



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI
MILENIAL DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

**Mas Ning Maulidya Nur Azizah
NIM. B01217031**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Mas Ning Maulidya Nur Azizah

NIM : B01217031

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MILNEIAL DI SURABAYA** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 26 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan



Mas Ning Maulidya Nur Azizah
B01217031

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Mas Ning Maulidya Nur Azizah

NIM : B01217031

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Mei 2021

Menyetujui

Pembimbing,



Drs. Prihananto, M.Ag.

196812301993031003

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Disusun Oleh

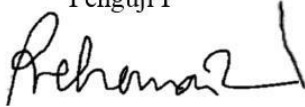
Mas Ning Maulidya Nur
Azizah

B01217031

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Strata Satu Pada tanggal 5 Juli 2021

Tim Penguji

Penguji I



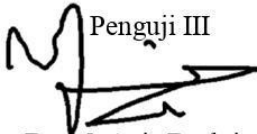
Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP. 196812301993031003

Penguji II



Dr. H. Sunarto AS, MEI
NIP. 195912261991031001

Penguji III



Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

Penguji IV



Dr. H. Abdulrah Sattar, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

Surabaya, 5 Juli
2021




M. Abdul Halm, M.Ag.
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : Mas Ning Maulidya Nur Azizah
NIM : B01217031
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : masningmaulidy@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 :

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL DI SURABAYA

berserta 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, 27 Oktober 2021

Penulis

(Mas Ning Maulidya Nur Azizah)

ABSTRAK

Mas Ning Maulidya Nur Azizah, NIM. B01217031, 2021.
Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial di Surabaya.

Generasi milenial di Surabaya menggunakan fitur yang ada di dalam aplikasi instagram untuk membuat konten dakwahnya agar menjadi terlihat lebih menarik. Mengunggah dalam bentuk postingan foto, video dan sebagainya. Berdakwah di media sosial instagram juga dapat menambah manfaat seperti amal jariyah, mendapatkan banyak informasi, hiburan, dan sebagai tempat untuk diskusi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Kata kunci :

Instagram, Media Dakwah, dan Generasi Milenial

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Mas Ning Maulidya Nur Azizah, NIM. B01217031, 2021. Use of Instagram as a Media of Da'wah for Millennial Generation in Surabaya.

The millennial generation in Surabaya uses the features in the instagram application to make their preaching content look more attractive. Uploading da'wah in the form of posting photo, video and others. Preaching on social media on instagram can add benefits such as charity, getting lots of information, entertainment, and as a place for discussion.

This research is a descriptive study with a qualitative approach. Data collection techniques using observation, questionnaires, interviews and documentation. The data obtained were then analyzed descriptively by means of data reduction, data presentation and conclusions.

Keywords:

Instagram, Da'wah Media, and Millennial Generation.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI.....	iv
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Konsep.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II	14
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH GENERASI iMILENIAL	14
A. Media Dakwah Instagram bagi Generasi Milenial .	14
B. Kriteria Pemilihan Media Dakwah	15
C. Instagram Sebagai Media Dakwah	16
D. Generasi Milenial	18

E.	Teori Uses and Gratification	22
F.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	25
BAB III.....		29
METODE PENELITIAN		29
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B.	Objek Penelitian dan Subyek Penelitian.....	29
C.	Jenis dan Sumber Data.....	30
D.	Tahap-Tahap Penelitian	33
E.	Teknik Pengumpulan Data	33
F.	Teknik Validitas Data.....	34
G.	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV		36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
A.	Deskripsi Umum Subyek Penelitian	36
B.	Penyajian Data	41
C.	Analisis Data	51
D.	Pembahasan.....	66
BAB V.....		68
PENUTUP.....		68
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran	68
C.	Keterbatasan Penelitian	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
DOKUMENTASI FOTO INSTAGRAM.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil dan tanggapan followers 33

