

STUDI DESKRIPSI PENYIARAN DAKWAH AKUN INSTAGRAM

@dakwahmuslimahid

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Sebagai Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Srata Satu Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos)



Oleh:

SANTI ANINDYA APSARI

B71213061

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Santi Anindya Apsari
NIM : B71213061
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Karanganyar 1 No. 57 wiyung , Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- 1) Skripsi ini belum pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademi apapun.
- 2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 10 Januari 2019



Santi Anindya Apsari
B71213061

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : SANTI ANINDYA APSARI
NIM : B71213061
JUDUL : STUDI DESKRIPSI PENYIARAN DAKWAH AKUN
INSTAGRAM @dakwahmuslimahid

Penelitian Skripsi ini telah kami setuju untuk diajukan pada Sidang skripsi Program Studi komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 10 Januari 2019

Dosen Pembimbing



TIAS Satrio Adhitama, MA
197805092006041004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Santi Anindya Apsari ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 29 Januari 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M. Ag

NIP. 196307251991031003

Penguji I,



H. Abdullah Sattar, S. Ag. M. Fil.I

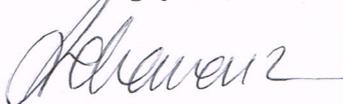
NIP. 196512171997031002

Penguji II,

Drs. H. Sulhawi Rubba, M. Fil.I

NIP. 195501161985031003

Penguji III,



Drs. Prihananto, M. Ag.

NIP. 196812301993031003

Penguji IV



M. Anis Bachtiar, M. Fil.I

NIP. 196912192009011002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Santi Anindya Apsari
NIM : B71213061
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam.
E-mail address : Shanti.saa@gmail.com.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STUDI DESEKripsi PENYIARAN DAKWAH

AKUN INSTAGRAM @DAKWAHMUSLIMAHID.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 February 2019

Penulis


(Santi Anindya Apsari)
nama terang dan tanda tangan

hanya sebatas untuk perbincangan tatap muka, akan tetapi berbicara di ruang publik, seperti media sosial perlu diperhatikan kebenarannya.

Salah satu akun yang menggunakan instagram sebagai media berdakwah adalah akun @dakwahmuslimahid. Akun @dakwahmuslimahid memiliki konten yang dapat menyampaikan nilai dakwah dengan acara baru dan menarik bagi pengguna media sosial Instagram lainnya. Dakwah yang dilakukan oleh akun @dakwahmuslimahid selain menggunakan media yang sedang tren namun juga memiliki metode yang unik dan menarik pengguna instagram yang mayoritas adalah kalangan anak muda atau remaja yang sedang membutuhkan penanaman moral secara Islami. Oleh karena itu kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun @dakwahmuslimahid dengan memanfaatkan media sosial Instagram dapat menyampaikan nilai dakwah secara lebih mudah dan efektif. Hal semacam ini dinilai sangat relevan untuk menyampaikan materi dakwah di kalangan remaja. Bahasa yang ringan, mudah dipahami dan pengemasan materi yang sangat unik berbentuk quotes serta ditambahkan caption dibawah nya menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu akun @dakwahmuslimahid tidak menggunakan sistem *endorsmen* untuk pengelolaan akun dakwah tersebut berbeda dengan akun dakwah yang lain yang menggunakan sistem *endorsmen* untuk menutupi biaya pengelolaan media dakwah sehingga bisa dikatakan bahwa akun dakwah @dakwahmuslimahid ini lebih fokus untuk kegiatan berdakwah di media instagram.

mengetahui secara pasti apa yang akan dia lakukan dengan *Burbn.com*, aplikasi yang telah dikembangkannya beberapa waktu yang lalu tersebut. Lalu dengan bantuan pemikiran kekasihnya, Nicole. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia menggaet sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta.

Kevin Systrom dan Mike Kreiger meneruskan eksekusi dan fokus dengan sangat bagus. mereka berkuat penuh pada satu platform tunggal, *iPhone*, dan melakukan satu hal tunggal, yakni berbagi foto. Twitter dan Facebook mengikuti pertumbuhan Instagram dengan penuh minat dan kecemasan. Pertumbuhan semacam itu merupakan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011, keadaan mulai memanas bagi Instagram. Pada beberapa bulan sebelumnya, basis penggunaannya berlipat ganda menjadi 30 juta dan versi Android siap-siap diluncurkan.

