dakwah pada postingan akun Instagram @Quranreview dan untuk mengetahui faktor-faktor kredibilitas akun Instagram @Quranreview. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kualitatif dengan pendekatan teori media kekayaan. Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten pada postingan dakwah yang dimuat pada akun Instagram @Quranreview. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui postingan Instagram, isi pesan yang diunggah melalui platform Instagram @Quranreview. Terdapat beragam isi pesan dakwah, diantaranya akidah, syariah, dan juga akhlak. Media sosial Instagram akun @Quranreview sebagai media dakwah, juga telah menerapkan empat kriteria penting kredibilitas kekayaan media yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal.

Kata Kunci : Kredibilitas, Instagram, Quranreview, dan Media Dakwah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah dalam Islam adalah suatu kegiatan yang memiliki sifat menyerukan, mengajak, serta memanggil manusia untuk beriman serta taat pada Allah, Tuhan semesta alam, sesuai dengan akidah, akhlak, serta syariat Islam dengan penuh kesadaran dan secara terencana.¹ Dalam bahasa Arab, kata dakwah berarti "menyeru" atau "mengajak". Dalam konteks Islam, pengertian dakwah merujuk pada proses menyeru, menyampaikan, dan mengajak manusia kepada risalah Islam, menuju Tuhan, menuju Kebenaran, serta menuju jalan yang benar yang ditentukan oleh Allah SWT untuk seluruh umat manusia.² Sedangkan, Ibn Taimiyah menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintah-Nya.³

Kesuksesan dakwah bukanlah pada berapa banyak jumlah pemirsa yang hadir untuk mendengarkan, juga tidak pada tawaan dan *aplaus* karena humor, tapi terletak pada sejauh mana manusia yang kembali ke jalan Allah. Seiring perkembangan zaman cara berdakwah bukan hanya dengan ceramah.

¹ <https://www.gramedia.com/literasi/dakwah/> diakses 28 Mei 2024.

² <https://www.liputan6.com/hot/read/5257081/pengertian-dakwah-dalam-islam-ketahui-tujuan-dan-jenis-jenisnya> diakses 28 Mei 2024.

³ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 2.

Dakwah saat ini sudah jauh berkembang seperti banyaknya konten-konten dakwah islam di berbagai media sosial dan media online, baik itu berupa foto, video maupun artikel. Pada dasarnya semua tujuan dari cara penyampaian ajaran islam tersebut sama yaitu untuk menyampaikan dan mengajak masyarakat kepada ajaran islam yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits.

Masyarakat kini lebih bergantung pada media internet sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Internet dan media online, sering dikenal sebagai media sosial, saat ini menjadi sarana komunikasi dan koneksi utama. Hampir semua orang aktif menggunakan media sosial untuk menemukan hiburan, berita, dan trending topik. Bahkan bisnis memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan mencerahkan mereka agar berjalan lebih efisien. Media sosial memiliki keistimewaan dalam hal mengkomunikasikan isi pesan kepada masyarakat ketika digunakan sebagai alat komunikasi.⁴

Zaman digital saat ini, penyampaian dakwah telah mengalami transformasi signifikan. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, memberikan kesempatan bagi individu dan organisasi untuk membagikan pesan keagamaan. Salah satu akun yang muncul adalah akun Instagram @Quranreview memanfaatkan fitur seperti foto dan video untuk menjangkau audiens supaya lebih informatif dan beragam. Namun dengan banyaknya akun dakwah yang bermunculan, tantangan terkait kredibilitas

⁴ Ma'aruf, M.A. (2017). *Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi*. Nganjuk Regency: Equilibrahim, hlm 1-2.

pesan yang disampaikan pun semakin meningkat, lalu penjelasan detail akun Instagram @Quranreview mengenai latar belakang pendidikan tim pengelola dan verifikasi konten masih belum transparan. Kredibilitas di instagram saat ini sangat penting karena dapat memengaruhi cara pandang dan pemahaman pengikut dari akun @Quranreview terhadap ajaran agama Islam.

Berdasarkan data Napoleon Cat, terdapat 90.183.200 juta pengguna instagram di Indonesia hingga Agustus 2024. Mencakup 32% dari seluruh populasi Indonesia. Orang yang berusia 25 hingga 34 tahun adalah golongan pengguna terbesar 36.000.000 juta. Perbedaan tertinggi antara laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, perempuan tertinggi dengan jumlah 12.600.000 juta.⁵

Keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi Instagram, semakin banyak seseorang yang menggunakan aplikasi tersebut untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Awalnya, Instagram hanya untuk foto, tetapi sekarang dapat memposting video di Instagram. Juga ada fitur tambahan seperti konfirmasi, filter foto, sorotan, dan bahkan durasi dan tayangan slide foto dalam pesan sehingga tidak perlu mengirim spam. Bidang bisnis yang sangat menjanjikan seperti bisnis online, testimoni atau berita menarik dan trend mendunia, bahkan bidang informasi dijadikan sebagai metode dakwah.

