

**PESAN-PESAN DAKWAH AKUN INSTAGRAM
@SAHABAT_ISLAMI DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN KEAGAMAAN**

**(STUDI PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
(KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN AR-RANIRY)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

**LISA SERI WAHYUNI
NIM. 140401077
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1440 H / 2019 M**

SKRIPSI

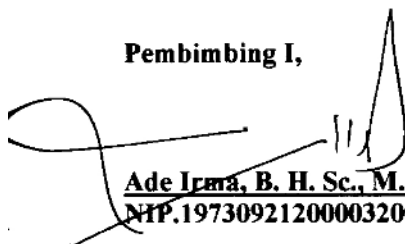
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**LISA SERI WAHYUNI
NIM. 140401077**

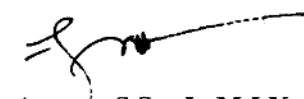
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Ade Irma, B. H. Sc., M. A.
NIP.197309212000032004

Pembimbing II,



Azman, S.Sos.I., M.I.Kom.
NIP.198307132015031004

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 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

LISA SERI WAHYUNI
NIM. 140401077

Pada Hari/Tanggal

Senin, 21 Januari 2019 M
15 Jumadil Awwal 1440 H

di
Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



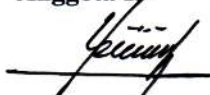
Ade Irma, B.H.Sc., M.A.
NIP. 197309212000032004

Sekretaris,



Azman, S.Sos.I., M.I.Kom.
NIP. 198307132015031004

Anggota I,



Drs. Yusri, M.LIS
NIP. 196712041994031004

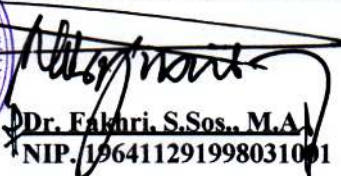
Anggota II,



Fajri Chairawati, S.Pd.I., M.A.
NIP. 197903302003122002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry


Dr. Fakri, S.Sos., M.A.
NIP. 196411291998031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Lisa Seri Wahyuni

NIM : 140401077

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : 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 di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 07 Januari 2019

Yang Menyatakan,




Lisa Seri Wahyuni
NIM. 140401077

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat serta karunia kepada hamba-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Ar-Raniry)”**. Shalawat berserta salam kepada baginda Rasulullah SAW, yang telah membawa panji keselamatan bagi umat manusia yang telah mengeluarkan umat manusia dari kegelapan menuju cahaya Iman dan Islam serta kepada keluarga dan para sahabatnya yang telah berjuang demi tegakkan kalimutal haq dan agama Allah di permukaan bumi ini.

Skripsi ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (SI) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Ucapan terimakasih dan hormat Penulis yang tak terhingga penulis persembahkan kepada Ayahnda tercinta Alm. M.Salim dan Ibunda tercinta Siti Hawa, rasa terimakasih yang ikhlas juga turut penulis haturkan kepada Bunda tersayang Hamidah S.Pd beserta Adik semata wayang Mustafa Hirin yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, uang, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. Dalam rangka

pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis juga banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Fakhri, S. Sos., M. A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
2. Dr. Hendra Syahputra, ST., MM., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.
3. Ade Irma, B.H.Sc., M.A., sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
4. Azman, S.Sos.I., M.I.Kom., sebagai pembimbing II yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Terimakasih juga buat kakak dan sahabat-sahabat seperjuangan saya yang terkasih atas segala *support* ketika semangat menghilang, Yunida, Yuli Astuti, Ariansyah Putra, Elsy Julian Melfira, Isna Rosifa, Rahmi Ananda Putri, Itawarni, Yenni Muslinda, Aulia Turrahmi, Halida Mahwani, dan seluruh kawan-kawan lainnya.

Semoga Allah memberi balasan yang setimpal atas jasa-jasa, dukungan, bimbingan yang telah mereka sumbangkan selama ini. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak tertutup kemungkinan dari kesalahan dan kekhilafan baik dari segi ini maupun penulisannya. Oleh karena itu, kritikan dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirul kalam penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pembaca umumnya dan dapat menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa (i), Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 8 Desember 2019

Lisa Seri Wahyuni

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAK	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	
10	
D. Manfaat Penelitian	
10	
E. Istilah Penelitian	
11	

BAB II KAJIAN TEORETIS.....

A. Kajian Terdahulu	14
B. New Media	16
C. Instagram	19
1. Pengertian Instagram	19
2. Sejarah Instagram	20
3. Fitur-Fitur Instagram	23
D. Media Dakwah.....	27
1. Pengertian dan Macam-macam Media Dakwah	27
2. Pengaruh Media Dakwah	31
3. Penyesuaian Media dan Materi Dakwah	35
4. Macam-Macam Isi Pesan Media Dakwah	36
E. Instagram Sebagai Media Dakwah	40
F. Teori S-O-R	43

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	45
B. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	46
C. Lokasi Penelitian	47
D. Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik pengolahan dan Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
A. Gambaran Umum Penelitian.....	55
B. Pesan-Pesan Dakwah pada Akun @sahabat_islami	58
C. Komentar Netizen Terhadap Postingan pada Akun- @sahabat_islami	70
D. Pesan Dakwah Akun @sahabat_islami dalam Meningkatkan- Kesadaran Keagamaan	77
E. Analisis Data Penelitian	83
BAB V PENUTUP.....	
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar dan biodata Instrument Wawancara
- Lampiran 2 : Kegiatan wawancara dengan para *follower* akun Instagram @sahabat_islami
- Lampiran 3 : Surat Keputusan Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi dari Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.
- Lampiran 4 : Surat Izin Melakukan Penelitian dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Revisi Judul Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Izin Telah Melakukan Penelitian dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
- Lampiran 7 : Biodata Penulis.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Ar-Raniry). Penelitian ini mengkaji tentang pesan-pesan dakwah di media instagram @sahabat_islami, karena seiring dengan perkembangan zaman maka para netizen memanfaatkan media instagram sebagai media dalam mengkaji tentang keislaman, dengan adanya media tersebut maka pesan-pesan akan tersampaikan dengan cepat kepada kalangan *follower*. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pesan dakwah yang terdapat dalam akun @sahabat_islami; untuk mengetahui komentar netizen terhadap postingan pada akun @sahabat_islami; untuk mengetahui pesan dakwah akun @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*fiel research*). Penelitian ini memperoleh data secara langsung dari responden melalui observasi, dokumentasi dan wawancara yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan (*penelitian analisis deskriptif*). Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu akun istagram @sahabat_islami dan mahasiswa KPI. Hasil penelitian mengenai pesan-pesan dakwah melalui media istagram @sahabat_islami, yaitu: Pesan-Pesan Dakwah yang terdapat pada Akun instagram @sahabat_islami yaitu, pesan Aqidah, pesan Syariah, dan pesan Akhlak. Komentar netizen terhadap postingan ada yang positif dan negatif yaitu, komentar positif mengatakan bahwa akun tersebut sangat bermanfaat untuk mendapatkan wawasan tentang keislaman, sedangkan komentar negatif hanya mengatakan bahwa akun tersebut terindikasi dengan bisnis. Pesan dakwah pada akun instagram @sahabat_islami dalam Meningkatkan kesadaran keagamaan yaitu, sejak menjadi *follower* instagram tersebut mereka sudah berdampak ke arah yang lebih baik, dan sering mengamalkan tentang ilmu yang didapatkan melalui postingan pada akun tersebut.

Kata Kunci : Instagram, kesadaran, keagamaan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan akhirat.¹ Dakwah yang di mulai sejak zaman kenabian hingga kini telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Mulai dari jumlah pengikut dakwah, metode dan cara juga pergerakan-pergerakan atau jama'ah yang mengusung dakwah itu sendiri. Perkembangan dakwah ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan zaman, kemajuan teknologi bahkan menuntut dakwah di kemas secara lebih efisien dan mudah.

Banyak jalur dakwah lainnya yang dimanfaatkan, misalnya menggunakan lagu-lagu rohani, baik untuk anak-anak maupun untuk orang dewasa. Pemanfaatan rekaman kaset berisi drama, wayang, dan lain- lain yang disisipi pesan agama akan pula membantu kegiatan dakwah. Buku bacaan anak-anak yang bernafaskan Islam, video kaset cerita anak-anak bernafaskan Islam

¹ Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Ombak Anggota IKAPI, 2013), hal. 11.

adalah sarana yang efektif untuk berdakwah.²

Dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini jika kita berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Dakwah di zaman yang modern dan canggih ini memerlukan sebuah metode yang canggih, jika tidak ada keseimbangan antara metode dakwah dan kondisi zaman pada saat ini, maka materi dakwah yang disampaikan bisa jadi tidak sampai sasaran atau tidak sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Teknologi bukan suatu yang dilarang, meskipun di zaman Rasulullah belum di temukan adanya teknologi seperti yang berkembang pada zaman sekarang ini. Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang di hadirkan mudah diterima dan tidak ketinggalan zaman.

Seiring perkembangan zaman sekarang ini kemajuan teknologi itu sangat tergantung pada dan di tangan siapa, ketika berada di tangan orang yang baik maka baiklah manfaatnya, sebaliknya ketika ia berada di tangan orang jahat maka jahatlah dampak yang dihasilkannya. Maka penggunanyalah yang sangat menentukan ke arah mana ia digunakan, baik atau buruk sepenuhnya tergantung di tangan penggunanya. Maka dari itu sebagai juru dakwah dituntut piawai menggunakan dan memanfaatkan hasil kemajuan teknologi informasi, salah satunya yaitu melalui jejaring sosial Instagram.³

Mengikuti perkembangan zaman masa kini, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yaitu dengan adanya sebuah media sosial

² Djamaludin Ancok dan Fuad Nasroni Suroso, *Psikologi Islami*, Cet ke 7 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 44.

³ Misbakhul Khoiri, *"Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook K.H Abdullah Gymnasiar"*, (Yogyakarta: skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014), hal. 19.

sehingga *da'i-da'i* dapat mudah menyampaikan materi dakwah dengan efisien dan mudah. Dengan perkembangan teknologi yang canggih, yakni dengan munculnya sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain, sehingga media sosial tersebut dapat memudahkan orang untuk berkomunikasi. Dalam arus modernisasi ini, para *da'i* harus mampu berhati-hati dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial tersebut.

Kehadiran media sosial menjadi fenomenal seperti Facebook, Twitter, Youtube, hingga Instagram adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio atau video.⁴

Awalnya media sosial hanya digunakan sebagai sarana berkomunikasi untuk terhubung dengan teman, rekan kerja dan keluarga. Namun pada perkembangannya, media sosial tidak hanya sebatas itu saja. Media sosial kini banyak digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan atau memberikan berbagai informasi, mulai dari informasi politik, bisnis, pendidikan, kuliner, kesehatan, budaya, hiburan, promosi produk hingga kegiatan agama. Begitu banyaknya informasi yang bisa dibagikan melalui media sosial, diharapkan pengguna media sosial bisa semakin bijak dalam menggunakannya untuk hal yang positif, bermanfaat serta tidak menyampaikan suatu berita kebohongan. Al-Qur'an

⁴ *Ibid.* Hal. 2-3

mengajarkan pada kita untuk senantiasa berkata benar, seperti yang tercantum dalam Q.S. al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ٧٠

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.*⁵

Dengan ayat tersebut, diharapkan para pengguna media sosial berhati-hati dalam memberikan informasi yang bermanfaat yang bersifat kebenaran. Sehingga tidak menimbulkan perpecahan, permasalahan dan merugikan pihak lain. Dampak negatif dari media sosial ialah begitu mudahnya konten pornografi tersebar keseluruh pengguna media sosial yang tidak terprivasi. Rasulullah bersabda:

وَمَنْ سَنَّ فِي الْإِسْلَامِ سُنَّةً سَيِّئَةً كَانَ عَلَيْهِ وِزْرُهَا وَوِزْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا
أَوْ مِنْ بَعْدِهِ مِنْ غَيْرِ أَنْ يَنْقُصَ مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْءٌ

Artinya: *Dan barangsiapa merintis dalam Islam perbuatan yang buruk maka baginya dosa dari perbuatannya tersebut, dan dosa dari orang yang melakukannya (mengikutinya) setelahnya tanpa berkurang dari dosa-dosa mereka sedikitpun". (HR. Muslim.).*⁶

Ayat dan hadits diatas mengajarkan kepada kita untuk menjaga sikap dalam berbicara dan bersikap agar senantiasa diatas dasar ilmu. Hadits diatas juga sekaligus memberikan peringatan; bahwa semua ucapan, tingkah laku, dan perbuatan kita, semuanya akan diminta pertanggung jawaban. Jika seseorang berbicara tanpa dasar ilmu maka itu menjerumuskan diri kedalam kebinasaan mempersiapkan untuk menghadapi kemurkaan Allah, menanggung dosa dirinya

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang : PT. Karya Toha Putra). Hal. 298.

⁶ Imam Nawawi, *Riyadhus Shalihin "Taman Orang-Orang Shalih*, Bab 23. Hal. 145.

sendiri sekaligus ditambah sebesar dosa orang-orang yang ia mengikuti serta ia sesatkan.

Instagram adalah suatu jejaring sosial online yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram dan situs media lainnya.⁷ Instagram menjadi multifungsi, sehingga Instagram sering digunakan untuk melakukan interaksi antar satu sama lainnya, baik dibidang bisnis maupun bidang dakwah.

Pada awalnya Instagram hanya dapat diakses dengan *iphone*, namun seiring berkembangnya teknologi Instagram juga dapat diakses melalui Android. Jelang ulang tahun Instagram pada bulan oktober 2015, Instagram mengumumkan bahwa jumlah pengguna telah menembus lebih dari 400 juta orang. Dari 400 juta pengguna tersebut, 75 persen berasal dari luar Amerika. Dalam blog Instagram dikatakan bahwa pengguna banyak berasal dari Eropa dan Asia. Negara yang paling banyak penggunanya adalah Brazil, Jepang dan Indonesia.⁸ Oleh sebab itu, mulai banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan Instagram media penyampaian berita-berita dakwah. Banyak akun-akun yang menggunakan Instagram yang meng-posting foto visualnya dengan caption yang bermanfaat untuk media berdakwah, diantaranya: @sahabat_islami. Akun Instagram @sahabat_islami digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat, sehingga dengan adanya akun tersebut dapat tersampaikan pesan-

⁷ Frommer. D, *Here's How To Use Instagram*. (2010) Dikutip dari Business Insider: www.businessinsider.com. Diakses 5 Juli 2018.

⁸ Adi Fida Rahman, *Pengguna Instagram Tembus 400 Juta, Indonesia Terbanyak*, dikutip dari: www.detik.com. Diakses 03 Juli 2018.

pesan dakwah dengan cepat. Maka dalam hal ini penulis melihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami patut dipertahankan, dan dikembangkan lebih bagus lagi khususnya tentang berita-berita dakwah yang dipublikasi pada akunya.

Pencarian informasi tentang keagamaan terutama agama Islam melalui Instagram mempunyai keuntungan dan kekurangan. Salah satu keuntungannya adalah mendapatkan informasi dengan cepat dan tanpa membutuhkan biaya yang mahal. Namun kekurangannya adalah munculnya berbagai faham dan tafsiran dalam penerapan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menyebabkan mahasiswa tersebut salah dalam memahami ajaran Islam sesungguhnya jika dia belum mempunyai pondasi yang kuat. Hal tersebut dikarenakan Instagram merupakan tempat untuk perang pemikiran antara berbagai kelompok dan organisasi yang berbeda, selain itu interpretasi mereka dalam menafsirkan ajaran Islam pun berbeda.

Kesadaran keagamaan adalah bagian atau segi yang hadir (terasa) dalam pikiran dan dapat dilihat gejalanya melalui introspeksi. Di samping itu dapat dikatakan bahwa kesadaran beragama adalah aspek mental atau aktivitas agama; sedangkan pengalaman agama adalah unsur perasaan dan kesadaran beragama, yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan (amaliah).⁹

Kegiatan mahasiswa yang sering mengakses akun dakwah Islami di Instagram secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola pikir dan ideologi mereka dalam beragama. Pola pikir dan ideologi tersebut dapat termanifestasikan

⁹ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 16.

dalam kesadaran keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Apakah sikap keagamaan mereka lebih kepada Islam yang moderat yakni mengamalkan ajaran Islam secara substantional atau perilaku mereka lebih kepada Islam yang radikal yakni mengajarkan ajaran Islam secara skriptual dan cenderung memaksakan.