Tepatnya hari Kamis, 5 April, Zuckerberg yang saat itu sebagai CEO dari *Facebook*, mengirim pesan teks kepada Kevin Systrom, mengatakan dia ingin berbicara lebih jauh. Ketika bertemu, Zuckerberg bersikukuh bahwa *Facebook* adalah rumah sempurna bagi Instagram. Lalu ia membingkai ulang negosiasinya. Dengan angka final yang disepakati sebesar \$1 miliar yang merupakan kombinasi saham *Facebook* dan uang tunai pamanis sebesar \$500 juta. Salah satu alasan terbesar perusahaanperusahaan mengakuisisi adalah untuk mendorong pertumbuhan. *Facebook* mengakuisisi Instagram dengan harga \$1 miliar

untuk mengambil salah satu *App* fotografi sosial yang paling cepat pertumbuhannya tersebut. Jelas bahwa pengguna Instagram yang saat itu berjumlah 300 juta mengunggah banyak foto sehingga melampaui volume foto yang diunggah pengguna *Facebook* sendiri.

b. Pemanfaatan Instagram

Menurut Prof. Dr. J.S. Badudu dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, yang dikutip oleh Fadli Harisa R. mengatakan bahwa :
 ”Pemanfaatan adalah proses, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan. Dan definisi lain dari manfaat dikeluarkan oleh Dennis Mc Quail, Dennis juga mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan, yaitu :²⁰

1. Adanya oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media massa
2. Sedangkan kedua yaitu adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

c. Fitur – Fitur Instagram

Pada setiap media sosial, tentu terdapat fitur-fitur unggulan yang dimiliki. Tidak berbeda pula dengan Instagram. Instagram memiliki fitur-fitur unggulan, antara lain²¹ :

²⁰ Fadli Harisah R, *Pemanfaatan media sosial instagram akun @mrcreampuff sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan*. Jurnal JOM PISIP Vol. 4 No.2 –Oktober 2017

²¹ Atmoko Bambang Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. 2012. h. 28

1. 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 computer.
2. Comments, adalah layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari 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.
3. 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.
4. Profil, 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 di upload, jumlah *follower* dan *following*.
5. News Feed, merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna

instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan News”.

6. Stories, merupakan jendela yang menampilkan 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 di posting di halaman *Home*. Setiap stories yang dibuat oleh pengguna akan terlihat dalam kurun waktu satu menit akan berganti ke stories selanjutnya jika waktu tersebut telah habis 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.
7. Pengikut (followers), sistem sosial didalam instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.
8. Mengunggah foto, kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

9. Kamera, penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh si pengguna.
10. Efek foto, instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya.
11. Judul foto, setelah foto disunting, maka foto akan dibawa ke halaman berikutnya dan foto tersebut akan diunggah kedalam instagram ataupun ke jejaring sosial lainnya. Pada tahap ini, para pengguna dapat memasukkan judul foto dan juga menambahkan lokasi foto tersebut.
12. Arroba, instagram memiliki fitur yang dapat digunakan penggunannya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram tersebut.
13. Label foto, sebuah label pada instagram adlah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci.
14. Geotagging, setelah memasukkan judul foto, bagian selanjutnya adalah bagian geotag. Bagian ini muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS.

maksimal 2200 karakter dan dapat menggunakan berbagai *font* sesuai keinginan pengunggah. *Caption* dapat di isi materi dakwah sebagai pengalaman pengunggah maupun menjelaskan foto atau video yang di unggah.

3. Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada suatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian informasi.

Secara terminologi, media alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.²⁵ Media atau yang terkadang disebut juga alat, saluran (*channel*) dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi.²⁶

Dalam kamus komunikasi, media adalah sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan

²⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 123

²⁶ Teguh Meidana, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Armico, 1989), h. 36

- b) Media massa benda: spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
- c) Media massa periodik cetak dan elektronik: visual, audio, dan audio visual.³⁶

Media dakwah menurut Hamzah Yakub membagi media menjadi lima macam.³⁷

1. Lisan yakni dakwah secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, pidato, bimbingan, dan lain-lain.
2. Tulisan yaitu bentuk tulisan yang dapat berupa novel, majalah, koran, spanduk, dan lainnya.
3. Lukisan yakni segala bentuk gambar dapat berupa lukisan, fotografi, karikatur dan sebagainya.
4. Audio visual yakni dakwah berupa suara dan gambar. Seperti televisi, internet, dan lain-lainya.
5. Akhlak yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh mad'u.

c. Pedoman Pemilihan Media Dakwah

Dengan banyaknya yang ada maka da'i harus dapat memilih media paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan

³⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, h. 144.

³⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah Cetakan I* (Jakarta:Kencana, 2006), h. 32

Penulisan teks secara masal walaupun masih bersifat linier tetapi tidak dilakukan pada periode literature. Seiring ditemukannya teknologi mesin cetak oleh Johann Gutenberg, maka manusia pun memasuki periode percetakan. Buku dan material cetak dapat digunakan semua orang, sehingga produksi tulisan secara masal ini membentuk homogenitas dalam masyarakat karena terjadi pengiriman pesan yang sama kepada semua orang. Dilihat dari konsumsi pesannya, pada periode ini manusia tidak perlu berada berdekatan secara fisik untuk berbagi pesan, tetapi manusia seperti terisolasi dan masyarakatpun menjadi terfragmentasi.