Tabel 4.1 Profil dan contoh dakwah	48
Tabel 4.2 Profil dan contoh dakwah	49
Tabel 4.3 Profil dan contoh dakwah	51
Tabel 4.4 Profil dan contoh dakwah	60
Pedoman Wawancara.....	75
Pedoman Observasi.....	75
Pedoman Dokumentasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan dakwah.....	4
Gambar 1.2 Postingan dakwah.....	5
Gambar 1.3 Postingan dakwah.....	6
Gambar 3.1 Grafik Pengguna instagram.....	32
Gambar 4.1 Profil instaram generasi milenial	42
Gambar 4.2 Profil generasi milenial	44
Gambar 4.3 Profil generasi milenial	46
Gambar 4.4 Profil generasi milenial	53
Gambar 4.5 Postingan dakwah.....	54
Gambar 4.6 Komentar instagram.....	55
Gambar 4.7 Postingan Dakwah.....	61
Gambar 4.8 Postingan Dakwah.....	62
Gambar 4.9 Postingan Dakwah.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang mengajarkan dakwah. Dakwah yaitu mengajak dalam kebaikan untuk suatu hal untuk peningkatan ibadah maupun pengabdian kepada Allah SWT.² Bentuk perwujudan dakwah tidak sekedar dalam bentuk kegiatan pembinaan, melainkan menuju tatanan yang lebih luas yang meliputi seluruh dimensi kehidupan seperti ekonomi, sosial, politik, dan sebagainya. Dengan adanya dakwah, umat akan menjadi lebih tercerahkan dan mengetahui mana jalan yang benar dan yang salah.³

Dalam al-Qur'an dan Sunnah disebutkan bahwa dakwah merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seluruh umat muslim. Seperti tertuang dalam QS. An-Nahl ayat 125 Allah SWT berfirman.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk.⁴

² Sunarto AS, *Etika Dakwah*, (Surabaya: Jaudar Press, 2015), h. 4

³ Eko sumadi, *Dakwah dan Media Sosial, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, AT-Tabsyir, Vol. 4, No. 1 2016, h. 177

⁴ Kementerian Agama RI, *Al Qur'an Cordoba*, (Bandung: Cordoba Internasional – Indonesia, 2018), h. 281

Ayat di atas dapat dipahami bahwa hukum dalam melaksanakan dakwah adalah wajib bagi muslim maupun muslimat. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, dakwah saat ini berkembang secara signifikan, menjadikan eksistensi komunitas muslim di sosial media telah membawa mereka kepada gaya baru dalam berinteraksi dengan agama Islam. Berdakwah pada saat ini sudah tidak disampaikan di tempat, dan tidak harus pula bertemu secara tatap muka. Contohnya seperti berada di masjid, mushalla, acara pengajian, acara peringatan hari besar Islam dan sebagainya. Saat ini komunitas muslim, telah memanfaatkan media jejaring sosial sebagai media untuk saling berbagi informasi tentang agama Islam. Penggunaan sosial media oleh komunitas muslim selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.⁵

Media sosial tidak hanya digunakan untuk membuka jaringan pergaulan di dunia maya, media sosial memberikan dampak yang cukup besar dari berbagai hal.⁶ Contohnya yaitu seperti Facebook, Line, Twitter, Youtube, dan Instagram saat ini sapat digunakan sebagai sasaran media untuk melakukan dakwah.

Kemunculan aplikasi instagram telah memberikan kemudahan dalam menjangkau masyarakat secara luas. Seperti diketahui saat ini hampir setiap rumah sudah memiliki akses internet. Maka dari itu media sosial disebut sebagai alat yang berkesan dalam menyampaikan pesan dakwah. Banyaknya pengguna

⁵ Ahmad Fathan Hidayatullah, *Twitter Sebagai Media Dakwah, Jurnal Teknoin*, Vol. 22 No. 1 2016, h.38

⁶ Adi Wibowo, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital, Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 03 No.2 2019, h. 341

instagram dari kalangan mana saja, membuat instagram menjadi media sosial yang banyak diminati pada saat ini, serta menjadikan wadah sebagai media dakwah, baik bagi da'i maupun da'iah dalam menyampaikan dakwahnya.⁷ Sedangkan, pemanfaatan instagram bisa melalui beberapa bentuk seperti mengunggah foto, video, komik, gambar, *quotes* dan lain-lain. Hal tersebut membuat kalangan anak milenial di Surabaya memanfaatkan instagram menjadi sarana untuk berkomunikasi dan menjadikannya sebagai media dakwah.

Berikut yang merupakan cara generasi milenial dalam memanfaatkan *instagam* untuk berdakwah yaitu dengan mengunggah foto maupun video baik di *instastory* maupun di laman profilnya. i



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁷ Yoesiana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018, h. 8



Gambar 1.1

(Dakwah dengan mengunggah foto dan menambahkan caption di profil Instagram)

Pada gambar di atas Windy (@windycaang) memanfaatkan instagramnya dengan cara mengunggah fotonya dan memberikan caption dunia pasti fana, cinta terkadang semu, tetapi doa itu sempurna. Dalam caption tersebut Windy mengingatkan agar kita terus berdoa kepada Allah karena doa merupakan bentuk yang sempurna melebihi bentuk apapun itu, dan semakin kita sering berdoa kepada-Nya maka Allah akan mengabulkan apapun yang kita minta kepada para

hamba-Nya. Dari postingan tersebut tanggapan para followersnya banyak yang merespons positif, karena dengan memberikan caption tersebut followersnya menjadi terbuka dalam pemikiran serta sadar betapa pentingnya untuk memperbanyak doa kepada Allah SWT.