Berdasarkan hasil observasi penulis, salah satu kelompok mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram untuk memperoleh informasi dakwah Islam adalah mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Dari observasi tersebut terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki *smartphone* yang berbasis android dan mempunyai akun di Instagram. Mahasiswa merupakan salah satu pengguna aktif Instagram. Mereka memperoleh berbagai informasi dari Instagram salah satunya informasi seputaran dakwah Islam yang sering dipost akun-akun dakwah Instagram. Apabila mahasiswa tersebut sering mengakses dan membaca isi dari konten-konten dakwah tersebut maka akan menimbulkan ketertarikan dalam mempelajari agama Islam secara mendalam. Dengan adanya stimulus yang mahasiswa dapat melihat informasi dakwah dan keislaman di akun Instagram, serta minat yang terdapat pada diri mahasiswa. Maka hal tersebut sangat mempengaruhi perubahan sikap keagamaan mahasiswa tersebut.

Penggunaan Instagram @sahabat_islami terdapat dari berbagai kalangan, seperti mahasiswa dan masyarakat umum. Sebagian *follower* Instagram @sahabat_islami menganggap berita-berita yang disalurkan melalui akun tersebut menjadi suatu hal yang bermanfaat dan menjadi sebagai bahan renungan untuk mengintrospeksikan dirinya. Di samping itu, akun Instagram tersebut termasuk

salah satu akun yang digemari oleh kalangan mahasiswa karena kalimat-kalimat yang dishare terlihat bagus untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Setiap media sosial tentunya memiliki sisi positif dan negatifnya, tergantung orang dalam mensikapi tetang berita-berita yang dipost. Seperti yang telah disebutkan di atas merupakan contoh yang positif. Menurut data awal yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan Yenni Muslinda bahwa akun Instagram @sahabat_islami menjadi pelita bagi kehidupannya bahkan menjadi sebagai ilmu yang dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari bahkan dapat disampaikan kepada keluarganya masing-masing. Hal tersebut merupakan arah yang positif dalam menyikapi berita-berita yang ada pada akun Instagram @sahabat_islami.

Selanjutnya, pandangan negatif juga muncul di kalangan *follower*, menurut Arif Kurniawansyah menganggap akun Instagram termasuk salah satu media yang dapat menghasilkan uang, menyangkut dengan berita-berita Islami itu merupakan suatu modus untuk memancing *followernya* agar lebih banyak, sehingga menjadikan akunnya lebih maju dan terjual di berbagai iklan. Setiap akun media yang mulai berkembang pastinya banyak hujatan-hujatan negatif yang menyimpannya, dan hal itu merupakan salah-satu tantangan yang harus siap dihadapi oleh siapapun dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah untuk umat.

Setiap postingan pada akun Instagram @sahabat_islami selalu mengandung pesan-pesan dakwah. Namun bukan berarti akan dapat merubah perilaku manusia dengan begitu cepat. Ada beberapa persoalan yang penulis dapatkan dari data hipotesis tentang perilaku manusia yang hidup di zaman

modern ini khususnya *follower* Instagram @sahabat_islami, bahwa sangat sedikit ilmu yang didapatkan pada akun media dakwah untuk diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat terlihat tentang budaya memberi salam ketika berjumpa dengan sahabat-sahabatnya. Bahkan sudah diganti budaya salamnya dengan sapaan “*alay*” seperti sapaan menggunakan kata “*halo/hai broo*”. Persoalan tersebut merupakan pengaruh zaman terlalu modern sehingga lupa terhadap keharusan dalam agama Islam. Di samping itu, terlihat juga bahwa mahasiswa seakan-akan tidak merasa terpanggil saat mendengarkan suara azan, dan tidak langsung melaksanakan shalat berjamaah. Dalam hal tersebut, sementara ini penulis menganggap bahwa media sosial belum terlihat jelas tentang kesadaran keagamaan mahasiswa ke arah yang lebih baik.

Dari latar belakang di atas maka penulis ingin meneliti lebih jauh lagi tentang “Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @sahabat_islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka rumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam akun @sahabat_islami?
2. Bagaimana komentar netizen terhadap postingan pada akun @sahabat_islami?
3. Bagaimana pesan dakwah akun @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang terdapat dalam akun @sahabat_islami.
2. Untuk mengetahui komentar netizen terhadap postingan pada akun @sahabat_islami.
3. Untuk mengetahui pesan dakwah akun @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan dalam pengembangan teori mengenai berita-berita dakwah melalui akun Instagram @sahabat_islami. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis kiranya tulisan ini dapat bermanfaat untuk memberi masukan sekaligus khazanah ilmu pengetahuan dan literatur dalam dunia akademis tentang pesan-pesan dakwah melalui media akun Instagram.

2. Manfaat praktis

Secara praktis kiranya dapat menghasilkan suatu perbandingan indikator bagi masyarakat untuk melihat tentang pesan-pesan dakwah melalui media Instagram. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

- a. Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang media sosial dalam menyampaikan berita-berita dakwah melalui media Instagram.

- b. Diharapkan dapat berguna bagi peneliti yang sedang melakukan penelitian tentang berita-berita dakwah melalui media Instagram @sahabat_islami.
- c. Dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang penggunaan media Instagram sebagai media penyampaian berita-berita dakwah.

E. Istilah Penelitian

1. Pesan Dakwah

Pesan-pesan dakwah pada hakikatnya bertujuan untuk menyampaikan dakwah Islam juga merupakan terwujud tata masyarakat yang diridhai Allah SWT. Sebuah tata masyarakat yang berjalur iman, Islam, ikhlas berazaskan kepada dua ajaran pokok. Kitabullah dan Sunnah Rasul yang berisi tiga serangkai diperlukan bagi manusia meliputi: Aqidah, Akhlak, dan Syariah.¹⁰

Adapun yang dimaksud pesan-pesan dakwah pada penelitian ini merupakan suatu pesan yang membahas tentang keislaman, serta mengandung di dalamnya tentang aqidah, akhlak dan syariah, dan disampaikan melalui akun Instagram @sahabat_islami.

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya.¹¹ Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah

¹⁰ M.Ja'far Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2000), hal. 147.

¹¹ Rama Kertamuki, *Instagram dan Pembentukan Citra, Komunikasi Profetik*, VOL.VIII, No. 1, (April 2015), hal. 57.

aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.¹²

Adapun istilah Instagram yang dimaksud pada penelitian ini adalah akun Instagram @sahabat _Islami yang mengkaji dibidang pesan-pesan dakwah melalui postingannya.

3. Kesadaran Keagamaan

Kesadaran diri adalah kemampuan untuk mengenali perasaan dan mengapa seseorang merasakannya seperti itu dan pengaruh perilaku seseorang terhadap orang lain. Kemampuan tersebut diantaranya; kemampuan menyampaikan secara jelas pikiran dan perasaan seseorang, membela diri dan mempertahankan pendapat (sikap asertif), kemampuan untuk mengarahkan dan mengendalikan diri dan berdiri dengan kaki sendiri (kemandirian), kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan orang dan menyenangkan diri sendiri meskipun seseorang memiliki kelemahan (penghargaan diri), serta kemampuan mewujudkan potensi yang seseorang miliki dan merasa senang (puas) dengan potensi yang seseorang raih di tempat kerja maupun dalam kehidupan pribadi (aktualisasi).¹³

Adapun kesadaran keislaman merupakan suatu kemampuan manusia yang memahami serta mengamalkan tentang ajaran Islam. Begitu juga halnya yang

¹² Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012) hal. 10.

¹³ Steven J. Stein, and Book, Howard E, *Ledakan EQ : 15 Prinsip Dasar Kecerdasan Emosional Meraih Sukses*, terj. Trinanda Rainy Januarsari dan Yudhi Murtanto, (Bandung: Kaifa, 2003), hal. 39.

dimaksud tentang kesadaran yang ada dalam penelitian ini yaitu, tentang kesadaran keislaman mahasiswa yang menjadi *follower* pada akun Instagram @sahabat_islami, sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai amaliyahnya.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Terdahulu

Pesan-pesan dakwah melalui media merupakan suatu objek yang menarik untuk dibahas, sehingga tidak lazim jika banyak kajian keilmuan yang mengambil ranah dakwah melalui media sebagai salah satu latar belakang penelitian. Penelitian tentang Instagram sebagai media dakwah telah banyak diteliti sebelumnya, hanya saja konteks dan studi kasusnya yang berbeda. Beberapa diantaranya berjudul:

1. Efektivitas *Celebrity Endorsement* Sebagai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram (studi pada mahasiswa KPI fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry).

Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2018 disusun Oleh Ervina mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan deskriptif, dengan tehnik pengambilan sampel purposif (*purposive sample*) data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul disajikan dalam bentuk naratif dokumentasi, membuat rangkuman temuan penelitian secara sistematis sekaligus menarik kesimpulan. Hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa *celebrity endorsement* sudah memberi efek terhadap minat dan kecenderungan mahasiswa untuk membeli online di sosial media Instagram. Pembelian barang ternyata tidak saja dipengaruhi oleh selebriti. Namun, sangat didominasi karena kebutuhan,

walaupun penggunaan selebriti sudah dianggap baik dan efektif. Sementara faktor eksternal dan internal mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry angkatan 2014 terhadap keputusan pembelian di sosial media Instagram yaitu karena tampilan iklan produk Instagram, tokoh atau figur selebritis pada akun Instagram, pengaruh lingkungan atau ikut-ikutan, kualitas barang. Sementara faktor internal yaitu dipengaruhi oleh pribadi diri sendiri, faktor psikologis dan karena faktor kebutuhan dan daya tarik. Oleh karena itu, penggunaan sosial media Instagram itu tidak saja untuk melihat produk-produk dan merk, namun sebaiknya dapat dimanfaatkan juga sebagai media bagi diri sendiri untuk mengiklankan hal-hal yang positif lainnya.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti di media sosial Instagram dan perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih spesifik pada komunikasi *Celebrity Endorsement* mempromosi barang dagangan atau iklan, sedangkan peneliti sendiri lebih fokus pada pesan-pesan dakwah yang dipost pada akun Instagram @sahabat_islami.

2. Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding.

Penelitian tersebut dilakukan oleh Tatia Ridho Ramadhanti sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang tahun 2016. Penelitian ini dilakukan kepada individu yang memiliki hobi fotografi yang telah menggunakan Instagram selama lebih dari satu tahun, telah mengunggah lebih dari 300 foto dan memiliki lebih dari 3000 *follower*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam jejaring sosial Instagram pengguna dapat melakukan personal branding dengan menampilkan

dirinya yang sebaik mungkin agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Instagram merupakan media yang dapat digunakan sebagai media personal branding pengguna dengan mengkomunikasikan personal brandingnya melalui foto, caption dan tagar. Untuk mencapai tujuannya melakukan personal branding, pengguna bermain peran panggung depan dengan melakukan pengelolaan kesan demi mencapai tujuan akan personal branding, sementara pada panggung belakang, pengguna berusaha menjaga sebaik mungkin berbagai hal yang dapat merusak reputasi dirinya agar tidak terlihat oleh orang lain dan menyiapkan foto yang akan digunakan sebagai alat personal brandingnya.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti di media sosial Instagram . Dan perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih spesifik pada bidang fotografer, sedangkan peneliti sendiri lebih fokus pada pesan-pesan dakwah yang dipost pada akun Instagram @sahabat_islami.

B. New Media

Juju dan Sulianta dalam buku *Branding Promotion With Social Network* mengemukakan, media sosial mempunyai kekuatan yang khas yaitu “mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti *blog*, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, *website*, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial”. Media sosial memiliki kekuatan yang khas artinya “apa yang dikomunikasikan memberikan efek *power* tersendiri karena basis pembangunannya berupa teknologi dan juga berbagai media interaksi yang dikomunikasikan dengan teks, gambar, foto, audio, juga

video. Tujuan menggunakan media ini untuk terus terkoneksi, berkomunikasi, bahkan saling berbagi (*sharing*).¹

New Media adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima sedangkan sosia media adalah fase perubahan dimana seseorang menemukan, membaca dan membagi-bagikan berita, informasi, dan konten kepada orang lain.²

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, computer atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Menurut Everett M. Rogers merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

¹ Anne Ratnasari dan Yusuf Hamdan, *Penggunaan Blog Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol.18, No. 2, Desember (2015), hal. 91.

² Danaher, Peter J. and Robert Davis, *A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty*, Marketing Science, VOL. 22, No. 4, (2003), Hal. 462.

Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, PC maupun *Notebook*) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan.

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan

fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media, karena, media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (modern media/*new media*).

Teori media baru masih dalam tahap awal pengembangan dan ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk menyempurnakan dan memperluas beberapa argumen dasar yang ditetapkan. Namun, apa yang jelas sekarang adalah bahwa konsepsi, media telah dianalisis dan diuji melalui kebanyakan seluruh beragam sekolah, teori dan metodologi. Dengan mengatur beberapa hal dalam konteks '*modernis*' dan '*postmodern*', telah membantu untuk mengklarifikasi banyak perdebatan besar yang terjadi di dalam dan sekitar lapangan secara keseluruhan. "Teori digital" mungkin belum disiplin dengan benar, tetapi kehadirannya akan dirasakan dan cara yang kita sebut New Media ke masa depan.³

C. 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.⁴

³ Mulyadi Saputra, *Teori untuk New Media*. Artikel (Online). di akses melalui situs: <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.co.id/2013/05/teori-untuk-new-media.html>. Pada tanggal 10 mei 18 pukul 22.30

⁴ Rama Kertamuki, *Instagram dan Pembentukan Citra, Komunikasi Profetik*, VOL.8, No.1, April (2015), hal. 57.

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.⁵

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

2. Sejarah Instagram

Pada awalnya sebuah *startup* bernama *Burbn* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolusioner* Instagram. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan *Burbn inc* tersebut Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya.⁶

Burbn Inc. merupakan teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon 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 (Hiper text markup language 5)*, Kevin Systrom dan Mike Krieger kemudian hanya memfokuskan pada satu hal saja yaitu membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari *Burbn*, yang berfokus pada foto saja. Versi *Burbn* yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam Iphone, yang dimana

⁵ Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012), hal.10.

⁶ Fino Yurio Kristo, *Kevin Systrom, Pencipta Instagram yang Bikin Keder Facebook*: www.detik.com. Diakses pada 7 Oktober 2018.

isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun 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. Ternyata trend pengguna *Burbn* lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi *photo sharing*.⁷

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “*right here right now*” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan *viral marketing* yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan data *center* untuk menyimpan foto-foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending*

⁷ *Ibid.* Hal. 7.

topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di *platform IOS*. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari *Apple*, *App Store* telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam *featured app*, *top free app* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh *Apple* untuk perangkat *IOS* yang terdiri dari *iphone*, *ipad touch* dan *ipad*.

Instagram menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke *platform* buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada *platform* di android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan *photo sharing* dan *Burbn* sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah *booming* kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook.⁸

⁸ *Ibid.* Hal. 12.

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna *Smartphone* menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.⁹

Aplikasi Instagram sudah menjadi salah-satu media yang bergerak di bidang informasi. Media Instagram sudah berkembang pesat diseluruh Negara, dengan adanya Instagram dapat dijadikan sebagai alat komunikasi yang bergerak di bidang bisnis, interaksi antar manusia serta menjadi media untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat seperti informasi tentang dakwah.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah. Menu itu di antara lain adalah :¹⁰

⁹ *Ibid.* Hal. 13.

¹⁰ *Ibid.* Hal. 28.

a. *Home Page*

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

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send atau kirim.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan *explore*.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *News feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini

f. *Stories*

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur *Home*, namun dalam jendela *Stories* atau Cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, berbeda dengan foto dan video yang diposting di halaman *Home*. Setiap *stories* yang di buat oleh pengguna akan terlihat dalam kurun waktu satu menit akan berganti ke *stories* selanjutnya jika waktu tersebut telah habis dan dalam kurun waktu 24 jam maka *stories* akan terhapus dengan sendirinya. Fitur *stories* lebih terlihat seperti kilas kilas singkat untuk membagikan momen secara singkat dan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang diposting ke Instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain yaitu:¹¹

¹¹ *Ibid.* Hal. 36.

a. *caption*

Keterangan atau *caption* bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang akan diposting, *caption* juga dapat di ubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten.

b. *Hashtag*

Hashtag adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambilnya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga Instagram menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:¹²

a. *follow*

Follow berarti ikut, *Followers* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang

¹² Nur Rohmah, “*Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*”. (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016), hal. 16.

menggunakan Instagram. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati. Menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar atau dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Comments

Comments atau Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun Instagram dari pengguna tersebut.

D. MEDIA DAKWAH

1. Pengertian dan Macam-macam Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa latin *median*, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara.¹³

Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.¹⁴

¹³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1986), hal. 17.

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, *slide* dan sebagainya.