4. Periode Elektronik

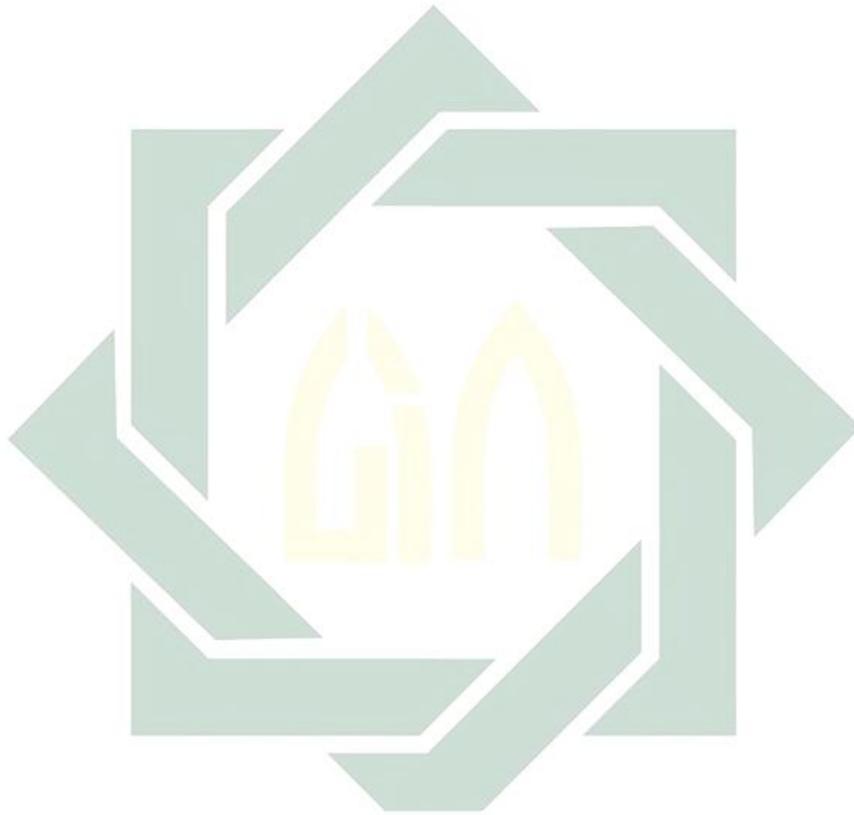
Ditemukannya teknologi telegraf menjadi awal dari periode musnanya fragmentasi masyarakat. Jauhnya jarak untuk berkomunikasi tidak dirasakan pada periode ini, sehingga manusia dengan manusia lainnya terasa menjadi sangat dekat. Kecanggihan dalam proses komunikasi ini memerlukan pemanfaatan indrawi secara maksimal, sehingga budaya lisan, budaya baca, budaya melihat dapat terintegrasikan dengan baik.

Penerapan teknologi ini dapat dilakukan dalam setiap konteks komunikasi. Namun, sesuai dengan ide McLuhan guna menekankan indra dalam proses komunikasinya dan media sebagai titik tolaknya, maka teori ini tetap diterapkan dalam konteks komunikasi massa. Misalnya media yang berkembang di masyarakat mempengaruhi bentuk

2.	Achmad Khabib	Pesan Dakwah Pada Media Cetak (Analisis Wacana Rubrik Majalah Kaki Langit Edisi ke – 39.	Sama-sama meneliti pesan dakwah pada media	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada media yang diteliti. Kemudian dari segi metode yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis wacana, sedangkan pada penelitian yang di teliti oleh peneliti saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.
3.	Fitriani Br Pane UIN Sumatera Utara Medan	Pesan-Pesan Dakwah Dalam Akun Teladan Rasul Pada Media Sosial Instagram	Sama-sama meneliti tentang pesan dakwah pada akun instagram @teladanrasul. dan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah Akun @teladanrasul. sedangkan subjek

			menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif	penelitian yang di angkat oleh peneliti saat ini adalah akun Instagram @dakwahmuslimahid.
4.	Kholifatur Rizkqiyah	Hidayatullah.com Sebagai Media Mandiri (Strategi Manajemen Redaksi Dalam Pelaksanaan Dakwah dan Daya Tarik Umat Melalui Situs Berita Online.	Sama-sama mengkaji tentang strategi media massa.	Subjek penelitian yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat saat ini.
5.	Restu Basuki UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggunaan Display Picture Blackberry Messenger di kalangan Remaja Masjid Al-Muttaqin)	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan sama – sama meneliti pesan dakwah di media sosial.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah Display Picture Blackberry Messenger, sedangkan subjek penelitian yang di

				angkat oleh peneliti saat ini adalah akun Instagram @dakwahmuslimahid.
--	--	--	--	---



Marsita Bustin selaku Admin akun instagram @dakwahmuslimahid. Alasan dipilihnya informan tersebut karena dirasa dapat memudahkan Peneliti untuk mendapatkan data yang akurat.

- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data, Dalam hal ini peneliti menggunakan instagram pada akun @dakwahmuslimahid sebagai data sekunder. Karena di dalam akun tersebut memuat sebagian informasi mengenai pesan dakwah yang disebarkannya.

Pengambilan sampel sumber data diawali dengan wawancara kepada Vira Marsita Bustin selaku admin akun instagram @dakwahmuslimahid. Pertimbangan ini diambil karena admin dirasa lebih tahu tentang sesuatu yang diharapkan oleh Peneliti. Sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi sosial yang akan diteliti.