Instagram semakin banyak digunakan sebagai platform untuk lebih sekedar momen berkembang. Dapat digunakan untuk mendistribusikan informasi tentang topik yang berkaitan dengan dakwah agama. Banyak

⁵ <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/05/> diakses pada 3 Agustus 2024

pilihan posting Instagram menjadi lebih rumit. Selain *direct publishing*, kini Instagram menawarkan banyak akun yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, antara lain akun gaya hidup, kesehatan, berita terkini, dan dakwah.⁶

Kegiatan yang bersangkutan dengan dakwah pada dasarnya juga aktivitas komunikasi. Pesan dakwah ialah satu diantara yang dikomunikasikan kepada khalayak ramai. Penghambat komunikasi ialah hambatan untuk menyebarkan pesan, dan hukum yang mengatur ilmu komunikasi juga berlaku untuk dakwah.⁷

Kecanggihan era sekarang seperti teknologi dan informasi yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas dan gaya hidup masyarakat sehari-hari. Dampak ini terlihat, seperti pada seseorang yang terlalu kecanduan terhadap handphone sehingga malas untuk keluar rumah meski memiliki akses ke segala hal. Dan inilah kekurangan atau efek dari menggunakan media sosial yang tersedia saat ini untuk menyebarkan ajaran agama dibandingkan harus melibatkan khalayak umum secara langsung. Kemudian saat mengakses akun di Instagram dan kemudian melihat, membaca, serta mendengarkan konten dari akun dakwah tersebut. Maka bisa dikatakan sedang berlangsung aktivitas komunikasi dari pemberi pesan (pengelola akun Instagram dakwah) dan penerima informasi, yaitu orang yang membuka akun dakwah di Instagram.

⁶ Wahidin Saputra. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal 2.

⁷ Wahyu Ilaih. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Juvenile Rosdakarya, 24

Salah satu akun instagram @Quranreview. Memulai postingan perdananya pada Juni 2019, @Quranreview selalu memposting konten yang cukup berdekatan dengan kalangan milenial, bisa melihat pertanyaan-pertanyaan yang sedang tren dari sudut pandang yang berbeda, namun tetap dikaitkan dengan Al-Qur'an serta mempelajari tentang yang sedang viral sekarang. Akun Instagram @Quranreview sudah punya *posting 782 post* dimana masing-masing *post* selalu banyak yang menyukai dan komentar.⁸ Jumlah tanggapan yang diperoleh dari *post* akun ini menunjukkan bahwa penggunaan platform Instagram mempunyai antusias yang besar terhadap Instagram yang muat dakwah Islam.

Dikarenakan @Quranreview memposting konten dari permasalahan yang sedang viral saat ini, kehidupan atau peristiwa yang dekat dengan kondisi masyarakat juga membedah sepenggal ayat Al-Qur'an terkait hal dalam kehidupan sehari-hari dan membahasnya menjadi pengingat untuk selalu taat dan kembali ke jalan Allah Ta'ala. Memiliki motto "*be humble close with quran*" membuat akun @Quranreview terus menerus mengajak pengguna instagram khususnya kaum muslim untuk terus bisa belajar serta lebih dekat dalam mengamalkan Al-Quran serta memahaminya dengan baik.

Kemudian penjelasan detail akun Instagram @Quranreview mengenai latar belakang pendidikan tim pengelola dan proses verifikasi konten masih belum transparan. Pada penelitian ini penulis tertarik kepada konsep dakwah

⁸ <https://www.instagram.com/quranreview/> diakses pada 1 Mei 2024

salah satu akun instagram @Quranreview. Sehingga butuh pemeriksaan konten dakwah supaya mudah diterima khalayak khususnya kalangan anak muda.

Sebagaimana yang terdapat dalam (Q.S. Al-Hujurat [49] : ayat 6)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis terdorong untuk melaksanakan penelitian dengan pemusatan pada judul “Analisis Kredibilitas Akun Instagram @Quranreview Sebagai Media Dakwah” dengan menggunakan teori media kekayaan.

B. Fokus dan Rumusan Masalah

Inovasi di aspek teknologi informasi menjadi faktor yang mendorong revolusi media dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Sebagai gambaran adaptasi terhadap revolusi. Dakwah tidak hanya diatas mimbar saja, kini dengan media sosial bisa juga menyampaikan dakwah melalui platform seperti *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan lainnya. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial dalam menyuarakan pesan dakwah adalah akun Instagram @Quranreview. Penggunaan Instagram sebagai media dakwah kini semakin banyak, perlu klasifikasi, verifikasi akun serta kredibilitas yang jelas sehingga pesan-pesan itu tersampaikan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa isi pesan dakwah akun Instagram @Quranreview sebagai media dakwah?
2. Apa faktor penting kredibilitas akun Instagram @Quranreview sebagai media dakwah ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan menggunakan rumusan masalah di atas, dapat dinyatakan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah akun Instagram @Quranreview sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui bagaimana faktor penting kredibilitas akun Instagram @Quranreview sebagai media dakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Manfaat bidang akademik, penelitian ini diharapkan bisa membantu memperluas dan menambah kekayaan dalam penelitian ilmu dakwah dan komunikasi, khususnya penelitian tentang dakwah di kalangan milenial islam melalui media sosial, serta menjadi refensi tambahan untuk mahasiswa, khususnya mahasiswa Komunikasi dan

Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis, dalam penelitian ini peneliti menerapkan ilmu yang diperoleh selama menjadi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, dan menambah wawasan peneliti mengenai cara berdakwah khususnya dikalangan orang yang belum mengenal serta mempercayai islam sepenuhnya.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, kajian pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan penjelasan kepada para pembaca mengenai cara berdakwah melalui media sosial yaitu Instagram. Kemudian hasil dari penelitian ini diharapkan agar supaya menjadi bahan acuan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya terkait tentang dakwah melalui konten di Instagram.

E. Definisi Operasional

1. Analisis

Pengertian analisis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) terdapat dalam beberapa pengertian yakni:

- a) Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).
- b) penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.
- c) penjabaran sesudah dikaji sebaik-baiknya.
- d) pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.⁹

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk memperoleh gambaran tentang isi pesan komunikasi massa, yang merupakan salah satu ciri penting yang dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang suatu isi, juga menggunakan manusia tetapi harus dibatasi sehingga hasilnya mencerminkan isi dari sebuah teks.¹⁰

2. Kredibilitas

Kredibilitas didefinisikan sebagai persepsi komunikator tentang kemampuan komunikator untuk membuat komunikan percaya pada pesan yang disampaikan. Kredibilitas merupakan sifat yang dimiliki dari seseorang dimana dengan adanya sifat tersebut dapat menimbulkan

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/analisis> diakses 28 Mei 2024.

¹⁰ Epiyanto. 2011. *Analisis Isi Pengantar Metodologi Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Prenada Media Grub, hlm 17.

kepercayaan orang lain terhadap apa yang telah disampaikan dan dilakukannya.¹¹

3. Instagram

Secara istilah Instagram diambil dari kata “*Insta*” yang berasal dari kata “*Instan*”. Nama ini diambil dari kamera polaroid di mana merupakan kamera instan yang langsung jadi seketika. Sedangkan kata “*gram*” diambil dari kata “*Telegram*” yang artinya mampu mengirim informasi secara cepat.¹²

Menurut Mandiberg, media sosial muncul sebagai media untuk bekerja sama antara pengguna dan menghasilkan konten (*use generated content*). Selain digunakan untuk publikasi konten baik berupa profil, aktivitas, video, ataupun pendapat dalam jejaring sosial, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk bisnis, ketenaran, dan lain-lain.¹³

Instagram merupakan sebuah flatfom untuk berbagi foto maupun video dimana seseorang yang menggunakannya bisa mengetahui tentang seseorang yang diikuti, juga bisa berkomentar serta membagikannya pada pengguna lainnya.

4. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin ‘*medius*’ yang merupakan bentuk jamak dari kata ‘*medium*’. Secara arti berarti alat, perantara, penyambung

¹¹ Yogi, Bab ii Tinjauan Pustaka, Skripsi, Universitas Pasundan, 2023, hlm. 14-15.

¹² <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> diakses pada 29 Mei 2024.

¹³ Rulli Nasrullah, "*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal, 11-34.

atau sarana penghubung antara dua pihak, berarti juga sesuatu alat penghubung atau perantara untuk mendapatkan suatu tujuan.¹⁴

Jadi media dakwah adalah suatu alat yang menghubungkan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada penerima pesan tersebut. Media dakwah juga dapat berupa berbagai bentuk, seperti khotbah, pidato, ceramah, pengajian, dan lain-lain.

Media dakwah dapat digolongkan menjadi dua kategori, yaitu:¹⁵

- a) Media Tradisional, yaitu media dakwah berupa dari seni pertunjukan yang dipentaskan secara tradisional, dengan ciri seperti: drama, teater, wayang dan lain-lain.
- b) Media Modern, yaitu media dakwah dengan menggunakan teknologi elektronik canggih yang masyarakat banyak menggunakannya, seperti: televisi, radio, surat kabar, buku majalah, media sosial maupun media online/web, dan sebagainya.

Tujuan media dakwah adalah untuk menyebarkan ajaran agama Islam dan meningkatkan kesadaran terhadap nilai-nilai agama.

¹⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983),. 163.

¹⁵ Adi Sasono. Didin Hafidhuddin dan A.M Sacfudin. 1998. *Solusi Islam untuk Masalah Umat*. Jakarta: Gema Manusia, halaman 184.