Menurut T.A.Lathief Rousydiy media adalah alat melalui mana pernyataan umum itu dapat disalurkan atau dilaksanakan. Sedangkan Instagram.Wirsanto berpendapat bahwa media komunikasi adalah sarana yang dipergunakan dalam proses pengiriman berita. Selain itu, Hasanuddin berpendapat bahwa media yaitu segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya secara efektif dan efisien.¹⁵

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.¹⁶

Dalam pengertian yang lebih khusus lagi, media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.

Jika kita sepakat mengatakan dakwah adalah bentuk khusus dari komunikasi maka perlu ditegaskan di sini bahwa media-media komunikasi juga merupakan media-media yang dapat dipergunakan untuk berdakwah. Dengan kata lain dapat juga disebut media dakwah. Meminjam istilah dari komunikasi, ada beberapa macam media komunikasi selanjutnya baca: media dakwah yang

¹⁴ Wilbur Schramm, *Big Media Little Media*, (California: Sage Publication, 1977).

¹⁵ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), hal. 101.

¹⁶ Wardi Bachtiar, *Metodelogi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1977), hal. 35.

diperkenalkan disini yaitu : media dakwah eksternal dan media dakwah internal.

1. Media Dakwah Eksternal

Media dakwah eksternal ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada jauh dari *da'i*.

Menurut sifatnya, media dakwah eksternal ada empat macam, yaitu:

- a. Media cetak, yaitu segala sesuatu yang dicetak seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, buletin, dan lain-lain.
- b. Media visual, yaitu media yang dapat dilihat seperti pameran, lukisan, foto, folder, slide, dan lain-lain.
- c. Media audio, yakni media yang dapat didengar seperti radio, tape, recorder, gramofon, telephon, dan lain-lain.
- d. Media audio-visual, yakni media yang dapat dilihat dan didengar sekaligus seperti televisi, video, vcd, film, dan lain-lain.¹⁷

Semua media dakwah tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pesan kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan dakwah.

2. Media Dakwah Internal

Media dakwah internal ialah media dakwah yang dipergunakan untuk menghubungi *mad'u* yang berada dekat dengan *da'i*. Jenis media yang dipergunakan dalam jarak terbatas ini seperti surat, telephone, pertemuan, wawancara, dan kunjungan.

Kemudahan media dakwah internal ini bila dibandingkan dengan media

¹⁷ M.Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 102.

dakwah eksternal adalah media dakwah internal dapat dipergunakan langsung ketika *da'i* ingin menyampaikan pesan kepada *mad'u*, asalkan saja *mad'u* berada ditempat. Sedangkan media dakwah eksternal perlu prosedur tertentu untuk dapat mempergunakannya, karena media-media tersebut terikat dengan pengelolaan oleh pihak lain, misalnya pesan yang disampaikan melalui surat kabar, buku, majalah, dan lain-lain sangat terikat dengan kesempatan yang diberikan oleh pengelolanya, baik terikat dengan waktu, isi maupun tujuan penyampain. Semua itu perlu benar-benar mendapat persetujuan dari pihak bersangkutan.

Diantara berbagai pihak dakwah tersebut, ada beberapa media yang sering atau umum dipergunakan, yaitu surat kabar, radio, film, televisi, dan pameran. Dewasa ini, surat kabar telah masuk sampai ke pelosok dan daerah-daerah pinggiran. Ini menandakan tumbuhnya niat membaca masyarakat dan semakin banyak orang-orang yang mampu membaca. Apalagi didukung oleh kondisi negara yang sangat tidak stabil, menarik perhatian masyarakat untuk selalu mengikuti perkembangan berita. Begitu pula radio dan TV benar-benar menjadi media komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat. Keutamaan dari radio dan TV diantaranya dapat didengar langsung oleh *mad'u* tanpa harus dengan sengaja duduk secara serius di depan TV maupun radio. *Mad'u* mendengar secara santai sambil tiduran atau mengerjakan aktivitas lain.¹⁸

Melihat kenyataan tersebut, perlu peran serius dari para *da'i* untuk mempergunakan fasilitas-fasilitas tersebut sebagai media dakwah. *Da'i* dapat memilih media-media yang sering digunakan tersebut, lalu mengisinya dengan

¹⁸ *Ibid.* Hal. 103.

materi-materi dakwah. Di sinilah *da'i* harus lebih siap meningkatkan kualitas sumber daya manusianya untuk mengisi media-media modern yang tersedia sekarang ini.

Dengan banyaknya media yang ada maka *da'i* harus dapat memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

- a) Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
- b) Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- c) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dan dakwahnya.
- d) Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
- e) Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan *da'i*.
- f) Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- g) Efektivitas dan efesiensi harus diperhatikan.¹⁹

2. Pengaruh Media Dakwah

Pengaruh atau efek adalah hasil yang dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran-sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh atau efek ialah kesan yang timbul pada audien setelah ia melihat, mendengar, merasa dan

¹⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah, 2009), hal. 114.

sebagainya, baik kesan itu positif maupun negatif. Dalam konteks ini, yang ingin dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang. Se jauh mana media dapat mempengaruhi seseorang.

Berbicara masalah pengaruh dakwah dalam kehidupan modern merupakan suatu hal yang sangat sulit. Karena dalam mengukur pengaruh harus ada standard yang ingin dicapai. Pengaruh dakwah merupakan daya yang ada atau timbul dari seseorang dan muncul dalam kenyataan, tentang sahutan seseorang dalam menyerap dan mengamalkan suatu ajaran Islam yang telah didakwahkan kepadanya.²⁰

Pada hakikatnya tujuan dakwah Islam adalah terwujud tata masyarakat yang diridhai Allah SWT. Sebuah tata masyarakat yang berjalur iman, Islam, ikhlas berazaskan kepada dua ajaran pokok. Kitabullah dan Sunnah Rasul yang berisi tiga serangkai diperlukan bagi manusia meliputi:²¹

- a) Aqidah, pegangan hidup
- b) Syari'ah, jalan hidup
- c) Akhlak, tata cara hidup

Pada kenyataannya, tidak mudah mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang. Oleh karena itu, perlu penelitian yang serius terhadap seseorang setelah orang tersebut membaca, melihat atau mendengar media dakwah. Menurut T.A.Lathief Rousydiy efek atau hasil yang dicapai oleh pernyataan manusia antar manusia yang telah dilancarkan melalui berbagai media

²⁰ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 145.

²¹ M.Ja'far Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2000), hal.147

(terucapkan, tertulis atau tercetak, terlukis dan lain-lain) perlu diteliti dengan metode tertentu yang bersifat analisa sosial psikologi.²²

Jadi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang perlu diadakan penelitian dan analisa lebih dalam terhadap orang tersebut baik secara sosiologis maupun secara psikologis.

Ada beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh T.A.Lathief Rousydiy sebagai berikut.²³

- 1) Telah merasa seperti yang dirasakan oleh pembicara
- 2) Telah berfikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
- 3) Telah dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara
- 4) Telah sepaham atau sependapat dan mendukung isi pesan yang disampaikan
- 5) Telah yakin akan kebenaran ide yang dikemukakan oleh pembicara
- 6) Telah bertindak mengamalkan atau melaksanakan isi pesan yang dimaksud
- 7) Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan oleh pembicara.

Secara psikologis pengaruh-pengaruh dari berbagai media dakwah dapat membentuk sikap jiwa tertentu. Suatu ketika, apabila isi pesan itu telah dijiwai

²² M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 104.

²³ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 104.

oleh seseorang, maka ia telah merasa, berfikir dan berkeinginan sesuai dengan ajakan orang yang menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh media dakwah ini berbeda-beda pada tiap individu. Ada yang terpengaruh dan ada yang lambat. Ini tergantung pada kapasitas mental dan intelektual orang yang bersangkutan.²⁴

Karena besarnya pengaruh media dakwah terhadap jiwa seseorang, maka umat Islam, khususnya para *da'i* harus lebih jeli memilih media dakwah dan mengisinya dengan pesan-pesan yang lebih Islami, baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya, ditengah-tengah bersaingnya pemasangan iklan di televisi, kita dapat memilih beberapa produk tertentu. Lalu membuat iklan yang lebih Islami, baik dari segi pakaian maupun dari segi cara penyampaian seperti yang sering ditayangkan adalah iklan *salam mie, karomah, promag*, dan lain-lain. begitu pula iklan melalui radio dan surat kabar. Selain iklan, dapat juga diajak penonton televisi, pendengar radio, atau pembaca surat kabar untuk menambah wawasan keislaman. Sebagaimana yang sudah sering diadakan selama ini di beberapa saluran televisi, yakni *kuliah subuh, mutiara subuh, hikmah fajar, mutiara ramadhan, mimbar agama Islam, Islam itu indah, pengajian Al-Qur'an, tayangan shalat tarawih di Masjid al-Haram*, dan lain-lain. Hal-hal seperti ini perlu ditingkatkan lagi, sehingga media-media modern tersebut benar-benar dapat dimanfaatkan sehingga dakwah dapat dijangkau oleh semua manusia dimana saja berada.²⁵

²⁴ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 104.

²⁵ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), hal. 105.

3. Penyesuaian Media dan Materi Dakwah

Semakin berkembang media komunikasi dewasa ini, umat Islam semakin mudah dalam berdakwah kapan dan dimana saja, asalkan mereka mampu memanfaatkan media-media yang ada.

Berkaitan dengan hal ini, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh kita, yaitu.²⁶

Pertama, umat Islam khususnya mereka yang telah mengambil profesi sebagai *da'i* harus mampu menguasai dan menggunakan media-media komunikasi yang ada selama ini. Tidak dapat menggunakan media komunikasi berarti akan gagal dalam berdakwah.

Kedua, para *da'i* harus mampu menyesuaikan jenis media yang dipergunakan dengan materi dakwah yang ingin disampaikan. T.A.Lathief Rousydiy menjelaskan bahwa untuk menyampaikan konsep-konsep yang sulit dan memerlukan penjelasan yang lebih mendetail, maka media yang lebih sesuai adalah media cetak. Sedangkan untuk menyampaikan konsep-konsep yang sederhana dan mudah dimengerti, dapat digunakan radio.

Untuk materi dakwah yang harus disampaikan secara mendetail, media cetak yang dapat digunakan seperti buku atau surat kabar secara berseri, sehingga pembaca dapat mengulangi membaca kapan saja ada keinginannya untuk mengkaji. Sedangkan untuk materi dakwah yang mudah dipahami, dapat disampaikan melalui radio atau televisi. Atau dapat disajikan dengan cara membuka kesempatan berdialog atau tanya jawab langsung dalam waktu terbatas

²⁶M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 105-106.

dengan pendengar atau penonton.

Ketiga, para *da'i* harus mampu memilih jenis media yang digunakan, lalu menyesuaikannya dengan materi dakwah dilihat dari segi waktunya. Misalnya ada media-media yang memiliki sifat tahan lama seperti buku, dan gambar. Selain itu, ada media-media yang kurang memiliki sifat tahan lama seperti radio dan televisi. Biasanya waktu dan cara penyampaian materi dakwah melalui radio dan televisi sekilas saja, lalu diamati dengan berita-berita lain yang tidak saling berkaitan. Oleh karena itu, *da'i* harus bisa menyesuaikan bahwa hal-hal yang bertujuan untuk melapor, memberitahukan atau membujuk dapat disampaikan melalui radio, televisi dan surat kabar.

Itulah di antara hal-hal yang harus diperhatikan oleh setiap orang yang ingin berdakwah. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa seorang *da'i* tidak hanya dituntut untuk dapat menguasai media-media komunikasi, tetapi juga harus mampu menyesuaikan media-media tersebut baik dari segi kedalaman isi materi maupun dari segi jangka waktu penyampaiannya.²⁷

4. Macam-Macam Isi Pesan Media Dakwah

Pada saat sekarang, materi-materi yang disajikan cenderung dikaitkan dengan kehidupan kemasyarakatan. Karena ajaran Islam maka setiap *da'i* harus selalu berusaha dan terus menerus mempelajari dan menggali ajaran Islam serta mencermati tentang situasi dan kondisi sosial masyarakat sehingga materi dakwah dapat diterima oleh objek dakwah dengan baik. Namun pada dasarnya materi dakwah itu tergantung dengan dakwah yang hendak dicapai.

²⁷ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), hal. 107.

Secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah itu tergantung dengan target dakwah yang hendak dicapai. Secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi.²⁸

a. Masalah Aqidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah aqidah Islamiyah. Karena aqidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dakwah Islam adalah aqidah atau keimanan. Dengan iman yang kokoh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai langkah dakwah.

Materi tentang aqidah Islam terkait pula dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para rasul, dan kabar baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok dalam aqidah mencakup enam elemen ini. Inti dari materi aqidah ini adalah keyakinan tentang keesaan Allah SWT dan hati sedangkan selebihnya merupakan elemen-elemen yang mengukuhkan kedua inti aqidah tersebut.

b. Masalah Syariah

Syariat Allah yang ditujukan untuk umat manusia itu pada dasarnya satu risalah yang ditujukan untuk para Nabi bersifat kekal dan abadi. Allah telah memberi syariat kepada manusia berupa agama itu yang esensinya satu, yaitu “Islam” dan tidak akan berubah dengan bergantinya Nabi serta tak akan berubah dengan berubahnya masa. Mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang untuk menjadi hukum yang ditaati.

²⁸ Muhammad Alwi Al-Maliki, *Syariat Islam Pengamalan Teks dan Realitas*, (Yogyakarta: Elqis Press, 2003), hal.123

Masalah dakwah yang bersifat Syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tak terpisahkan dari kehidupan umat Islam dan materi dakwah dalam bidang Syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian secara cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan sehingga umat tidak terperosok ke keburukan. Syariat Islam itu sangatlah luas dan fleksibel, Syariah ini ke dalam permasalahan umat jaman sekarang yang bisa menjawab atau memberikan solusi terhadapnya. Yang terpenting adalah syariat ini tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas dalam bidang hukum yang bisa wajib, dibolehkan (*mubbah*), dianjurkan (*mandup*), dianjurkan supaya tidak dilakukan (*makruh*), dan dilarang (*haram*).

c. Masalah Muamalah

Islam ternyata agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar dari pada urusan ibadah, dan Islam adalah agama yang menjadikan seluruh buki ini masjid, tempat mengabdikan kepada Allah SWT. Ibadah dalam muamalah disini diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT, dan muamalah jauh lebih luas daripada ibadah. Hal demikian dengan alasan:²⁹

- 1) Dalam Al-Qur'an atau kitab-kitab Hadits, proporsi terbesar sumber hukum itu berkenaan dengan urusan muamalah.

²⁹Jalaludin Rahmat, *Islam Alternatif: Ceramah-Ceramah Di Kampus*, (Bandung: Mizan, 1998), hal. 46.

- 2) Adanya sebuah realita bahwa urusan ibadah bersamaan waktu dengan urusan muamalah yang penting maka ibadah boleh diperpendek atau ditangguhkan.
- 3) Ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan diberi ganjaran lebih besar daripada ibadah yang sifatnya perorangan
- 4) Bila urusan ibadah dilakukan dengan tidak sempurna atau batal, karena melanggar pantangan tertentu maka kifaratnya (tebusannya) adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan muamalah
- 5) Melakukan amal baik dalam kemasyarakatan mendapatkan ganjaran lebih besar dari ibadah sunnah.

d. Masalah Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Wilayah akhlak Islam memiliki cakupan yang luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap manusia. Nabi Muhammad SAW bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerasulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruknya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur mencakup akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam semesta.

Ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam Islam bukanlah suatu norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan dan bukan pula norma sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Bertolak dari prinsip perbuatan manusia ini maka materi akhlak membahas norma luhur yang

harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta etika atau tata cara yang harus dipraktikkan dalam perbuatan manusia, serta etika atau tata cara yang harus dipraktikkan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis sasarannya.³⁰

Untuk itu, salah satu materi dakwah Islam dalam rangka memanifestasikan penyempurnaan martabat manusia serta membuat harmonis tatanan hidup masyarakat Di samping aturan legal formal yang terkandung dalam syariat, salah satu ajaran etis Islam adalah akhlak. Karena ajaran Islam yang disampaikan oleh Nabi secara total mengandung nilai akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam sekitar. Semakin orang dekat dengan Tuhan maka semakin bagus juga akhlaknya.

E. Instagram Sebagai Media 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 mengorbankan komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.³¹

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 batas ruang dan waktu.³² Cakupan geografis dakwah melalui internet tidak terbatas. Semua pengguna internet dapat

³⁰ Efendy Muhtar, *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2002), hal. 326.

³¹ *Ibid.* Hal.165.

³² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 110.

tersentuh oleh dakwah jenis ini.³³ Oleh karena itu, tidak mengherankan, jika dalam perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya.³⁴

Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting:³⁵

1. 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.
2. Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan ke seluruh dunia.
3. Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan aqidah.

Begitu besar nya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah pun dapat dilakukan di media sosial yang terlahir dalam perkembangan 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. Seperti media sosial lainnya, Instagram juga memiliki

³³ Fathul Wahid, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2004) hal.27.