Gambar 1.2

(Dakwah dengan mengunggah di Instastory)

Dalam unggahan gambar tersebut (@meyamandaa) menyampaikan dakwah di insta story miliknya. Dakwah yang disampaikan Amanda berisi tentang pesan yang bermaksud untuk mengingatkan pada

followersnya untuk selalu bersyukur atas nikmat yang telah Allah SWT ciptakan, agar di saat turun hujan kita tidak perlu untuk berkeluh kesah, karena saat turun hujan membawa kebaikan dan keberkahan yang terus semakin bertambah. Respons para followers Amanda banyak yang positif, karena dengan mengunggah instastory tersebut membuat followersnya menjadi tahu akan rasa syukur yang harus kita panjatkan atas nikmat yang telah Allah SWT berikan saat turunnya hujan.



Gambar 1.3
(Dakwah dengan mengunggah video di profil Instagram)

Dalam gambar tersebut (@felyciafad) mengunggah video dakwah Hanan Attaki yang diunggah di Instagram profilnya. Meskipun hanya mengunggah video dakwah Hanan Attaki secara tidak langsung Cicik turut menyebarkan dakwah, dalam video tersebut terdapat pesan yang berisi bahwa kalau ada rasa yang kemudian bikin kita melakukan perbuatan-perbuatan yang Allah SWT tidak suka, sudah pasti bukan cinta tetapi itu semua hanya perbuatan dari syaitan serta hanya hawa nafsu manusia. Dengan mengunggah dakwah tersebut Cicik mendapatkan tanggapan yang positif dari followersnya.

Maka, pemanfaatan instagram sebagai media dakwah di sini berarti upaya dalam menggunakan atau memakai media sosial instagram sebagai alat yang menyalurkan pesan dakwah kepada mad'u yaitu para pengguna instagram, dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi generasi milenial di Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi generasi milenial di Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi pembaca:

1. Manfaat Teoretis

Dari hasil penelitian dapat memberikan pengetahuan dan pemikiran baru terhadap perkembangan keilmuan dalam bidang komunikasi, terutama untuk Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Manfaat Praktis

Dapat memperluas dan menyebarkan agama Islam dengan cara berdakwah, khususnya bagi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini bisa dijadikan tambahan keilmuan untuk pembinaan dan pengembangan jurusan.

E. Definisi Konsep

1. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya. Instagram sendiri berasal dari kata “instan” dan “telegram”. Kata “instan” yang berarti mendasari penamaan “insta” dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.⁸

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸ *Instagram*, diakses pada 13 Oktober 2020 dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Menurut ahli, instagram merupakan sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya.⁹

2. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Media dakwah juga merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah.¹⁰ Menurut ahli, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.¹¹

Dari berbagai media dakwah yang ada lahirlah kategori media dakwah yang dibagi menjadi dua yaitu media massa dan non media massa. Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi :¹²

a) Media Visual

Media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan. Perangkat media

⁹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 10

¹⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012), h. 288

¹¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993) h.61

¹² M. Fahmi Abdul Ghoni, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah, Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang, 2018 h. 22

visual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah adalah film slide, transparansi, overhead proyektor (OPH), gambar, foto, dan lain sebagainya.

b) Film slide

Media film slide berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan, pengoperasian film slide melalui proyektor film slide yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen (layar).

c) Gambar dan foto

Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimana-mana, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik. Dalam perkembangannya, gambar dan foto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah, seorang da'i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah dengan efektif dan efisien.

d) Media Audio

Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran. Contoh: radio dan tipe recorder. Media Audio Visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar (visual) dan

suara (audio) secara bersamaan. Contoh :
film, seni drama, tv

e) Media Sosial

Media sosial termasuk dalam media baru atau new media, yang merupakan bagian dari komunikasi massa yang dimana telah terjadi perkembangan teknologi.¹³ Istilah media baru dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, sering kali memiliki karakteristik yang bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini dapat memungkinkan orang untuk bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

3. Generasi Milenial

Merupakan sebuah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan

¹³ Vitri Naingolan, *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNSRAT Manado*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi UNSRAT 2018, h. 4

tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi *Baby Boomers* dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang disebut sebagai “*Echo Boomers*” karena adanya “*booming*” (peningkatan besar), tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an.¹⁴