D. Tahap-tahap Penelitian

- a. Tahap Pra Lapangan
 - 1) Menyusun Rancangan Penelitian

Terkait penelitian ini, peneliti terlebih dahulu membuat permasalahan yang akan dijadikan objek penelitian. Kemudian peneliti membuat matriks usulan judul hingga membuat proposal penelitian dengan subjek penelitian adalah @dakwahmuslimahid

- 2) Memilih Lapangan Penelitian

Sebelum membuat usulan pengajuan judul penelitian, terlebih dahulu menggali data atau informasi tentang objek yang akan diteliti terkait pemilihan

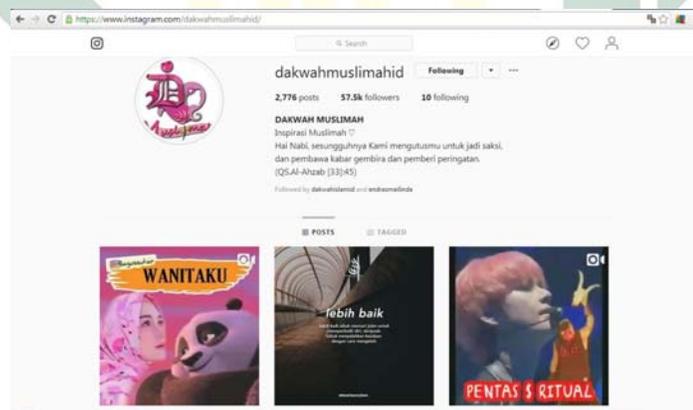
membentengi diri mereka agar tidak terjerumus dengan pergaulan bebas. Yang dijadikan visi oleh *Dakwahmuslimahid* menunjukkan bahwa kita diharuskan menyampikan hal-hal yang bersifat kebaikan kepada orang lain. Sehingga misi yang diharapkan oleh *Dakwahmuslimahid* dapat mudah terwujud dengan baik. Sehingga akun *Dakwahmuslimahid* bisa selalu menjadi media dakwah di tengah-tengah beranekaragam akun-akun di media instagram.

Dakwahmuslimahid merupakan salah satu akun komunitas dakwah yang banyak sekali peminatnya, dapat dilihat dari banyaknya pengikut atau *followers* di akun tersebut. Pada *Dakwahmuslimahid* tidak hanya sebagai wadah berdakwah saja, tapi juga sebagai media yang menginspirasi wanita-wanita muslimah khususnya pada kalangan anak muda yang lebih cenderung berada di sosial media daripada dunia nyata. Dengan tujuan para muslimah muda agar terbekali ilmu agama dan terinspirasi dari akun *Dakwahmuslimahid* supaya menjadikan dirinya sebagai wanita muslimah yang sejati. Materi-materi dakwah yang diberikan dan dibagikan juga tentang aqidah, syariah dan akhlaq selain itu juga memberikan inspirasi bagi kaum remaja untuk memantapkan diri dalam menghadapi problematika hidup yang sangat kompleks ini.

Akun instagram *@dakwahmuslimahid* ini terbuka untuk semua pengguna akun instagram, ini ditandai dengan walupun akun lain yang tidak mengikuti akun tetap bisa melihat foto atau vidio apa saja yang telah diunggah. Alasannya mengapa *@dakwahmuslimahid* tidak mengunci

akunya agar semua khalayak dapat melihat *postingan* setiap saat tanpa harus mengikuti akun instagram *@dakwahmuslimahid*.

Visualisasi akun instagram *@dakwahmuslimahid* terlihat dari foto profile yang menjelaskan huruf “D” besar dan siluet muslimah, sehingga huruf D itu mengatikan dakwah sedangkan siluet muslimah itu menunjukan perempuan muslim. Di bagian BIO terdapat kutipan ayat al-Qur’an (QS.al-Ahzab (33); 45) yang artinya “hai Nabi, sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan peringatan”. Dengan harapan akun ini bisa memberikan kabar gembira dan peringatan buat pagi para pengguna instagram khususnya kaum muslimah. Ini bentuk visual profil aukn instagram *@dakwahmuslimahid*.