³⁴ *Ibid.* Hal. 84.

³⁵ *Ibid.* Hal. 110.

beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya:³⁶

1. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, iniberarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
3. Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
4. Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
5. Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis Islami, silaturahmi dan lain-lain.

Selain yang telah dipaparkan di atas, Instagram sebagai media dakwah memiliki cara dan bentuk dakwah yang sesuai dengan jenis media sosial tersebut. Pada dasarnya Instagram adalah aplikasi media sosial dengan jenis *photo* dan *video sharing*, sehingga dakwah yang ada dalam Instagram pun variatif dan beraneka ragam.

³⁶ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hal. 172.

F. Teori S-O-R

Ringkasan teori S-O-R dalam buku Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi bahwa teori S-O-R Hovland ini adalah sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* semula berasal dari psikologi. Kemudian menjadi teori komunikasi, karena obyek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama. Manusia yang jiwanya meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, efeksi, dan konasi.

Menurut *stimulus response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap *stimulus* khusus. Sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur dalam model ini adalah: (1) Pesan (*stimulus*, S); (2) Komunikan (*Organism*, O); (3) Efek (*Response*, R).

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek "*how*" bukan "*what*" dan "*why*". Jelasnya *how to communicate*, dala hal ini *ho to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Pada perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Teori S-O-R menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak, komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan

untuk mengubah sikap.³⁷

Dalam penelitian tentang pesan-pesan dakwah melalui media Instagram sangat berhubungan erat dengan teori S-O-R. Media Instagram merupakan suatu media yang dapat dilakukan untuk berbagai aktivitas salahsatunya akun Instagram @sahabat_islami yang bergerak di bidang dakwah. Adapun kaitannya dengan teori S-O-R pada pembahasan ini dapat jelaskan seperti, (1) Pesan (*stimulus*, S) yang berperan dalam penelitian ini yaitu, pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @sahabat_islami; (2) Komunikan (*Organism*, O) yang dimaksud komunikan pada pembahasan ini merupakan para *follower* yang menjadi pengamat terhadap semua postingan yang ada pada Instagram @sahabat_islami; (3) Efek (*Response*, R) yaitu: dengan adanya postingan tentang pesan-pesan dakwah melalui akun Instagram tersebut dapat memberi dampak positif terhadap para *follower* seperti berakhlak yang baik, memahami tentang keimanan, serta memahami tentang syariah.

³⁷ Efendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung: PT Remana Rosdakarya, 2003), hal. 254-256.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis.¹ Adapun beberapa metode dalam penelitian yang akan dilakukan adalah:

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penelitian deskriptif ini adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, atau sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²

Penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif-kualitatif ini adalah ingin menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah untuk memahami dan menyimpulkan.

Penelitian ini berusaha menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.³ Jadi penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang setelah data terkumpul penulis memaparkan, menggambarkan dan menganalisis

¹ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Cet ke 2, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 41.

² Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2005), Hal. 54.

³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2005), hal. 63.

data yang telah terkumpul sesuai dengan apa adanya. Dalam penelitian jenis ini akan dilihat gambaran yang terjadi tentang suatu fenomenal sosial.

Penelitian Kualitatif sering bertujuan menghasilkan hipotesis dari penelitian lapangan. Tujuannya adalah agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, misalnya sebelum mereka menyusun kuesioner, mengambil sampel, dan mengkuantifikasikan data yang diperoleh.⁴

B. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini memiliki batasan dalam mendapatkan data-data yang diperlukan terhadap karya ilmiah ini. Adapun batasannya sebagai berikut:

1. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Dalam penulisan skripsi ini, yang menjadi objek penelitian ini yaitu: Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Instagram @sahabat_islami.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dijadikan sasaran penelitian. Apabila subjek penelitiannya terbatas dan masih dalam jangkauan sumber daya, maka dapat dilakukan studi populasi yaitu seluruh subjek secara langsung.⁵

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara purposive sampling, yaitu dari keseluruhan populasi diambil beberapa orang yang

⁴Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet ke 4 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 146.

⁵Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hal. 34.

dijadikan responden dan informan yang dianggap dapat menjawab permasalahan yang sedang diteliti dan dapat mewakili seluruh populasi.⁶

Dari beberapa definisi di atas maka dapat dipahami bahwa yang menjadi subjek serta yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu: Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam khususnya *follower* akun Instagram @sahabat_islami serta yang diteliti adalah postingan mulai tahun 2017 sampai tahun 2018.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam khususnya untuk mahasiswa yang menjadi *follower* pada akun Instagram @sahabati_Islami.

D. Sumber Data

Berkaitan dengan hal itu, Sumber data penelitian ini sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang akan diteliti. Data primer penulis peroleh dari narasumber atau informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah sampel dengan pertimbangan tertentu yang dapat dijadikan sumber bagi peneliti. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh peneliti

⁶ Haries Hardiansyah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2001), Hal. 106.

adalah data dari akun Instagram @sahabat_islami yakni para *follower* yang berasal dari mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

b. Data Sekunder

Sumber-sumber lain untuk melengkapi data penelitian dapat berwujud buku-buku referensi, laporan/jurnal yang relevan yang sesuai dengan objek kajian yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber dan data-data pendukung lainnya yang diperoleh secara tidak langsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan beberapa langkah, yaitu observasi, wawancara.

1. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dari pemahaman ini dapat disimpulkan bahwa metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan panca indra.⁷

Observasi bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi

⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), Hal.142.

merupakan kegiatan mengamati secara langsung (tanpa mediator) suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.⁸

Adapun proses pengumpulan data melalui observasi dapat dibagi menjadi dua model, yaitu:

- a. Observasi Berperan Serta (*Partisipant Observation*), Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi berperan serta kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian.
- b. Observasi (*Non-Partisipan*) Observasi nonpartisipan yaitu peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen.⁹

Dari beberapa istilah di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini menggunakan observasi (*non-partisipan*) yaitu: penulis observasi pada saat melakukan wawancara dengan *follower* serta mengobservasi akun Instagram @sahabat_islami, *follower* @sahabat_islami.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, orang anisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewe*).¹⁰

⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2014), hal.110.

⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.145.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metode penelitian kualitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers), 2011, hal. 155.

Wawancara bukan sekedar alat dan kajian. Wawancara merupakan seni kemampuan sosial, peran yang kita mainkan memberi kenikmatan dan kepuasan. Hubungan yang berlangsung dan terus menerus memberikan keasyikan, sehingga kita berusaha terus untuk menguasainya. Karena peran memberikan kesenangan dan keasyikan, maka yang dominan dan terkuasai akan membangkitkan semangat untuk berlangsungnya wawancara.¹¹

Dari beberapa istilah di atas maka penulis melakukan wawancara dengan cara berhadapan langsung dengan responden untuk menggali informasi berkaitan dengan pesan-pesan dakwah yang ada pada akun Instagram @sahabat_islami. Adapun pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013, 2014, 2015 dan angkatan 2016 yang menjadi sebagai *follower* pada akun Instagram @sahabat_islami.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data kualitatif dikumpulkan melalui penelitian ini, maka data-data tersebut dianalisis berdasarkan konsep dan teori-teori maupun petunjuk pelaksanaan, yang berarti bahwa data-data dianalisis untuk mengevaluasi kondisi realistik kegiatan pelaksanaan lapangan. Secara keseluruhan, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas oleh peneliti sehingga datanya sudah jenuh, sesuai dengan prosedur atau langkah-langkah yaitu :¹² "reduksi data, display data dan verifikasi data". Hal ini sesuai dengan model analisis data selama berada di lapangan versi Miles dan

¹¹Jame A. Black dan Dean J. Champion, *Metode & Masalah Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), hal. 305.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012). hal. 246.

Huberman. Penjelasan masing-masing teknik analisis data tersebut dapat penulis uraikan sebagai berikut.¹³

1. Reduksi Data

Pada tahap ini langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membuat abstraksi. abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Di sini peneliti menelaah seluruh data yang terkumpul, sehingga peneliti menemukan hal-hal pokok dalam objek penelitian, selanjutnya mengumpulkan data yang telah ada baik hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

Pada tahap reduksi data, kegiatan yang dilakukan adalah menelaah seluruh data yang telah dihimpun dari lapangan sehingga dapat ditemukan hal-hal yang pokok dari obyek penelitian. Kegiatan lain yang dilakukan adalah juga mengemukan data atau informasi dari hasil observasi, hasil wawancara dan hasil pengumpulan dokumentasi dan mencari inti atau pokok-pokok yang penting dari setiap temuan di lapangan. Setelah data penelitian terkumpul, agar tidak terjadi penumpukan dan memudahkan dalam mengelompokkan serta menyimpulkan perlu dilakukan reduksi data. Dalam hal ini menerangkan bahwa: "reduksi data sebagai suatu proses pemilihan, fokus pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah/kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan".¹⁴

¹³ Miles, Matthew B and Huberman, A.Michael, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2006). hal. 122.

¹⁴ Miles, Matthew B and Huberman, A.Michael, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2006). hal. 124.

Dapat dipahami bahwa reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, mengungkapkan hal-hal penting. Menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar lebih sistematis sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan yang bermakna. Adapun data yang telah direduksi akan dapat memberikan gambaran tentang Instagram dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

2. Display Data

Setelah data di reduksi maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Tahap ini dilakukan dengan cara merangkum data-data yang telah dituangkan dalam suatu susunan yang sistematis untuk mengetahui kedisipinan guru. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah merangkum data temuan penelitian dalam suatu susunan yang sistematis, untuk mengetahui fokus penelitian sesuai dengan kajian teoritis, dan tantangan apa saja yang dihadapi saat meningkatkan kepuasan kerja guru, sehingga melalui display data memudahkan bagi peneliti menginterpretasikan data yang terkumpul. Display data dilakukan setelah proses reduksi. "Penyajian data display dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan "yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif".¹⁵ Dengan mendisplay data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

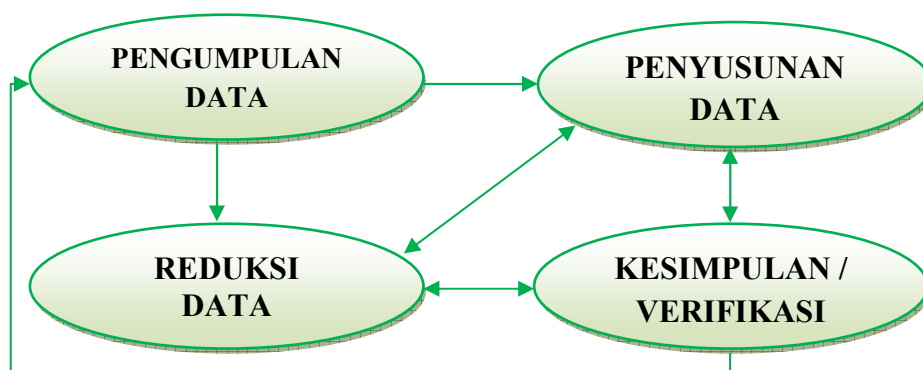
¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012). hal. 341.

Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* dan *chart*.

Dari pernyataan di atas, jelas bahwa seorang peneliti harus benar-benar memahami data apa saja yang sudah didisplaykan. Minimal peneliti mampu mereduksi data ke dalam huruf besar, huruf kecil, dan angka, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data.

3. Verifikasi Data

Pada tahap ini dilakukan pengkajian kesimpulan yang telah diambil dengan data perbandingan dari teori yang betul-betul cocok dan cermat. Dengan demikian hasil pengujian yang seperti ini dapat dianalisis dengan mengambil suatu kesimpulan yang dapat dipercaya. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini antara lain: (a) menguji kesimpulan yang telah diambil dengan membandingkan dengan teori-teori yang relevan, (b) dan melakukan proses *member check* mulai dari penelitian awal, observasi lapangan, wawancara, studi dokumentasi dari data dan informasi yang telah dikumpulkan dan pada akhirnya membuat kesimpulan untuk kemudian dilaporkan sebagai hasil penelitian.



Gambar 3.1. : Analisis interaktif Miles dan Huberman.¹⁶

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012). hal. 341.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah salah satu program yang berada di bawah Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry. Prodi ini didirikan seiring dengan berdirinya Fakultas Dakwah dan Publisistik IAIN Ar-Raniry yang pada awalnya merupakan sebuah jurusan di bawah naungan Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry. Berdasarkan keputusan menteri Agama pada tanggal 19 Juli Nomor 153 Tahun 1968, Fakultas Dakwah dan Publistik resmi berdiri sendiri di lingkungan lingkup IAIN Ar-Raniry dan sekaligus didirikan dua jurusan yaitu jurusan Dakwah Wal Irsyad serta jurusan Publisistik dan Jurnalistik. Fakultas Dakwah dan Publisistik di resmikan oleh Menteri Agama K.H.Mohd. Dahlan dalam rangka Lustrum ke-1 IAIN Ar-Raniry pada tanggal 7 Oktober 1968 M bertepatan dengan 15 Rajab 1388 H. Seiring dengan perkembangan waktu, Fakultas ini berubah menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Sementara Prodi Publisistik dan Jurnalistik berubah menjadi prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.¹

2. Visi, Misi dan Tujuan

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) memiliki visi, misi dan tujuan sebagai berikut:²

¹ Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2017

² Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2017

Visi:

Menjadi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam sebagai pusat keunggulan dalam bidang keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Misi:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 2) Melakukan penelitian dibidang ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada Masyarakat dalam rangka mengamalkan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.
- 4) Melaksanakan kerja sama dengan berbagai pihak yang terkait dengan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Tujuan:

- 1) Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang komunikasi melalui bahasa lisan maupun melalui pemakaian alat-alat komunikasi.
- 2) Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang penyiaran Islam, baik secara tatap muka maupun melalui media.
- 3) Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang jurnalistik yang berwawasan dibidang keislaman.

3. Komunitas Instagram @sahabat_islami

Komunitas Sahabat Islami adalah Komunitas yang bergerak dibidang dakwah offline maupun online untuk mengajak masyarakat luas saling berbagi manfaat dan kebaikan. Komunitas ini resmi berdiri pada tanggal 4 April 2014

dengan diketuai oleh Kak Herwanto, S.Psi dan beberapa teman pengurus lainnya. Untuk saat ini Sahabat Islami lebih banyak memanfaatkan media sosial dalam melakukan komunikasi, berbagi informasi dan sebagainya dengan harapan bisa menjadikan media sosial sebagai ladang dakwah untuk kita semua.

4. Visi dan Misi Komunitas Instagram @sahabat_islami

Visi:

“Mewujudkan Generasi yang Bermanfaat, Bersahabat dan Bermartabat”

Misi:

1. Menerapkan rasa kepedulian melalui kegiatan sosial
2. Menjalin ukhuwah Islamiyah antar anggota dan masyarakat
3. Mengadakan kegiatan pembelajaran melalui pendidikan dan pelatihan

Motto:

“Saling Menasehati Dalam Kebaikan dan Kebenaran serta Kesabaran”

Selain di media sosial, Sahabat Islami pun memiliki berbagai kegiatan secara langsung dalam bidang Pendidikan dan Sosial. Beberapa kegiatan yang sudah pernah Kami lakukan antara lain:³

1. Perayaan Hari Besar Islam bersama TAPIA Safaraz Insani
2. Berbagi Peci dan Mukena disekitaran wilayah Cilincing Jakarta Utara
3. Seminar Keislaman
4. Penggalangan dana untuk korban bencana
5. Berbagi Qurban disekitar kampung nelayan, Cilincing, Jakarta Utara

³ Hasil Wawancara dengan Rakhmawati, melalui media sosial WhatssApp. Pada tanggal 20 Agustus 2018

B. Pesan-Pesan Dakwah pada Akun @sahabat_islami

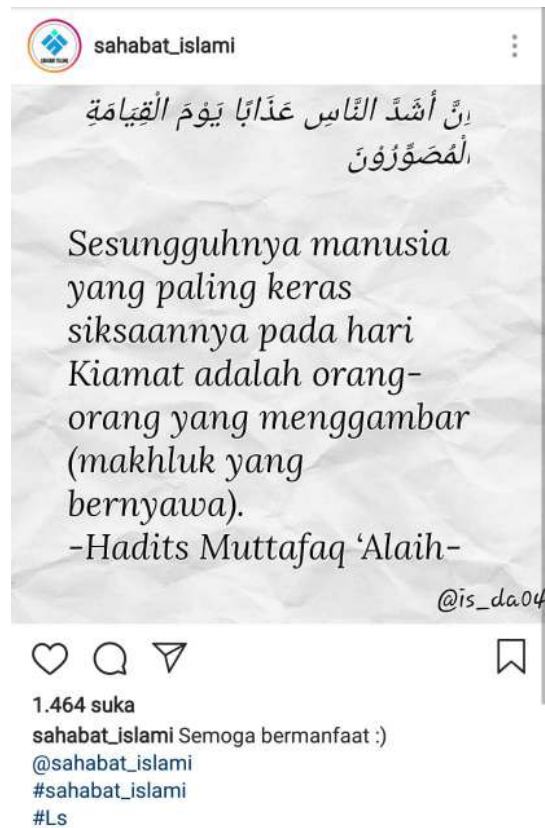
Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Pesan yang bernilai dakwah, yaitu pesan yang mengajak kepada pendengarnya untuk selalu mendekatkan diri pada sang pencipta.

Adapun pesan-pesan dakwah yang terdapat pada akun Instagram @sahabat_islami yaitu sebagai berikut:

1. Aqidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah aqidah islamiyah. Karena aqidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dakwah Islam adalah aqidah atau keimanan. Dengan iman yang kokoh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai langkah dakwah.

Pesan-pesan dakwah tentang aqidah merupakan hal yang paling mendasar dalam menganut agama Islam, sehingga perlu diperhatikan dalam menyampaikan dakwah khususnya melalui media Instagram. Pada penelitian ini mengkhususkan pada akun Instagram @sahabat_islami yang juga menyajikan pesan-pesan aqidah di dalamnya. Salah-satu pesan aqidah yang diposting pada akun tersebut yaitu tentang mengimani tentang siksaan hari kiamat. Pada persoalan hari kiamat merupakan salah-satu rukun iman yang wajib diimani oleh manusia. Adapun postingannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Pada gambar di atas menunjukkan suatu Hadits yang membahas tentang siksaan hari kiamat terhadap orang yang menggambar (makhluk yang bernyawa). Hadits tersebut merupakan Hadits Muttafaq 'Alaih.⁴

⁴ Hasil observasi di akun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018



Pada gambar di atas terdapat pesan aqidah tentang “*tauhid is my choice*” serta terlihat pesan tentang “Orang yang mati dalam keadaan bertauhid maka ia akan selamat di akhirat walau membawa dosa yang banyak. Adapun orang yang mati dalam keadaan musyrik, maka tidak akan selamat dan merugi selamanya”. Pesan tersebut juga disertakan sumber dari Al-Qur’an, terdapat pada surah Al-Kahfi ayat 110. Dari pesan tersebut mengandung pesan aqidah bahwa tauhid merupakan pondasi dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat.⁵

Selanjutnya juga dikemukakan tentang memperbaiki iman oleh salah satu *followernya* melalui wawancara sebagai berikut:

“Ayo bersinergi memperbaiki iman dengan melakukan shalat shubuh secara berjamaah jangan sampai menjadi seperti imannya orang

⁵ Hasil observasi diakun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018

munafik karena perbedaan mukmin dan munafik adalah di shalat shubuh”.⁶

Dari ungkapan di atas terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami melampirkan pesan-pesan aqidah tentang memperbaiki iman seseorang, serta menganjurkan seluruh umat Islam agar mengutamakan shalat subuh secara berjamaah.

Salanjutnya, akun Instagram @sahabat_islami terlihat bagus dalam menyampaikan pesan aqidah yang terkandung di dalamnya, hal ini berdasarkan hasil wawancara, “Saya rasa pesan aqidah yang ingin disampaikan cukup bagus, apalagi ikut disertakan penggalan ayat Al-Qur’an maupun Hadits guna menguatkan setiap tulisan yang dipost oleh admin”.⁷ Ungkapan ini juga senada dengan hasil wawancara lainnya, “Untuk aqidah tidak ada yang menyeleweng tetap berdasarkan keislaman”.⁸

Penyampaian pesan aqidah yang disampaikan pada akun Instagram tersebut terlihat menggunakan sumber-sumber dari Al-Qur’an dan Hadits. Sehingga dengan adanya sumber yang kuat maka dapat dipercaya dan diamalkan oleh orang banyak. Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah sudah tentu digunakan bahasa atau kata-kata yang santun serta mudah dipahami oleh banyak kalangan. Hal ini terlihat dari hasil wawancara, “Pesan aqidah sudah tentu disampaikan secara Islam dengan menggunakan kata-kata yang baik dan benar serta tidak menggunakan kata-kata yang tidak layak”.⁹ "Pesan aqidah juga

⁶ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁷ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁸ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁹ Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

tersampaikan dengan baik, sehingga mudah di terima oleh kalangan muda-mudi".¹⁰

Akun Instagram @sahabat_islami merupakan salah satu media yang peduli terhadap syiar agama Islam sehingga menjadi media ilmu tentang Islam. Selanjutnya akun tersebut terlihat sangat bermanfaat dari semua kalangan, khususnya bagi orang-orang yang ingin mempelajari tentang aqidah.



Pada gambar di atas terlihat bahwa tauhid sebagai kunci kejayaan, dan disertakan dengan sumber dari Al-Qur'an yaitu Surah Al-Imran ayat 151. Pada ayat tersebut menjelaskan tentang mempersekutukan Allah.¹¹

Selanjutnya para *follower* juga ikut memberi pendapatnya tentang pesan aqidah pada akun Instagram tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

¹¹ Hasil observasi diakun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018

"Sangat bermanfaat dan mudah untuk diamalkan".¹² "Akun Instagram ini sudah lumayan memberi wejangan untuk memahami hidup dan tentang aqidah atau cara meningkatkan keimanan kita".¹³ Ungkapan tersebut sesuai dengan hasil wawancara lainnya: "Dari segi aqidah, pada akun @sahabat_islami ini kita diajarkan untuk lebih peduli terhadap sesama saat saudara kita sedang kesusahan, dan itu bagus".¹⁴ "Cukup membuat kita lebih paham tentang aqidah".¹⁵ "Pesan aqidah yang ada pada akun tersebut sangat terkesan".¹⁶ "Baik".¹⁷

Dari ungkapan di atas terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami menjadi tempat untuk memahami tentang aqidah, serta menganggap akun tersebut sangat bermanfaat untuk diamalkan kedalam kehidupan sehari-hari.

2. Syariah

Pesan dakwah yang disampaikan pada akun Instagram juga mengandung unsur syariah, hal ini terlihat dari ungkapan di bawah ini:

"Pesan syariah yang di sampaikan bagus, dengan kata dan kalimat yang singkat, pesannya juga mudah untuk diterima dan dipahami, juga menggunakan teknik penyampaian beragam seperti dengan teka-teki, atau pertanyaan".¹⁸

Kemudian ada juga pesan syariah pada akun Instagram tersebut selalu mengikuti perkembangan sesuai dengan keadaan remaja masa kini, seperti ungkapannya, "Pesan yang disampaikan sangat mengikuti perkembangan zaman sehingga remaja masa kini bisa lebih mengenal hukum syariah dengan baik".¹⁹

¹² Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

¹³ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Vera Mauliza, pada tanggal 08 Desember 2018

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

Ungkapan tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara lain yaitu, “Pesan syariah yang ada pada akun tersebut sangat baik, sesuai dengan zaman yang modern ini”.²⁰

Pesan syariah yang disampaikan pada akun Instagram tersebut salah-satu tentang cara-cara menjaga diri serta menjaga iman yang telah tertanamkan dalam hati manusia, serta menganjurkan agar muda-mudi tidak berpacaran atau menghindari dari pergaulan bebas. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Pada gambar di atas terlihat sedang membahas tentang “Jihad Malawan Hawa Nafsu” dan disertai Hadits tentang berjihad melawan diri dan hawa nafsunya.²¹

²⁰ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

²¹ Hasil observasi di akun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018



Dari gambar di atas, terdapat pesan syariah tentang melarang pacaran, pada gambar tersebut tertulis “Nikah dulu baru pacaran, jangan kebalik”. Pesan syariah ini sudah jelas membahas tentang pentingnya menikah jangan sampai terjadi pacaran sebelum menikah.²² Selanjutnya didukung oleh hasil wawancara yaitu, “Jaga kualitas diri, jaga iman, perbanyak amalan, perbaiki akhlak, jangan berpacaran atau hubungan haram”.²³

Kehadiran akun Instagram @sahabat_islami menjadi cahaya bagi kehidupan muda-mudi yang ingin belajar lebih dalam tentang keislaman khususnya syariah. Maka dengan adanya akun tersebut dapat melakukan diskusi tentang suatu hal yang belum mereka pahami. Hal ini sesuai dengan ungkapan lain yaitu, “Akun Instagram @sahabat_islami ini dapat membantu menjawab

²² Hasil observasi di akun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018

²³ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

pertanyaan orang awam”.²⁴ “Pesan syariah sangat memotivasi pemuda yang menanamkan religiusitasnya”.²⁵

Selanjutnya, akun Instagram tersebut juga mengajak manusia untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Berdasarkan dengan hasil wawancara bahwa “Pesan syariah yang ada pada akun Instagram ini sangat baik, lumayan bagus mengajak kepada *amar ma'ruf nahi munkar*”.²⁶

Pesan syariah yang disampaikan pada akun Instagram tersebut mudah dipahami serta menggunakan bahasa yang santun. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yaitu, "Pesan syariahnya bagus, tersampaikan dengan jelas".²⁷ "Sangat baik, dan mudah dipahami".²⁸

Dari beberapa ungkapan di atas, bahwa akun Instagram terlihat pesan syariah yang disampaikan berkenaan dengan kehidupan sehari-hari, seperti mengajak *amar ma'ruf nahi munkar*, serta melarang berpacaran dan membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari semua kalangan.

3. Akhlak

Penyampaian pesan dakwah di Instagram merupakan hal yang pokok, karena dengan adanya konten maka lahirlah pesan-pesan dakwah yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Di samping itu, akun Instagram @sahabat_islami menyajikan pesan akhlak yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

²⁴ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

²⁵ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

²⁶ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

²⁷ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

²⁸ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018



Pada gambar di atas terlihat tulisan yang bersumber dari Hadits. Maka, pada gambar tersebut mengandung makna bahwa dalam hidup ini perlu mengutamakan akhlak dari segalanya, karena Rasulullah diutus ke dunia ini untuk memperbaiki akhlak manusia, sehingga sudah barang tentu manusia harus mengikuti jejak akhlak Rasulullah sebagai panutan manusia.²⁹

Walaupun pesan akhlak yang disampaikan mengandung makna tersirat namun tetap dapat dipahami oleh semua kalangan. Hal ini terlihat dari hasil

²⁹ Hasil observasi diakun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018

wawancara yaitu, “Pesan akhlak tersampaikan dengan cara tersirat, karena tidak langsung menyuruh untuk berbuat yang *ma'ruf* dan meninggalkan yang *munkar* melainkan dengan pengajaran-pengajaran”.³⁰

Pesan-pesan yang disampaikan melalui Instagram ada yang berbentuk tulisan ada juga yang berbentuk gambar, namun tujuannya hanya untuk menebarkan syiar Islam salah satunya bidang akhlak. Seperti ungkapan *follower* yaitu, “Pesan moral yang disampaikan lewat tulisan serta foto yang posting Instagram @sahabat_Islami saya kira positif sekali, secara tidak langsung para *followers* diajarkan untuk melakukan hal-hal positif”.³¹

Penyampaian pesan dakwah dipandang perlu untuk dikembangkan, karena dengan adanya postingan-postingan di Instagram dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Hal ini terlihat dari hasil wawancaranya bahwa, "Sejak dan dari pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @sahabat_islami ini seseorang langsung didorong oleh keinginan untuk melakukan sesuatu perbuatan baik".³²

Isi pesan dakwah dibidang akhlak memang mengajarkan kita ke arah yang lebih baik, serta untuk diimplementasikan kedalam kehidupan sehari-hari agar manusia tidak mengutamakan sifat ego.

³⁰ Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

³¹ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

³² Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018



Pada gambar di atas terdapat postingan yang bersumber dari Hadits, serta membahas tentang perlunya memperkuat tali persaudaraan.³³ Selanjutnya dapat dilihat juga dari hasil wawancaranya bahwa, "Pesan yang disampaikan dari segi akhlak, menuntut kita untuk lebih melibatkan akhlak daripada ego dimanapun kita berada".³⁴

Dakwah merupakan menyeru seseorang kedalam perkara yang *ma'ruf* dan mencegah dari perkara yang *munkar*. Dalam menyampaikan dakwah bukanlah hal yang mudah, namun dengan hadirnya akun Instagram @sahabat_islami ini menjadi pelita bagi manusia untuk merenungkan hal-hal yang positif dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yaitu, "Hendaknya

³³ Hasil observasi di akun Instagram @sahabat_islami, pada tanggal 09 Desember 2018

³⁴ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

kita sabar dalam menghadapi ujian dan jangan hidup berlebih-lebihan”.³⁵ “Memotivasi pemuda untuk mencari tau lebih tentang agama”.³⁶ “Pesan akhlakpun yang ditampilkan di akun tersebut sangat mendukung”.

Dari ungkapan di atas, terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami memiliki nilai-nilai positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berakhlak yang lebih baik. Di samping itu, hal yang paling sukses dalam menyampaikan dakwah yaitu mendapat perubahan bagi semua orang, seperti menambah ilmu pengetahuan, meninggalkan larangan Allah, dan meningkatkan amalannya.

C. Komentar Netizen Terhadap Postingan pada Akun @sahabat_islami

Instagram termasuk salah satu media dakwah yang dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pendapat kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan dakwah. Dalam menyampaikan pesan dakwah tentu saja tidak terlepas dari komentar-komentar netizen, baik itu yang bersifat membangun atau bersifat menjatuhkan orang lain. Tanggapan merupakan suatu hal yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut menjadi kesadaran yang dapat dikembangkan dalam hubungannya dengan konteks pengalaman waktu sekarang serta antisipasi kesadaran untuk masa yang akan datang. Pada persoalan ini, tanggapan netizen merupakan kesan-kesan yang didapatkan pada akun Instagram @sahabat_islami. Tanggapan netizen pada akun Instagram tersebut terlihat mengarah kepada yang positif dan negatif, artinya pro dan kontra selalu ada dalam hal apapun. Adapun

³⁵ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

³⁶ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

komentar netizen terhadap akun Instagram @sahabat_islami terlihat ada yang positif dan ada juga yang negatif yaitu, sebagai berikut:

1. Komentar Positif

Sebagian netizen menganggap akun Instagram tersebut menjadi akun yang dapat memberikan motivasi tentang keislaman. Hal ini dapat dilihat dari wawancara bahwa, "Akun tersebut bagus ya, memberikan motivasi apalagi mengenai Islam baik lagi khususnya bagi kaum muda-mudi".³⁷ "Bisa dijadikan sebagai motivasi meningkatkan iman".³⁸ Ungkapan tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara lain yaitu, "Akun Instagram @sahabat_islami sangat berguna dan bermanfaat bagi manusia khususnya yang menganut agama Islam, dan banyak motivasi yang diambil dari akun @sahabat_islami".³⁹

Akun Instagram tersebut juga dapat memberi inspirasi dan wawasan bagi setiap orang yang mengikuti berita-berita yang diposting pada akun tersebut. Bagi orang-orang yang ingin mencari wawasan keislaman maka sangat cocok untuk menjadikan dirinya sebagai *follower* pada akun tersebut. Hal ini didasari oleh hasil wawancaranya yaitu "akunnya sudah bagus yang selalu memberi inspirasi wejangan dan wawasan".⁴⁰ "Sangat variatif dan beragam, cenderung positif untuk dijadikan tempat belajar".⁴¹ "Bagi saya akun tersebut bagus untuk diri saya, pengetahuan bermanfaat buat saya".⁴²

Selanjutnya, ada juga netizen yang memberi tanggapan terhadap akun

³⁷ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

³⁸ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

³⁹ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

⁴² Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

Instagram tersebut, bahwa setiap postingannya agar tidak terindikasi dengan berita-berita hoax serta harus bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Ungkapan ini sesuai dengan hasil wawancara yaitu, "Jika itu positif lanjutan, yang terpenting bukan hoax serta apa yang disampaikan kalau itu menyinggung tentang agama selalu cantumkan ayat Al-Qur'an atau pun Hadits".⁴³

Banyak hal yang muncul dari komentar-komentar netizen, seperti menganggap akun Instagram tersebut layak untuk diikuti dan dijadikan sebagai ranah ilmu pengetahuan. Hal ini diungkapkan oleh netizen yaitu, "Bisa dijadikan sebagai motivasi meningkatkan iman".⁴⁴ "Cukup membuat kita generasi baru lebih mengetahui hal yang mungkin kita sudah tau tapi jarang kita lakukan".⁴⁵

Di samping itu, para netizen memberi komentar bahwa akun tersebut harus fokus kepada pesan-pesan dakwah atau ajakan kepada arah kebaikan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancaranya, "Bagus sekali tetapi hendaklah jangan fokus pada iklan tapi fokus pada dakwah dan ajakan pada kebajikan".⁴⁶

Selanjutnya, akun Instagram tersebut banyak menyajikan pengetahuan tentang agama Islam, serta informasi yang dapat meningkatkan wawasan para netizen. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yaitu, "Banyak kata-kata motivasi yang belum pernah saya tau sehingga menjadi tau dan ini sangat terinspirasi bagi kalangan anak mudah, khususnya pemuda-pemudi umat Islam".⁴⁷

Persoalan keagamaan memang belum tentu semua orang paham tentang

⁴³ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁴⁴ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Vera Mauliza, pada tanggal 08 Desember 2018

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

apa yang seharusnya dikerjakan dan juga sebaliknya. Namun dengan hadirnya akun Instagram @sahabat_islami dapat merubah pola pikir manusia ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa, “Saya sangat setuju dengan akun tersebut, karena bisa merubah pola pikir kita”.⁴⁸ “Akun Instagram ini, dapat menanamkan sisi religiusitasnya untuk memperbaiki diri”.⁴⁹ “Pendapat saya akun Instagram ini bisa mempengaruhi keseharian dalam berperilaku”.⁵⁰ “Saya tertarik karena banyak ilmu dan motivasi yang disajikan”.⁵¹

Selanjutnya, ada juga netizen yang memberi komentar bahwa setiap konten yang diposting harus memberikan penjelasan yang detail agar para netizen dapat memahami lebih jelas lagi. Hal ini terlihat dari wawancara yaitu, “Penjelasan pada captionnya jangan terlalu singkat kalau bisa lebih mendetail lagi”.⁵²

Akun Instagram @sahabat_islami, memiliki daya tarik tersendiri untuk membuat para *follower* agar lebih menyenangkan terhadap akun tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancaranya bahwa, "Terkadang ketika saya liat postingan sangat mendekati dengan kebutuhan, saya *share* ke teman-teman saya". “Saya tertarik karena konten akun tersebut Islami dan memberikan pengajaran hidup”.⁵³

Daya tarik yang dibangun pada akun tersebut memang sangat berpengaruh terhadap netizen sehingga memberi kesan positif terhadap akun Instagram tersebut.