4.1 *feed* akun instagram *@dakwahmuslimahid*

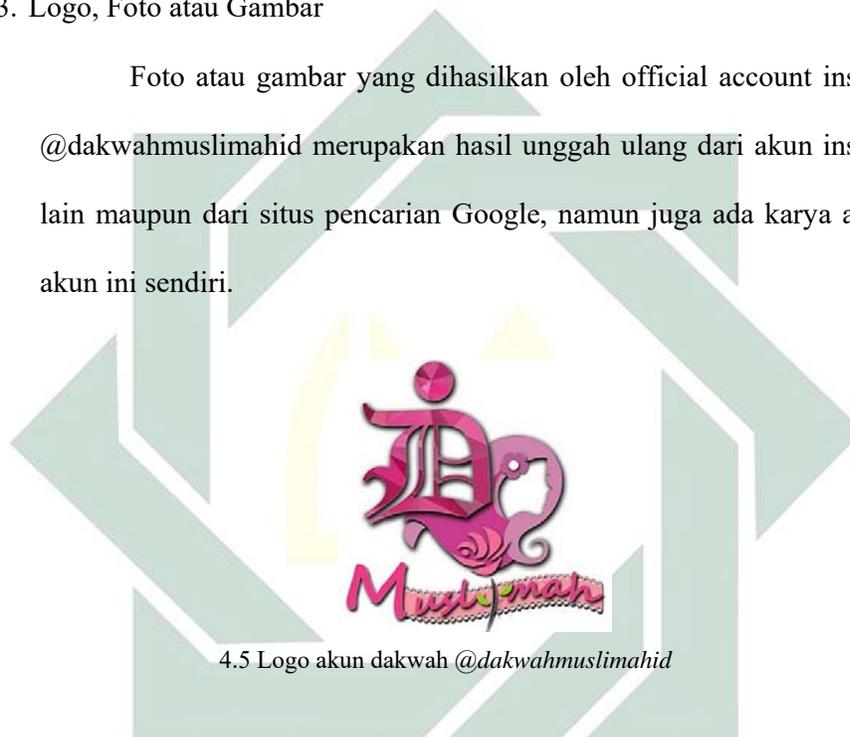
2. Followers

Sejak awal dibentuknya official account instagram *@dakwahmuslimahid* tahun 2012 hingga 2018, didapat sekitar 2 anggota dan 57.500 followers yang setia mengikuti perkembangan official account instagram *@dakwahmuslimahid*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

mencapai 51.793 pada bulan Desember 2018. Peningkatan followers pada akun @dakwahmuslimahid kebanyakan para pengguna akun instagram dari Ibukota Jakarta, diikuti kota Bandung dan kota-kota besar lainnya yang ada di Indonesia.

3. Logo, Foto atau Gambar

Foto atau gambar yang dihasilkan oleh official account instagram @dakwahmuslimahid merupakan hasil unggah ulang dari akun instagram lain maupun dari situs pencarian Google, namun juga ada karya asli dari akun ini sendiri.



4.5 Logo akun dakwah @dakwahmuslimahid

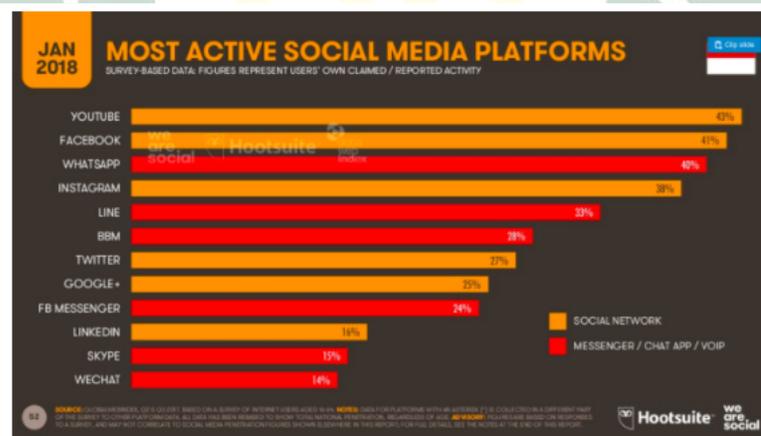


4.6 Beberapa unggahan di media sosial @dakwahmuslimahid

yang sering di posting dalam *official account instagram @dakwahmuslimahid*. Dalam hal ini dapat peneliti lakukan adalah menganalisis data bagaimana penyiaran dakwah di instagram pada akun *@dakwahmuslimahid*.

2. Ide Awal Berdakwah Di Media Instagram.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh We Are Social yang berkerjasama dengan Hootsuite, mengungkapkan dari total populasi masyarakat Indonesia yang mencapai 265,4 juta jiwa, setengah dari jumlah dari jumlah penduduk tersebut yakni 132,7 juta pengguna internet dan 130 jutanya adalah pengguna aktif media sosial dengan penetrasi 49%.⁶⁵



4.7 Grafik *platform* media sosial yang disukai oleh orang Indonesia

Melihat grafik Platform media sosial yang digemari oleh orang Indonesia diantaranya: YouTube 43%, Facebook 41%, WhatsApp 40%, Instagram 38%, Line 33%, BBM 28%, Twitter 27%, Google+ 25%, FB Messenger 24%, LinkedIn 16%, Skype 15%, dan WeChat 14%.

⁶⁵ <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos> di akses pada 31-12-2018 pada pukul 22.03

dakwah. Hal itu akan selalu di tampilkan dalam akun instagram *@dakwahmuslimahid* yang diminati kaum muda sehingga dapat menginspirasi mereka dalam hal kebaikan.

“kalau bicara konten ya mbak, biasanya mengikuti hal –hal yang diinginkan oleh kaum muda sehingga mereka melirik akun instagram kami, namun semua kita kaitan ke sisi agamisnya mbak”⁷¹

Konten yang menarik dalam akun media instagram akan selalu dirik oleh pengikutnya atau pengguna yang lain. Sehingga pemilik akun akan mentukan konten yang semenarik mungkin untuk para pengikutnya salah satunya dilakukan oleh *@dakwahmuslimahid* untuk mempertahankan sasarannya yakni anak muda mereka menyajikan konten yang dekat dengan mereka dengan mengangkat isu-isu kaum muda dalam persepektif agama.