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁵² Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁵³ Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

Berikut hasil wawancaranya, “Saya suka terhadap akun tersebut karena yang diposting di akun tersebut sangat menarik bagi saya sendiri”.⁵⁴

Rasa ketertarikan seseorang memang berbeda-beda, sebagian orang memiliki rasa ketertarikannya karena dengan adanya foto atau ilustrasi yang unik, sehingga membuat netizen tertarik dalam menilainya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan netizen yaitu, “Karena menarik dari kontennya ditambah lagi dengan foto atau ilustrasinya unik”.⁵⁵

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa tidak ada komentar dari netizen yang terindikasi dengan komentar-komentar negatif, bahkan hanya sebaliknya yang terjadi, serta kebanyakan mereka sangat menyukai akun Instagram @sahabat_islami.

2. Komentar Negatif

Media komunikasi menjadi sebuah sarana dalam produksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana, media komunikasi adalah suatu perantara yang menjadi penghubung untuk menyampaikan informasi ataupun data dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar sampainya informasi atau data tersebut. Media Instagram sebagai media komunikasi yang dapat menyampaikan bermacam pesan-pesan dakwah maupun bidang bisnis. Pada akun Instagram @sahabat_islami memang memiliki banyak hal yang menyangkut dengan pesan-pesan dakwah, namun tidak menutup kemungkinan juga memberikan komentar negatif, yang mengatakan bahwa akun Instagram @sahabat_islami mengandung unsur-unsur bisnis di

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

dalamnya. Hal ini sesuai dengan ungkapan netizen yaitu, “Tentu, karena hampir semua akun pasti ada iklan bisnis dan itu bukan masalah selama tujuan membangun bisnis Islam”.⁵⁶

Menurut ungkapan netizen lain bahwa akun Instagram @sahabat_islami memang memiliki indikasi bisnis di dalamnya, seperti ungkapannya yaitu, “Iya akun Instagram @sahabat_islami terindikasi dengan bisnis, terlihat dari deskripsi Instagram nya tentang informasi kerja sama”.⁵⁷ “Ya akun Instagram @sahabat_islami terindikasi dengan bisnis, karena satu dua ada konten akhlak”.⁵⁸ Ungkapan di atas juga sesuai dengan hasil wawancara netizen lain yaitu, “Akun ini juga menggunakan jasa *paid promote*, sehingga bisa dijadikan selingan”.⁵⁹ “Iya memang akun Instagram ini mengandung unsur bisnis”.⁶⁰

Namun beda halnya dengan ungkapan selanjutnya, bahwa akun Instagram tersebut tidak mengandung unsur bisnis, berikut ungkapannya: “Sejauh ini tidak ada mengandung unsur bisnis di dalamnya”.⁶¹ “Saya kurang memperhatikan begitu detail”.⁶² Ungkapan tersebut juga dibenarkan oleh ungkapan lain yaitu, “Tidak, tidak terindikasi dengan bisnis, sama sekali tidak, akun tersebut lebih ke hal yang kekinian”.⁶³ “Tidak terdapat unsur bisnis”.⁶⁴ “Akun tersebut tidak terindikasi dengan bisnis”.⁶⁵

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

⁶⁰ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁶² Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

⁶³ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Vera Mauliza, pada tanggal 08 Desember 2018

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

Dari hasil wawancara di atas, terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami tersebut memiliki pro dan kontra tentang komentar negatif. Namun dari komentar netizen tersebut dapat dipahami bahwa akun Instagram tersebut lebih sedikit terindikasi dengan hal bisnis. Komentar netizen menunjukkan bahwa akun tersebut memang lebih cenderung dalam hal dakwah, serta postingannya juga lebih banyak mengandung pesan-pesan dakwah di dalamnya.

3. Manfaat akun Instagram @sahabat_islami

Masih dalam konteks komentar netizen, akun Instagram memang menunjukkan bermacam manfaat khususnya dibidang dakwah. Beberapa netizen mengungkapkan tentang manfaat menjadi *follower* akun Instagram @sahabat_islami yaitu: “Bagi saya bermanfaat, meski tidak 100% bagi saya namun mungkin bisa jadi sangat bermanfaat bagi orang lain”.⁶⁶ “InsyaAllah bermanfaat, banyak pelajar dan motivasi yang bisa kita amalkan dalam kehidupan sehari-hari”.⁶⁷ Selanjutnya, ada juga yang mengatakan bahwa akun Instagram tersebut bermanfaat namun tidak dijadikan sebagai acuan. Berikut ungkapanannya: “Bermanfaat tapi tidak sebagai acuan”.⁶⁸

Akun Instagram memang bukan sebuah acuan, namun ada netizen yang menganggap sangat bermanfaat karena ada hal-hal positif yang dapat diambil khususnya bagi muda-mudi. Berikut hasil wawancaranya: "Bermanfaat, karena memberikan pesan-pesan yang dapat menginspirasi khususnya bagi kaum muda-

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Eva Hazmaini, pada tanggal 06 Desember 2018

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

mudi".⁶⁹ Hal yang senada juga diungkapkan oleh netizen lainnya yaitu, "Sangat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan".⁷⁰ "Akun Instagram tersebut sangat bermanfaat bagi generasi sekarang ini".⁷¹

Di samping itu, ada juga netizen yang hanya mengomentari dengan kata-kata yang singkat, namun disana menunjukkan bahwa mereka merasa bermanfaat untuk menjadi *follower* pada akun Instagram @sahabat_islami. Hal ini terlihat dari wawancara yaitu, "Iya, bermanfaat".⁷² "Sangat bermanfaat".⁷³ "Sudah cukup bermanfaat".⁷⁴ "Sangat bermanfaat".⁷⁵

Dari ungkapan di atas, terlihat bahwa hadirnya akun Instagram tersebut menjadi sebuah media yang sangat bermanfaat bagi kalangan masyarakat khususnya muda-mudi yang ingin mendalami pengetahuan tentang agama Islam.

D. Pesan Dakwah Akun @sahabat_islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Kewajiban ini tercermin dari konsep *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, yakni perintah untuk mengajak masyarakat melakukan perilaku positif sekaligus mengajak mereka untuk meninggalkan dan menjauhkan diri dari perilaku negatif.

Pesan dakwah yang terdapat pada akun Instagram @sahabat_islami memiliki efek positif terhadap *followers*nya. Walaupun tidak semua *follower* yang

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

⁷² Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁷³ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

⁷⁴ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Vera Mauliza, pada tanggal 08 Desember 2018

mengamalkannya namun dapat dijadikan sebagai ilmu pengetahuan atau wawasan tentang keislaman. Setiap pesan dakwah yang diposting pada akun Instagram tersebut akan menjadi efek terhadap keagamaan masyarakat karena ada sebagian postingannya bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Hal ini sesuai dengan ungkapan netizen yaitu, "Alhamdulillah saya amalkan karena sesuai dengan keterangan hadits".⁷⁶ Ungkapan tersebut juga senada dengan hasil wawancara lain yaitu, "Kalau itu sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits saya amalkan".⁷⁷

Selanjutnya ada juga para *follower* mengamalkan tentang apa yang dianggap baik pada postingannya walaupun konten tersebut tidak berdasarkan dari Hadits. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancaranya yaitu, "iya saya mengamalkan apa yang ada dikonten akun tersebut".⁷⁸

Seseorang yang memiliki niat untuk melakukan hijrah ke arah yang lebih baik, sudah tentu mengamalkan apa saja yang dianggap baik. Zaman sekarang banyak media untuk mendapatkan informasi tentang Islam, akun @sahabat_islami termasuk salah-satu media yang menjadi tempat belajar keagamaan. Di samping itu, para *follower* ada juga yang masih dalam proses pelaksanaan dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini terlihat dari hasil wawancaranya yaitu, "InsyaAllah saya dalam proses implementasikan tersebut dalam kehidupan tentang ilmu yang saya dapatkan pada akun Instagram".⁷⁹ Ungkapan tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara lain, "Ya saya mengamalkan apa yang saya dapatkan pada akun

⁷⁶ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁷⁸ Hasil Wawancara dengan Muhammad Zikrullah, pada tanggal 05 Desember 2018

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

tersebut, selalu ingin berbuat karena sangat berefek bagi kehidupan".⁸⁰

Tingkat amalan seseorang selalu memiliki perbedaan antara satu sama lain, ada yang mengamalkan secara terus menerus, ada juga yang mengamalkannya dikala ingat saja. Hal ini terlihat dari ungkapan netizen yaitu, "Saya mengamalkannya hanya bila ingat saja".⁸¹ Adapun pelajaran yang di dapatkan pada akun Instagram tersebut sangat bervariasi diantaranya tentang menjaga jarak antara lelaki dan perempuan. Berikut hasil wawancaranya: "Saya memiliki perubahan ke arah yang lebih baik, seperti bagaimana kita bisa menjaga jarak dan hubungan dengan yang non mahram".⁸²

Selanjutnya, hal-hal yang dapat meningkatkan kesadaran keagamaan yaitu dibidang kesabaran, serta menjauhkan diri dari sifat sombong. Hal ini didukung oleh hasil wawancaranya, "Saya selalu melatih kesabaran, menjauhi kesombongan, serta menjauhkan hal-hal yang dilarang dalam agama Islam".⁸³ Ungkapan tersebut juga senada dengan hasil wawancara lain yaitu, "Banyak ilmu yang saya dapatkan dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya tentang memperbaiki diri agar menjadi pribadi yang lebih baik".⁸⁴

Follower Instagram @sahabat_islami memang didominasi oleh para remaja, sehingga pesan dakwah yang diamalkan juga sesuai dengan keadaan remaja masa kini yaitu tentang menjauhkan diri dari dunia pacaran. Hal ini sesuai dengan ungkapan netizen yaitu, "Saya sudah mulai menjauhkan dunia pacaran,

⁸⁰ Hasil Wawancara dengan Irfan Habibi, pada tanggal 06 Desember 2018

⁸¹ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

⁸² Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁸³ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Hayad, pada tanggal 02 Desember 2018

serta perbanyak bersabar”.⁸⁵

Meningkatkan kesadaran manusia memang bukan hal yang mudah, namun dengan hadirnya media Instagram menjadi salah satu solusi untuk mendistribusikan pesan-pesan dakwah melalui postingan. Pesan yang disampaikan tersebut tidaklah sia-sia, karena semua itu dapat membawa hal-hal yang positif, seperti dapat merubah pola hidup manusia lain ke arah yang lebih baik. Seperti ungkapan netizen, “Saya mengamalkan hal-hal pokok dalam ibadah dan juga Sunnah serta perilaku yang baik”.⁸⁶

Proses penyampaian dakwah memang harus bersifat terus-menerus, karena semakin sering melakukan dakwah maka semakin baik dalam mengingatkan manusia agar selalu mengamalkannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancaranya, "Selama saya *follow* Instagram tersebut, di *timeline* saya akan muncul postingan yang dipost, setiap itu membuat saya terinspirasi"⁸⁷

Kehidupan manusia pada zaman modern ini memiliki banyak hal yang dapat mempengaruhi kehidupannya ke arah yang negatif, maka dengan hadirnya akun Instagram tersebut dapat menjadi media pengingat ke arah yang positif, seperti mengingatkan manusia kepada kematian. Hal ini sesuai dengan dengan hasil wawancara penulis yaitu, “Setiap membuka Instagram saya langsung teringat akan akhirat jika melihat akun itu”.⁸⁸ Ungkapan tersebut senada dengan hasil wawancara lain yaitu, “Intinya setelah baca postingan itu lebih bersemangat,

⁸⁵ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

⁸⁶ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁸⁷ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

selalu berpikir positif dan juga sering-sering mengingat kematian”.⁸⁹

Dari berbagai postingan yang ada pada akun Instagram @sahabat_islami dapat meningkatkan kesadaran manusia dalam memantapkan diri untuk istiqamah dalam berhijrah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yaitu, "Banyak sekali ilmu yang saya dapatkan dari akun Instagram tersebut, sehingga membuat saya lebih memantapkan diri dalam berhijrah".⁹⁰

Kesadaran manusia memiliki tingkatan tersendiri, terkadang ada manusia yang tahu atas kesalahan yang mereka perbuatkan, seperti sibuk dengan mengikuti keinginan yang negatif begitu juga sebaliknya. Namun dengan hadirnya dakwah melalui akun Instagram dapat membawa efek ke arah yang positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa, “Akun tersebut dapat menyadarkan kita jangan lalai dan jangan sibuk mengikuti hawa nafsu kita tapi bagaimana kita bisa sibuk memperbaiki kualitas diri dan hubungan kita dengan Allah Swt”.⁹¹

Kehidupan masyarakat memiliki keragamannya, ada manusia yang tidak memiliki kesadaran tentang menghormati antara satu sama lainnya, serta tidak tahu cara memilih teman yang membawa kita ke arah yang lebih baik. Namun, setelah menjadi *follower* di akun Instagram @sahabat_islami dapat membawa efek ke arah yang positif, seperti memiliki kesadaran terhadap cara menghormati orang lain, dan tata cara memilih teman yang dapat membawa kita ke jalan kebaikan. Hal ini dapat terlihat dari ungkapan netizen, “Saya sudah bisa menghormati teman yang lain dan senang berkumpul dengan orang-orang

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan RA. Ardt Harry LT, pada tanggal 07 Desember 2018

⁹⁰ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

⁹¹ Hasil Wawancara dengan Arif Kurniawansyah, pada tanggal 07 Desember 2018

shalih".⁹² Ungkapan tersebut, sesuai dengan hasil wawancaranya, "Saling memahami, menghargai satu sama lain dan ini adalah salah satu tuntutan yang diajarkan dalam agama Islam".⁹³

Ilmu pengetahuan memang suatu perkara yang paling penting dalam menjalani kehidupan ini. Tidak ada manusia yang memiliki kesempurnaan hakiki, baik dibidang ibadah maupun memiliki ilmu pengetahuan. Jadi, akun Instagram tersebut menjadi salah satu pintu untuk menuju ke arah yang berilmu pengetahuan. Hal ini sesuai dengan ungkapan netizen yaitu, "Saya selama bergabung di akun Instagram @sahabat_islami maka lebih banyak mengetahui tentang hal-hal yang belum saya ketahui".⁹⁴ Ungkapan senada juga terlihat dari hasil wawancara dengan netizen lain yaitu, "Saya memang memiliki banyak berubah setelah bergabung di akun Instagram tersebut, khususnya dalam hal pengetahuan menjadi saya lebih banyak tahu tentang agama Islam".⁹⁵

Dari beberapa ungkapan di atas, terlihat bahwa banyak perubahan yang dimiliki oleh para *follower* akun Instagram @sahabat_islami. Diantara kesadaran keagamaan yang terlihat jelas yaitu, memahami tentang tata cara hidup sosial dalam sebuah persahabatan, memahami tentang memilih sahabat yang membawa kita ke arah yang lebih baik, selalu mengingat tentang kematian, menjadi inspirasi untuk melakukan kebaikan sesama manusia atau tata cara beribadah kepada Allah, menjauhkan diri dari dunia pacaran serta mulai terjaga hawa nafsu yang membawa manusia ke arah kemaksiatan, dan lebih istiqamah dalam mengamalkan

⁹² Hasil Wawancara dengan Putra Maulana Akbar, pada tanggal 04 Desember 2018

⁹³ Hasil Wawancara dengan Samsul Bahri, pada tanggal 03 Desember 2018

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Vera Mauliza, pada tanggal 08 Desember 2018

⁹⁵ Hasil Wawancara dengan Cut Maulida Fajriana, pada tanggal 04 Desember 2018

ilmu yang sudah didapatkan, menambahkan ilmu pengetahuan tentang keislamannya.