“salah satu konten atau materi yang kita sajikan di instagram mbak, itu ajakan untuk jangan pacaran, menikah muda, itukan materi yang digemari muslimah saat ini mbak, biar mereka gak salah jalan kita kasih materi itu dalam perspektif islam”⁷²



4.8 Postingan yang pesanya ajakan untuk tidak pacaran

⁷¹ Wawancara dengan mbak wiwin pemilik *@dakwahmuslimahid* Pada 15 Oktober 2018

⁷² Wawancara dengan mbak wiwin pemilik *@dakwahmuslimahid* Pada 15 Oktober 2018

Kalau berbicara tentang aqidah maka yang menjadi topik pembicaraan adalah masalah keimanan yang berkaitan dengan rukun-rukun iman dan perannya dalam kehidupan beragama. @Dakwahmuslimahid tidak lupa memasukkan materi aqidah ke dalam kontek dakwahnya di instagram. Berikut ini merupakan bentuk materi dakwah dalam hal aqidah yang diunggah @dakwahmuslimahid ke akun instagramnya.



4.10 Postingan yang pesanya tentang Aqidah

b. Syariah

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam diberbagai penjuru dunia, dan sekaligus merupakan hal yang patut dibanggakan.

Kelebihan materi syariah Islam antara lain adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat yang lain. Syariah ini bersifat universal yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim. Bahkan hak

seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini maka tatanan sistem dunia akan diatur dan sempurna.⁷⁶



4.11 postinganya tentang Syariah

c. Akhlak

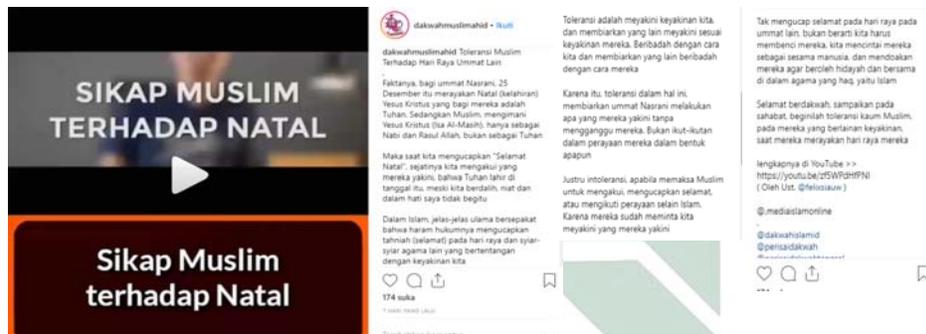
Materi akhlak ini diorientasikan untuk menentukan baik dan buruk, akal dan kalbu berupaya untuk menemukan standar umum melalui kebiasaan masyarakat. Karena ibadah dalam Islam sangat erat kaitannya dengan akhlak. Pemakaian akal dan pembinaan akhlak mulia merupakan ajaran Islam. Dengan demikian materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kreteria perbuatan manusia serta kewajiban yang harus dipenuhinya.



4.12 Postingan terkait pesan akhlak

⁷⁶ Ibid, hal 26-27

Memberikan deskripsi pada setiap unggahan di Instagram itu untuk menjelaskan isi dari visual yang dibuat dan ditampilkan di Instagram. Sehingga masyarakat bisa memahami visual dan penjelasannya dengan baik. Ini lah contoh caption dalam unggahan di akun *@dakwahmuslimahid*.



4.13 contoh *caption* untuk menjelaskan materi dalam postingan

Contoh diatas bentuk bahwa tidak hanya dengan memberikan visual yang menarik saja, juga memberikan penjelasan di bagian deskripsi unggahan sehingga. Para pengikut akun *@dakwahmuslimahid* benar-benar memahami konteks yang disampaikan melalui akun Instagram ini. Akun *@dakwahulimahid* dalam melakukan aktivitas *postingan* foto tidak memiliki aturan atau prosedur yang pasti. Sebagai akun dakwah yang lebih mementingkan pesan yang disampaikan sesuai dengan visi *@dakwahmuslimahid* ini.

“tidak ada prosedur postingan yang pasti dalam setiap postingan, karena visi kita sampaikan walau satu ayat, itu yang menjadi pegangan saya untuk selalu berdakwah di media Instagram ini”⁸⁰

Melihat visi yang diusung oleh akun *@dakwahmuslimahid* yakni

“sampaikan walaupun satu ayat” tentang anjuran untuk menyampaikan

⁸⁰ Wawancara dengan mbak wiwin pemilik *@dakwahmuslimahid* Pada 15 Oktober 2018

buat pelakunya. Hal itu juga dialami oleh admin ketika ada pengikutnya menceritakan dampak dari postingan di akun *@dakwahmuslimahid* menjadikan dirinya lebih baik lagi. Kebingungan para pengikutnya untuk mendapatkan solusi dalam mengatasi masalah kehidupannya. Dua faktor ini yang menguatkan wiwin dan vira untuk tetap aktif dalam berdakwah di media instagram.