E. Analisis Data Penelitian

1. Pesan-Pesan Dakwah pada Akun @sahabat_islami

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Pesan yang bernilai dakwah, yaitu pesan yang mengajak kepada pendengarnya untuk selalu mendekatkan diri pada sang pencipta.

Pengaruh atau efek adalah hasil yang dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran-sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh atau efek ialah kesan yang timbul pada audien setelah ia melihat, mendengar, merasa dan sebagainya baik kesan itu positif maupun negatif. Dalam konteks ini, yang ingin dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang. Sejauh mana media dapat mempengaruhi seseorang.

Berbicara masalah pengaruh dakwah dalam kehidupan modern merupakan suatu hal yang sangat sulit. Karena dalam mengukur pengaruh harus ada standar yang ingin dicapai. Pengaruh dakwah merupakan daya yang ada atau timbul dari seseorang dan muncul dalam kenyataan, tentang sahutan seseorang dalam menyerap dan mengamalkan suatu ajaran Islam yang telah didakwahkan kepadanya.⁹⁶

Pada hakikatnya tujuan dakwah Islam adalah terwujud tata masyarakat yang diridhai Allah SWT. Sebuah tata masyarakat yang berjalur iman, Islam, ikhlas berazaskan kepada dua ajaran pokok. Kitabullah dan Sunnah Rasul yang

⁹⁶ M.Jakfar Puteh, Saifullah, *Dakwah Tekstual & Kontekstual...*, hal. 104.

berisi tiga serangkai diperlukan bagi manusia meliputi:⁹⁷

a. Aqidah

Islamiyah. Karena aqidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dakwah Islam adalah aqidah atau keimanan. Dengan iman yang kokoh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai langkah dakwah.

Materi tentang aqidah Islam terkait pula dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para rasul, dan kabar baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok dalam aqidah mencakup enam elemen ini. Inti dari materi aqidah ini adalah keyakinan tentang keesaan Allah SWT dan hati sedangkan selebihnya merupakan elemen-elemen yang mengukuhkan kedua inti aqidah tersebut.

Pesan-pesan dakwah tentang aqidah merupakan hal yang paling mendasar dalam menganut agama Islam, sehingga perlu diperhatikan dalam menyampaikan dakwah khususnya melalui media Instagram. Pada penelitian ini mengkhususkan pada akun Instagram @sahabat_islami yang juga menyajikan pesan-pesan aqidah di dalamnya.

Dalam akun Instagram @sahabat_islami terlihat bahwa melampirkan pesan-pesan aqidah tentang memperbaiki iman seseorang, serta menganjurkan seluruh umat Islam agar mengutamakan shalat subuh secara berjamaah. Karena shalat subuh berjamaah akan berdampak baik terhadap kehidupan manusia, serta menjauhkan diri manusia dari perbuatan-perbuatan tercela. Salah-satu keutamaan

⁹⁷ M.Ja'far Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2000), hal.147.

shalat subuh berjamaah yaitu berpeluang mendapatkan berkah dari Allah Ta'ala. Sebab, aktivitas yang dilaksanakan pada waktu pagi, terlebih aktivitas wajib dan dilaksanakan berjamaah seperti shalat shubuh, telah didoakan agar mendapatkan berkah. Di samping itu, shalat subuh berjamaah juga akan meningkatkan keimanan seseorang serta mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Pesan lain yang menyangkut dengan aqidah terlihat sangat bagus dan jelas apalagi disertakan dengan dalil-dalil yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Sehingga dengan adanya sumber yang kuat maka dapat dipercaya dan diamalkan oleh orang banyak. Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah sudah tentu digunakan bahasa atau kata-kata yang santun serta mudah di pahami oleh banyak kalangan.

Akun Instagram @sahabat_islami merupakan salah-satu media yang peduli terhadap syiar agama Islam sehingga menjadi media ilmu tentang Islam. Selanjutnya akun tersebut terlihat sangat bermanfaat dari semua kalangan, khususnya bagi orang-orang yang ingin mempelajari tentang aqidah. Akun Instagram @sahabat_islami menjadi tempat untuk memahami tentang aqidah, serta menganggap akun tersebut sangat bermanfaat untuk diamalkan kedalam kehidupan sehari-hari.

b. Syariah

Syariat Allah yang ditujukan untuk umat manusia itu pada dasarnya satu risalah yang ditujukan untuk para Nabi bersifat kekal dan abadi. Allah telah memberi syariat kepada manusia berupa agama itu yang esensinya satu, yaitu "Islam" dan tidak akan berubah dengan bergantinya Nabi serta tak akan berubah

dengan berubahnya masa. Mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang untuk menjadi hukum yang ditaati.

Masalah dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tak terpisahkan dari kehidupan umat Islam dan materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian secara cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan sehingga umat tidak terperosok ke keburukan. Syariat Islam itu sangatlah luas dan fleksibel, Syariah ini ke dalam permasalahan umat jaman sekarang yang bisa menjawab atau memberikan solusi terhadapnya. Yang terpenting adalah syariat ini tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas dalam bidang hukum yang bisa wajib, dibolehkan (*mubbah*), dianjurkan (*mandup*), dianjurkan supaya tidak dilakukan (*makruh*), dan dilarang (*haram*).

Dari beberapa teori di atas dapat dipahami bahwa pesan dakwah yang disampaikan pada akun Instagram juga mengandung unsur syariah. Pesan syariah yang disampaikan pada akun Instagram tersebut salah satunya tentang cara-cara menjaga diri serta menjaga iman yang telah tertanamkan dalam hati manusia, serta menganjurkan agar muda-mudi tidak berpacaran atau menghindari dari pergaulan bebas.

Kehadiran akun Instagram @sahabat_islami menjadi cahaya bagi kehidupan muda-mudi yang ingin belajar lebih dalam tentang keislaman

khususnya syariah. Maka dengan adanya akun tersebut dapat melakukan diskusi tentang suatu hal yang belum mereka pahami serta dapat mengajak manusia untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* (memerintahkan kepada kebaikan dan meninggalkan semua larangan).

c. Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Wilayah akhlak Islam memiliki cakupan yang luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap manusia. Nabi Muhammad SAW bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerasulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruk nya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur mencakup akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam semesta.

Ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam Islam bukanlah suatu norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan dan bukan pula norma sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Bertolak dari prinsip perbuatan manusia ini maka materi akhlak membahas norma luhur yang harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta etika atau tata cara yang harus dipraktikkan dalam perbuatan manusia, serta etika atau tata cara yang harus dipraktikkan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis sasarannya.⁹⁸

Untuk itu, salah satu materi dakwah Islam dalam rangka memanifestasikan penyempurnaan martabat manusia serta membuat harmonis tatanan hidup

⁹⁸ Efendy Muhtar, *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2002), hal. 326.

masyarakat di samping aturan legal formal yang terkandung dalam syariat, salah satu ajaran etis Islam adalah akhlak. Karena ajaran Islam yang disampaikan oleh Nabi secara total mengandung nilai akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam sekitar. Semakin orang dekat dengan Tuhan maka semakin bagus juga akhlaknya.

Dari beberapa teori di atas dapat dipahami bahwa penyampaian pesan dakwah di Instagram merupakan hal yang pokok, karena dengan adanya konten maka lahirlah pesan-pesan dakwah yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Di samping itu, akun Instagram @sahabat_islami menyajikan pesan akhlak yang harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Walaupun pesan akhlak yang disampaikan mengandung makna tersirat namun tetap dapat dipahami oleh semua kalangan.

Pesan-pesan yang disampaikan melalui Instagram ada yang berbentuk tulisan ada juga yang berbentuk gambar, namun tujuannya hanya untuk menebarkan syiar Islam salah satunya bidang akhlak. Penyampaian pesan dakwah dipandang perlu untuk dikembangkan, karena dengan adanya postingan-postingan di Instagram dapat meningkatkan kesadaran masyarakat.

Isi pesan dakwah dibidang akhlak memang mengajarkan kita ke arah yang lebih baik, serta untuk diimplementasikan kedalam kehidupan sehari-hari agar manusia tidak mengutamakan sifat egois atau mementingkan diri sendiri tanpa menumbuhkan rasa kepeduliannya terhadap orang lain. Di samping itu terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami memiliki nilai-nilai positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berakhlak yang lebih baik. Kesuksesan

dalam menyampaikan dakwah yaitu mendapat perubahan bagi semua orang, seperti menambah ilmu pengetahuan, meninggalkan larangan Allah, dan meningkatkan amalannya.

2. Komentar Netizen Terhadap Postingan pada Akun @sahabat_islami

Instagram termasuk salah satu media dakwah yang dapat dijadikan sarana untuk mengirim informasi, berita atau pendapat kepada orang-orang yang berada jauh dari orang yang ingin menyampaikan informasi, berita atau pesan dakwah. Dalam menyampaikan pesan dakwah tentu saja tidak terlepas dari komentar-komentar netizen, baik itu yang bersifat membangun atau bersifat menjatuhkan orang lain. Artinya pro dan kontra selalu ada dalam hal apapun. Adapun komentar netizen terhadap akun Instagram @sahabat_islami sebagai berikut:

a. Komentar Positif

Tanggapan merupakan suatu hal yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Kesan tersebut menjadi kesadaran yang dapat dikembangkan dalam hubungannya dengan konteks pengalaman waktu sekarang serta antisipasi kesadaran untuk masa yang akan datang. Pada persoalan ini, tanggapan netizen merupakan kesan-kesan yang didapatkan pada akun Instagram @sahabat_islami. Tanggapan netizen pada akun Instagram tersebut terlihat mengarah kepada yang positif, tidak menjelek-jelekkan satu sama lain. Sebagian netizen menganggap akun Instagram tersebut menjadi akun yang dapat memberikan motivasi tentang keislaman.

Akun Instagram @sahabat_islami dapat memberi inspirasi dan wawasan bagi setiap orang yang mengikuti pesan-pesan yang diposting pada akun tersebut.

Bagi orang-orang yang ingin mencari wawasan keislaman maka sangat cocok untuk menjadikan dirinya sebagai *follower* pada akun tersebut.

Selanjutnya, ada juga netizen yang memberi tanggapan terhadap akun Instagram tersebut, bahwa setiap postingannya agar tidak terindikasi dengan berita-berita hoax, serta harus bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Artinya, setiap informasi yang di publikasi harus memiliki sumber yang jelas, karena dengan sumber itulah menjadi postingannya lebih berkualitas dan dapat dipercaya oleh semua orang.

Akun Instagram @sahabat_islami memang layak untuk diikuti dan dijadikan sebagai ranah ilmu pengetahuan, karena pada akun tersebut banyak menyajikan ilmu-ilmu tentang keislaman, sehingga para mahasiswa dan masyarakat umum dapat memahami ilmu agama secara instan. Di samping itu, akun tersebut berfokus kepada pesan-pesan dakwah atau ajakan kepada arah kebaikan serta menyajikan pengetahuan tentang agama Islam, serta informasi yang dapat meningkatkan wawasan para netizen.

Persoalan keagamaan memang belum tentu semua orang paham tentang apa yang seharusnya dikerjakan dan juga sebaliknya. Namun dengan hadirnya akun Instagram @sahabat_islami dapat merubah pola pikir manusia ke arah yang lebih baik. Akan tetapi setiap konten yang diposting harus memberikan penjelasan yang detail agar para netizen dapat memahami lebih jelas lagi.

Akun Instagram @sahabat_islami, memiliki daya tarik tersendiri untuk membuat para *follower* agar lebih menyenangkan terhadap akun tersebut. Daya tarik yang dibangun pada akun tersebut memang sangat berpengaruh terhadap

netizen sehingga memberi kesan positif terhadap akun Instagram tersebut. Rasa ketertarikan seseorang memang berbeda-beda, sebagian orang memiliki rasa ketertarikannya karena dengan adanya foto atau ilustrasi yang unik, sehingga membuat netizen tertarik dalam menilainya.

Tanggapan-tanggapan netizen terhadap akun Instagram @sahabat_islami, terlihat bahwa tidak ada komentar dari netizen yang terindikasi dengan komentar-komentar negatif, bahkan hanya sebaliknya yang terjadi, serta kebanyakan mereka sangat menyukai akun Instagram @sahabat_islami.

b. Komentar Negatif

Media komunikasi menjadi sebuah sarana dalam produksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana, media komunikasi adalah suatu perantara yang menjadi penghubung untuk menyampaikan informasi ataupun data dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar sampainya informasi atau data tersebut. Media Instagram sebagai media komunikasi yang dapat menyampaikan bermacam pesan-pesan dakwah maupun bidang bisnis. Pada akun Instagram @sahabat_islami memang memiliki banyak hal yang menyangkut dengan pesan-pesan dakwah, namun tidak menutup kemungkinan juga mengandung unsur-unsur bisnis di dalamnya.

Menurut ungkapan netizen bahwa akun Instagram @sahabat_islami memang memiliki indikasi bisnis di dalamnya. Namun beda halnya dengan ungkapan netizen lainnya, bahwa akun Instagram tersebut tidak mengandung unsur bisnis. Dari hasil komentar dari netizen maka terlihat bahwa akun Instagram @sahabat_islami tersebut memiliki pro dan kontra tentang persoalan akun yang

berindikasi bisnis di dalamnya. Namun dari komentar netizen tersebut dapat dipahami bahwa akun Instagram tersebut lebih sedikit terindikasi dengan hal bisnis. Komentar netizen menunjukkan bahwa akun tersebut memang lebih cenderung dalam hal dakwah, serta postingannya juga lebih banyak mengandung pesan-pesan dakwah di dalamnya.

c. Manfaat akun Instagram @sahabat_islami

Masih dalam konteks komentar netizen, akun Instagram memang menunjukkan bermacam manfaat khususnya dibidang dakwah. Netizen mengungkapkan tentang manfaat menjadi *follower* akun Instagram @sahabat_islami. Mereka mengatakan bahwa akun Instagram tersebut bermanfaat namun tidak dijadikan sebagai acuan. Namun ada netizen yang menganggap sangat bermanfaat karena ada hal-hal positif yang dapat diambil khususnya bagi muda-mudi.

Di samping itu, ada juga netizen yang hanya mengomentari dengan kata-kata yang singkat, namun disana menunjukkan bahwa mereka merasa bermanfaat untuk menjadi *follower* pada akun Instagram @sahabat_islami. Maka dari ungkapan tersebut terlihat bahwa hadirnya akun Instagram tersebut menjadi sebuah media yang sangat bermanfaat bagi kalangan masyarakat khususnya muda-mudi yang ingin mendalami pengetahuan tentang agama Islam.

3. Pesan Dakwah Akun @sahabat_islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Kewajiban ini tercermin dari konsep *amar*

ma'ruf dan *nahi munkar*, yakni perintah untuk mengajak masyarakat melakukan perilaku positif sekaligus mengajak mereka untuk meninggalkan dan menjauhkan diri dari perilaku negatif.

Pesan dakwah yang terdapat pada akun Instagram @sahabat_islami memiliki efek positif terhadap *followernya*. Walaupun tidak semua *follower* yang mengamalkannya namun dapat dijadikan sebagai ilmu pengetahuan atau wawasan tentang keislaman. Setiap pesan dakwah yang diposting pada akun Instagram tersebut akan menjadi efek terhadap keagamaan masyarakat karena ada sebagian postingannya bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Namun ada juga para *follower* mengamalkan tentang apa yang dianggap baik pada postingannya walaupun konten tersebut tidak berdasarkan dari Hadits.

Seseorang yang memiliki niat untuk melakukan hijrah ke arah yang lebih baik, sudah tentu mengamalkan apa saja yang dianggap baik. Zaman sekarang banyak media untuk mendapatkan informasi tentang Islam, akun @sahabat_islami termasuk salah satu media yang menjadi tempat belajar keagamaan. Di samping itu, para *follower* ada juga yang masih dalam proses pelaksanaan dalam kehidupan sehari-harinya. Tingkat amalan seseorang selalu memiliki perbedaan antara satu sama lain, ada yang mengamalkan secara terus menerus, ada juga yang mengamalkannya dikala ingat saja.