Melihat hidayah yang diberikan Allah tidak tahu bagaimana caranya dengan berbagai cerita yang dilakukan oleh para pengikut akun *@dakwahmuslimahid* ini yang membuktikan bahwa berdakwah melalui media instagram di zaman bertekhnologi ini sangat membantu kaum muda yang dengan kesibukannya masih dapat informasi atau wawasan islami melalui media instagram. Dakwah melalui media sosial tidak bisa dipandang sebelah mata pada zaman ini. Dikarenakan anak remaja saat ini lagi meminati akun media instagram.

Instagram juga menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang bisa terjalin didalamnya. Instagram menajikan para penggunanya dengan kemudahan dan keberagamn fitur yang ditawarkan dibandingkan dengan media sosial yang lain. Kehadiran fitur-fitur baru pun membuat para pengguna instagram semakin nyaman berlama-lama dalam menggunakan instagram, juga mengundang pengguna baru karena keunikan fitur yang dimilikinya.

unggahan foto atau vidio. Sehingga konten dakwah tidak hanya terikat dengan foto atau vidio yang diunggah, namun dengan adanya fitur *Instastory* dan feed itu untuk menarik pengguna instagram menjadikan proses dakwah itu berlangsung dengan baik.

a. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan diatas sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Versi Miles dan Huberman, ada tiga tahapan analisis yaitu mereduksi data, penyajian data, dan serta penarikan kesimpulan. Kedua hal tersebut mereduksi dan penyajian data sudah dipaparkan diatas. Dengan hal tersebut bisa diperoleh beberapa temuan mengenai pola penyiaran media dakwah pada akun *@dakwahmuslimahid*

1. *@dakwahmuslimahid* memberikan alternatif pilihan bagi pengguna instagram dengan memberikan informasi yang mengandung nilai-nilai ke-Islaman.
2. Konten dakwah yang disampaikan oleh akun *@dakwahmsulimahid* dalam setiap *postingan* berisikan pesan dakwah berupa aqidah, syaruah dan akhlak. Selain itu juga memberikan informasi yang inspiratif bagi kaum muslimah. Pesan yang diminati oleh pengguna instagram yakni konten yang berisikan ajakan menikah muda dan jangan pacaran.

remaja, yang saat ini mereka sangat ketergantungan dengan media instagram, sehingga dakwah melalui instagram bisa menembus kaum remaja dengan tidak terhalang oleh waktu.

Dikarenakan dalam teori ini manusia tidak lepas dari media, sehingga untuk memanfaatkan kondisi tersebut pemilik *@dakwahmuslimahid* ini berdakwah dengan cara yang berbeda sehingga media yang dikonsumsi kaum remaja tersebut bisa memberikan pengetahuan atau nilai manfaatnya bagi pengguna instagram.

Pengaruh teknologi media pada masyarakat menjadi gagasan utama dari teori ini. teori determinisme memiliki asumsi bahwa:

1. Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat.

Dalam hal ini dengan adanya akun dakwah di media instagram yang sangat di gemari oleh masyarakat indonesia khususnya kaum remaja masa kini. Instagram saat ini terdapat informasi yang begitu banyak setiap detikanya hingga tak terhitung lagi. Tidak semuanya informasi itu layak dikonsumsi oleh masyarakat. Dengan adanya hal akun dakwah ini sedikit memberikan informasi yang bersifat kebaikan ditengah-tengah informasi yang masih simpang siur kebenarannya. Sehingga masyarakat dapat mengambil

kebaikan dari semua postingan di instgram khususnya akun dakwah *@dakwahmuslimahid* ini.

Sehingga dapat mempengaruhi perbuatan atau tindakan masyarakat. Sesuai data penelitian diatas, bahwa dakwah yang dilakukan oleh *@dakwahmuslimahid* berdampak pada pengikutnya, dengan melihat postingan di instgram *@dakwahmuslimahid* ini mereka merasa mendapatkan hidayah dari postingan *@dakwahmuslimahid*. Tidak dapat dipungkiri asumsi pertama pada teori ini sangat berkesinambungan dengan data yang diungkapkan oleh peneliti dari sumber yang terpercaya.

2. Media memperbaiki persepsi dan mengolah pengalaman manusia.

Para ahli teori media ini mempercayai bahwa media mampu memperbaiki persepsi, mempengaruhi dan mengolah pengalaman manusia terhadap dunia. McLuhan menyampaikan, media mempengaruhi seseorang dalam memulai harinya melalui informasi yang didapatkan melalui media. Hal ini yang mencoba diwujudkan oleh akun *@dakwahmuslimahid* dengan mencoba memberikan penawaran informasi tentang ajakan kebaikan dan pesan-pesan yang mengandung aqidah, syariah dan akhlah, sehingga

seperti yang diungkapkan oleh informan yang disajikan di penyajian data diatas bahwa mereka juga memberikan respon atau meminta pertimbangan mengenai kegelisahan hidup mereka dengan cara curhat atau minta pertimbangan di DM (*direct message*) instagram. Kegiatan itu menjadikan mereka terikat dalam dunia secara bersama-sama sesuai dengan asumsi ketiga dari teori ini.