Adapun pelajaran yang di dapatkan pada akun Instagram tersebut sangat bervariasi diantaranya tentang menjaga jarak antara lelaki dan perempuan serta hal-hal yang dapat meningkatkan kesadaran keagamaan yaitu dibidang kesabaran, dan menjauhkan diri dari sifat sombong.

Follower Instagram @sahabat_islami memang didominasi oleh para remaja, sehingga pesan dakwah yang diamalkan juga sesuai dengan keadaan remaja masa kini yaitu tentang menjauhkan diri dari dunia pacaran dan meningkatkan kesadaran manusia walaupun itu bukan hal yang mudah, namun dengan hadirnya media Instagram menjadi salah satu solusi untuk mendistribusikan pesan-pesan dakwah melalui postingan. Pesan yang disampaikan tersebut tidaklah sia-sia, karena semua itu dapat membawa kepada hal-hal yang positif, seperti dapat merubah pola hidup manusia lain ke arah yang lebih baik.

Proses penyampaian dakwah memang harus bersifat terus-menerus, karena semakin sering melakukan dakwah maka semakin baik dalam mengingatkan pengetahuan manusia agar selalu mengamalkannya. Kehidupan manusia pada zaman modern ini memiliki banyak hal yang dapat mempengaruhi kehidupannya ke arah yang negatif, maka dengan hadirnya akun Instagram tersebut dapat menjadi media pengingat ke arah yang positif, seperti mengingatkan manusia kepada kematian.

Dari berbagai postingan yang ada pada akun Instagram @sahabat_islami dapat meningkatkan kesadaran manusia dalam memantapkan diri untuk istiqamah dalam berhijrah kepada arah yang lebih baik. Kesadaran manusia memiliki tingkatan tersendiri, terkadang ada manusia yang tahu atas kesalahan yang mereka perbuatkan, seperti sibuk dengan mengikuti keinginan yang negatif begitu juga sebaliknya. Namun dengan hadirnya dakwah melalui akun Instagram dapat membawa efek ke arah yang positif.

Kehidupan masyarakat memiliki keragamannya, ada manusia yang tidak memiliki kesadaran tentang menghormati antara satu sama lainnya, serta tidak tahu cara memilih teman yang membawa kita ke arah yang lebih baik. Namun, setelah menjadi *follower* di akun Instagram @sahabat_islami dapat membawa efek ke arah yang positif, seperti memiliki kesadaran terhadap cara menghormati orang lain, dan tata cara memilih teman yang dapat membawa kita ke jalan kebaikan.

Ilmu pengetahuan memang suatu perkara yang paling penting dalam menjalani kehidupan ini. Tidak ada manusia yang memiliki kesempurnaan hakiki, baik dibidang ibadah maupun dibidang ilmu pengetahuan. Jadi, akun Instagram tersebut menjadi salah satu pintu untuk menuju ke arah yang berilmu pengetahuan.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa banyak perubahan yang alami oleh para *follower* akun Instagram @sahabat_islami. Diantara kesadaran keagamaan yang terlihat jelas yaitu, memahami tentang tata cara hidup sosial dalam sebuah persahabatan, memahami tentang memilih sahabat yang membawa kita ke arah yang lebih baik, selalu mengingat tentang kematian, menjadi inspirasi untuk melakukan kebaikan sesama manusia atau tata cara beribadah kepada Allah, menjauhkan diri dari dunia pacaran serta mulai terjaga hawa nafsu yang membawa manusia ke arah kemaksiatan, dan lebih istiqamah dalam mengamalkan ilmu yang sudah didapatkan, menambahkan ilmu pengetahuan tentang keislamannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pesan-Pesan Dakwah yang terdapat pada akun Instagram @sahabat_islami dapat disimpulkan bahwa: Pertama, pesan aqidah yaitu membahas tentang keimanan, tentang hari kiamat, tauhid dan tentang memperbaiki iman. Kedua, pesan syariah yaitu membahas tentang memerangi hawa nafsu, melarang berpacaran sebelum menikah, menyuruh umat untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Ketiga, pesan akhlak yaitu membahas tentang menteladani akhlak Rasulullah, mempererat tali silaturahmi, menghilangkan sifat ego dalam diri manusia, bersifat sabar dalam menerima ujian, dilarang hidup dengan cara bereuforia. Dari ketiga pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @sahabat_islami tersebut yang paling menonjol yaitu pesan-pesan tentang akhlak yang membahas tentang perilaku yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

Komentar netizen terhadap postingan pada Akun Instagram @sahabat_islami dapat disimpulkan bahwa: Akun tersebut sangat bermanfaat untuk mendapatkan wawasan tentang keislaman. Di samping itu, komentar netizen memang mengandung unsur negatif dan positif, akan tetapi komentar yang diberikan oleh netizen lebih banyak yang positif, lebih sedikit yang memberi komentar negatif seperti mengatakan bahwa akun tersebut terindikasi dengan bisnis. Adapun komentar *follower* pada akun tersebut lebih dominan positif.

Pesan dakwah pada akun Instagram @sahabat_islami dalam meningkatkan kesadaran keagamaan dapat disimpulkan bahwa, sejak menjadi *follower*

Instagram tersebut mereka sudah berdampak ke arah yang lebih baik, dan sering mengamalkan tentang ilmu yang didapatkan melalui postingan pada akun tersebut. Selanjutnya ada juga netizen masih dalam proses implementasi dalam kehidupan sehari-harinya. Kesimpulannya, kebanyakan *follower* selalu mengamalkan pesan-pesan tentang Islam yang disampaikan melalui akun tersebut.

B. Saran

1. Diharapkan kepada admin agar selalu mengontrol postingan-postingan dari netizen lain agar tidak terkontaminasi dengan konten-kontek yang tidak mengandung nilai dakwah.
2. Diharapkan kepada admin agar konten-konten yang dipostingnya sesuai dengan perkembangan zaman.
3. Para admin harus mengutamakan postingan tentang keislaman daripada iklan-iklan yang mengganggu kenyamanan para netizen.
4. Para netizen agar selalu istiqamah dalam mengamalkan tentang ilmu yang didapatkan dari akun Instagram @sahabat_islami.
5. Akun instagram @sahabat_islami agar selalu mengatur waktu dan tema perhari untuk diposting agar postingannya mudah diterima *followers*.
6. Diharapkan agar mahasiswa jurusan KPI dapat membuat akun instagram yang bergerak dibidang dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Al-Maliki, Muhammad Alwi. *Syariat Islam Pengamalan Teks dan Realitas*. Yogyakarta: Elqis Press, 2003.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Akbar, Purnomo Setiady., dan Usman, Husaini. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Bachtiar, Wardi. *Metodelogi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos, 1977.
- Bungin, Burhan. *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Champion, Dean J., dan Black, Jame A. *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Semarang : PT. Karya Toha Putra
- Efendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remana Rosdakarya, 2003.
- Hadari, Nawawi. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2005.
- Hardiansyah, Haries. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika, 2001.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Imam, Nawawi. *Riyadhus Shalihin "Taman Orang-Orang Shalih*. Bab 23.
- Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.

- Muhtar, Efendy. *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2002.
- Nasroni, dkk. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2005.
- Peter J, Danaher., and Davis, Robert. (2003), *A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty*. Marketing Science.
- Puteh, M.Jakfar., dan Saifullah. *Dakwah Tekstual & Kontekstual : Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: AK Group, 2006.
- Puteh, M.Ja'far. *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2000.
- Rahmat, Jalaludin. *Islam Alternatif: Ceramah-Ceramah Di Kampus*. Bandung: Mizan, 1998.
- Saiful, Bambang Maarif. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak Anggota IKAPI, 2013.
- Schramm, Wilbur. *Big Media Little Media*. California: Sage Publication, 1977.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1986.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Stein, Steven J., and E, Book Howard. *Ledakan EQ : 15 Prinsip Dasar Kecerdasan Emosional Meraih Sukses*, terj. Trinanda Rainy Januarsari dan Yudhi Murtanto. Kaifa, Bandung, 2003.
- Usman, A.Rani. *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi*. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2013.
- Wahid Fathul, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, Yogyakarta: Gaya Media, 2004.

Zuriah, Nurul. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2006.

Jurnal:

Kertamuki, Rama. *Instagram dan Pembentukan Citra, Komunikasi Profetik*. Jurnal Komunikasi Profetik. 2015. Vol.08.1. hal. 57.

Ratnasari, Anne., dan Hamdan, Yusuf. *Pengguna Blog Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen*. Jurnal Penelitian Komunikasi. 2015. Vol.18.2. hal.91.

Skripsi:

Ervina. “*Efektivitas Celebrity Endorsement Sebagai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram (studi pada mahasiswa KPI fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry*”. Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2018.

Khoiri, Misbakhul. “*Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook K.H Abdullah Gymnasiar*”. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014.

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

Ramadhanti, Tatia Ridho. “*Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal Branding*”. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang, 2016.

Website:

Fida Rahman, Adi. *Pengguna Instagram Tembus 400 Juta, Indonesia Terbanyak*: www.detik.com.

Frommer, D. 2010. *Here's How To Use Instagram*. Dikutip dari Business Insider: www.businessinsider.com.

Kristo Yurio Fino, Kevin Systrom, *Pencipta Instagram yang Bikin Keder Facebook*: www.detik.com.

Saputra, Mulyadi. *Teori untuk New Media*. Artikel (Online). di akses melalui situs: <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.co.id/2013/05/teori-untuk-new-media.html>. 10 mei 18 pukul 22.30.

Lampiran 1 : Daftar dan biodata Instrument Wawancara

No	Nama	Tanggal lahir	Letting	Jurusan
1.	Nurul Hayad	20/10/1995	2013	Komunikasi Penyiaran Islam
2.	Arif Kurniawansyah	24/03/1996	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
3.	Putra Maulana Akbar	20/12/1996	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
4.	Eva Hazmaini	08/05/1997	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
5.	Vera Mauliza	28/08/1996	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
6.	RA Ardy Harry LT	14/06/1997	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
7.	Nurasul Ikma	06/12/1995	2014	Komunikasi Penyiaran Islam
8.	Cut Maulida Fajriana	30/06/1996	2015	Komunikasi Penyiaran Islam
9.	Samsul Bahri	21/06/1995	2016	Komunikasi Penyiaran Islam
10.	Muhammad Zikrullah	14/10/1998	2016	Komunikasi Penyiaran Islam
11.	Irfan Habibi	25/01/1998	2016	Komunikasi Penyiaran Islam

A. Apa Saja Pesan Dakwah yang Terdapat dalam Akun @sahabat_islami?

1. Bagaimana pesan syariah yang terdapat pada akun instagram @sahabat_islami?
2. Bagaimana pesan akhlak yang terdapat pada akun instagram @sahabat_islami?
3. Bagaimana pesan aqidah yang terdapat pada akun @sahabat_islami?
4. Bagaimana pesan tentang muamalat yang terdapat pada akun instagram @sahabat_islami?
5. Apakah konten yang disampaikan pada akun instagram @sahabat_islami berbentuk video, tulisan atau gambar?

B. Bagaimana Komentar Netizen Terhadap Postingan pada Akun @sahabat_islami?

1. Bagaimana tanggapan anda terhadap akun instagram @sahabat_islami?
2. Menurut anda, Apakah akun instagram @sahabat_islami sangat bermanfaat?
3. Menurut anda, Apakah akun instagram @sahabat_islami terindikasi dengan bisnis?
4. Menurut anda, lebih dominan kearah manakah konten akun instagram @sahabat_islami?
5. Bagaimana pendapat anda terhadap akun instagram @sahabat_islami?
6. Mengapa anda tertarik menjadi follower akun instagram @sahabat_islami?

C. Bagaimana Pesan Dakwah Akun @sahabat_islami dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan?

1. Apakah anda mengamalkan tentang konten yang dimuat pada akun instagram @sahabat_islami?
2. Apa saja yang anda dapatkan dari pesan dakwah pada akun instagram @sahabat_islami?
3. Pesan apa saja yang paling anda suka dan yang sering anda amalkan?
4. Sejauh mana anda memahami dan mengamalkan tentang konten dakwah pada akun instagram @sahabat_islami?
5. Apa saja manfaat yang telah anda rasakan selama menjadi follower pada akun instagram @sahabat_islami?
6. Apa saja perubahan yang anda rasakan dari konten dakwah pada akun instagram @sahabat_islami?

Lampiran 2: Kegiatan wawancara dengan para *follower* akun instagram @sahabat_islami



Gambar.1: Wawancara dengan Irfan Habibi



Gambar.2: Wawancara dengan Nurul Hayad

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.5170/Un.08/FDK/KP.00.4/11/2018

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2018/2019

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Ade Irma, B.H.Sc., M.A (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Azman, S.Sos.I., M.I.Kom (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Lisa Seri Wahyuni

NIM/Jurusan : 140401077/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : *Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2018;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 5 November 2018 M
27 Safar 1440 H

Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal: 6 November 2019



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah.arraniry.ac.id

Nomor : B.5313/Un.08/FDK.I/PP.00.9/11/2018

Banda Aceh, 14 November 2018

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada

Yth, 1. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
2. Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Lisa Seri Wahyuni / 140401077**

Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Alamat sekarang : Jl. Inong Balee Rukoh Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **"Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry."**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



Nomor : Istimewa
Lamp. : 1 (satu) eks.
Hal : Permohonan Surat Keterangan Revisi Judul Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

di -
Darussalam - Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lisa Seri wahyuni
NIM : 140401077
Sem / Jur : IX / Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) / Komunikasi
No. HP : 081262367658
Judul Skripsi : *Berita-Berita Dakwah Islamiyah Pada Akun Instagram @sahabat_Islami Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam FDK UIN Ar-Raniry.*

Dengan ini memohon kepada Bapak berkenan kiranya merevisi judul skripsi saya menjadi:

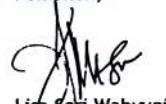
PESAN-PESAN DAKWAH AKUN INSTAGRAM @SAHABAT_ISLAMI DALAM MENINGKATKAN KESADARAN KEAGAMAAN (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry).

Sebagai bahan pertimbangan Bapak, bersama ini turut saya lampirkan:

- 1 (satu) lembar fotokopi SK Skripsi yang telah dilegalisir.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan pertimbangan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

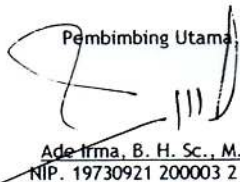
Darussalam, 01 November 2016
Pemohon,

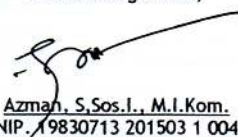

Lisa Seri Wahyuni
NIM.140401077

Pembimbing Utama,

Mengetahui / menyetujui,

Pembimbing Kedua,


Ade Irma, B. H. Sc., M.A.
NIP. 19730921 200003 2 004


Azman, S.Sos.I., M.I.Kom.
NIP. 19830713 201503 1 004

Catatan Jurusan KPI dan Pembimbing:

.....
.....
.....



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah.ar-raniry.ac.id

Nomor : B.152/Un.08/FDK.I/PP.00.9/01/2018
Lamp : -
Hal : **Telah Melakukan Penelitian Ilmiah**

Banda Aceh, 14 Januari 2019

Kepada
Yth, **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan surat Nomor : B.5313/Un.08/FDK.I/PP.00.9/11/2018,
tanggal 14 November 2018, tentang Penelitian Ilmiah Mahasiswa atas nama
saudara/i:

Nama /Nim : **Lisa Seri Wahyuni / 140401077**
Semester/Jurusan : **IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**
Alamat sekarang : **Jl. Inong Balee Rukoh Banda Aceh**

telah melakukan penelitian ilmiah dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :
"Pesan-pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat Islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry."

Demikian surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Wassalam
~~an Dekan,~~
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Lisa Seri Wahyuni
2. Tempat / Tgl. Lahir : Sikabu /13 Agustus 1997
Kecamatan Kuala Batee Kabupaten/Kota Aceh Barat Daya
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 140401077 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Desa Padang Sikabu
 - a. Kecamatan : Kuala Batee
 - b. Kabupaten : Aceh Barat Daya
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : lisaseriw@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : 2002 Tahun Lulus : 2008
10. MTs/SMP/Sederajat : 2008 Tahun Lulus : 2011
11. MA/SMA/Sederajat : 2014 Tahun Lulus : 2014
12. Perguruan Tinggi : 2014 Tahun Lulus : 2019

Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Alm. M.Salim
14. Nama Ibu : Siti Hawa
15. Pekerjaan Orang Tua : Petani
16. Alamat Orang Tua : Desa Padang Sikabu
 - a. Kecamatan : Kuala Batee
 - b. Kabupaten : Aceh Barat Daya
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 7 Januari 2019
Peneliti,

Lisa Seri Wahyuni