Peradaban media dalam kehidupan selalu berubah mengikuti zaman. Pada saat ini menurut McLuhan pada periode elektronik. Yang mereka tidak lagi memandang jauh jarak untuk berkomunikasi sehingga manusia dengan manusia lainnya terasa sangat dekat. Kecanggihan dalam proses komunikasi ini dimanfaatkan oleh pemilik akun *@dakwahmuslimahid* ini untuk berinovasi dengan semakin tinggi dan kesibukan kerja masyarakat sulit untuk datang kegiatan positif dengan kecanggihan media teknologi pada periode ini mereka membuat akun dakwah di instagram.

Akun *@dakwahmuslimahid* menawarkan cara berdakwah yang bisa *diakses* kapanpun dan dimanapun sehingga mereka para pengikut merasa dekat dengan pemilik sehingga mereka bisa berbagi informasi melalui dm di fitur instagram sehingga komunikasi antar pengguna atau pengikut dengan pemilik akun bisa terjalin dengan baik tanpa ada hambatan jauh atau kesibukan mereka.

Penelitian ini ketika diakitikan dengan efek teknologi yang menjadi gagasannya McLuhan yang dikenal dengan sebut sebagai tetrad, hanya terdapat pada satu hal yakni penguatan (*Ienchancement*) maksudnya media memperkuat indra manusia memberikan kekuatan dalam akses informasi yang lebih luas, memperkuat pembagian kelas di masyarakat karena mampu mengakses informasi. Seperti yang dilakukan oleh akun *@dakwahmuslimahid* ini yakni mempermudah masyarakat dalam mengambil atau mendapat informasi tentang agama dan inspirasi dalam akun media sosial instagram masing-masing. Sehingga dengan hal itu dapat memperkuat keimanan dan wawasan keislaman mereka, juga dapat menjadikan pribadi yang lebih baik lagi dalam bertingkah laku.

Begitu besarnya potensi dan efisien yang didapatkan ketika berdakwah di akun media instagram dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan media untuk mengajak para pengguna aktif dalam kegiatan dakwah, sehingga dapat memberikan manfaat yang tidak terhalang oleh jarak dan waktu.

Ketika ditarik dalam ranah penyebaran pesan-pesan dakwah hal itu tercermin dalam surat Saba' ayat 28 ber bunyi:

وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ
بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْتُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴿١٥٣﴾

“153. dan bahwa (yang Kami perintahkan ini) adalah jalanKu yang lurus, Maka ikutilah Dia, dan janganlah kamu mengikuti jalan-jalan (yang lain)⁹¹, karena jalan-jalan itu mencerai beraikan kamu dari jalanNya. yang demikian itu diperintahkan Allah agar kamu bertakwa.”(Q.S. Al An’am ayat 153)⁹²

Di samping perintah Allah SWT. Nabi Muhammad SAW. Juga bersabda kepada ummatnya: “sampaikanlah walau hanya satu ayat”⁹³ sabda Nabi ini memiliki makna bahwa seluruh umat Islam senantiasa harus menyampaikan ilmu yang di miliknya kepada orang lain, kapanpun, di manapun mereka berada. Hal ini sebagai tanggung jawab pribadi muslim dalam menjalani kehidupan di muka bumi ini. hal itu yang dijadikan visi dalam berdakwah oleh akun instagram @dakwahmuslimahid.

Semangat dakwah yang ditegaskan Nabi Muhammad SAW diatas; meskipun hanya satu ayat, merupakan satu bentuk “tanggung jawab moral” yang sangat mengakar di kalangan umat Islam. Segala daya dan upaya untuk melakukan dakwah terus dilakukan hingga kini. Pada masa kini dakwah telah menggunakan media digital dalam

⁹¹ Shalat wusthaa ialah shalat yang di tengah-tengah dan yang paling utama. ada yang berpendapat, bahwa yang dimaksud dengan shalat wusthaa ialah shalat Ashar. menurut kebanyakan ahli hadits, ayat ini menekankan agar semua shalat itu dikerjakan dengan sebaik-baiknya.

⁹² Sabaikah *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Bandung: Sinar Baru AL Gesindo, 2009)

⁹³ Derwin, dkk, “Aksesibilitas Media Sosial Dakwah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN PALU” *Al-Mishbah*, Vol.12 No. 2 Juli-Desember 2016; hal 199

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh, Ali, *Ilmu Dakwah*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2009
- Aziz, Moh, Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Bambang Dwi, Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. 2012
- Bambang, Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, Jakarta: Media Kita, 2012
- Bambang, Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012
- Bambang, Saiful, Maarif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung; Simbiosis Rekatama Media
- Berkowski, George How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia, Tangerang: Gemilang, 2016
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Derwin, dkk, “Aksesibilitas Media Sosial Dakwah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN PALU” *Al-Mishbah*, Vol.12 No. 2 Juli-Desember 2016
- Djamal, Hidajanto, Fachruddin Andi, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: Kencana, 2013