Generasi milenial dikatakan selalu berkaitan dengan teknologi dan menjadi sorot utama pada saat ini, baik di media maupun di masyarakat. Disebut berkaitan dengan teknologi karena generasi milenial open minded terhadap teknologi. Peran generasi milenial ini sangat besar di era digital, dengan kecanggihan smartphone mereka sudah bisa membuat berbagai konten dan bisa mengakses apa saja dengan mudah. Dengan ide-ide kreatif, mereka bisa memulai karirnya menjadi konten creator, youtuber, dan juga membuka online shop. Sering kali banyak dari mereka yang sukses berkat kemajuan teknologi saat ini.

4. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan kata dari manfaat, yaitu suatu yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Hal tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan atau pemakaian hal-hal yang berguna, baik dipergunakan secara langsung maupun secara tidak langsung agar dapat bermanfaat.¹⁵ Sedangkan, pemanfaatan instagram sebagai media dakwah adalah suatu proses atau

¹⁴ *Generasi Milenial*, diakses pada 14 Oktober 2020 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>

¹⁵ *Pengertian Pemanfaatan*, diakses pada 14 April 2021 dari Definisi Pengertian Pemanfaatan - Definisi dan Pengertian Menurut Ahli (definisi-pengertian.com)

cara pembuatan dalam memanfaatkan instagram sebagai tempat atau media dalam menyampaikan dakwah. Kita dapat memanfaatkan fitur yang ada untuk mengunggah konten-konten dakwah yang akan kita bagikan seperti dapat mengunggah foto, video, komentar, like, instagram story, dan igtv.

F. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini terdiri dari lima bab sebagai berikut.

Bab satu merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan kerangka teoritik yang membahas tentang pengertian instagram, pengertian media dakwah, penelitian terdahulu yang relevan.

Bab tiga merupakan metode penelitian yang membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, Teknik validitas data, teknik analisis data.

Bab empat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian prespektif teori, prespektif Islam.

Bab lima merupakan penutup, yang merupakan hasil simpulan, rekomendasi, serta keterbatasan penelitian.

BAB II

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH GENERASI MILENIAL

A. Media Dakwah Instagram bagi Generasi Milenial

1. Pengertian dan Jenis-jenis Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u, media dakwah juga merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan sebuah materi dakwah.¹⁶ Jenis-jenis media dakwah:

a. Media Tradisional

Media dakwah tradisional, merupakan sebuah cara masyarakat jaman dulu dalam menyampaikan dakwahnya yaitu dengan berbagai macam seni yang secara tradisional dipentaskan di depan khalayak umum yang memiliki sifat hiburan. Seperti, wayang kulit, ketoprak, ludruk, drama, teater, dan sebagainya.

b. Media Modern

Media dakwah saat ini beralih ke media modern yang menggunakan alat-alat modern dengan media elektronik. Diantaranya yaitu televisi, radio, surat kabar, internet, media sosial dan lain-lain.

Menurut ahli ada beberapa jenis dalam media dakwah, diantaranya:¹⁷

a. Berbentuk lisan, yaitu dakwah yang disampaikan secara langsung melalui

¹⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012), h. 288

¹⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah Cetakan 1*, (Jakarta:Kencana, 2006), h. 32

- perkataan seperti ceramah, khutbah, pidato, bimbingan, dan lain-lain
- b. Secara tulisan, yaitu bentuk tulisan yang dapat berupa novel, majalah, koran, spanduk, dan sebagainya.
 - c. Berbentuk sebuah lukisan, segala bentuk gambar dapat berupa lukisan seperti fotografi, karikatur dan sebagainya.
 - d. Audio visual, merupakan dakwah yang berupa suara dan gambar, contoh: televisi, internet, dan lain-lain.
 - e. Akhlak yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh mad'u.
- B. Kriteria Pemilihan Media Dakwah**

Sebagai seorang da'i maupun dai'ah harus dapat memilih media paling efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya, yaitu tentu dengan pemilihan yang tepat dalam pemilihan media. Beberapa kriteria yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media:¹⁸

1. Mengetahui kelebihan, kekurangan, dan keserasian media sosial tersebut.
2. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
3. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
4. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
5. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i.

¹⁸ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah, 2009), h. 114

6. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.

7. Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.

C. Instagram Sebagai Media Dakwah

a. Pengertian Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya, serta merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.¹⁹ Aplikasi instagram juga merupakan sebuah media yang diciptakan untuk memberi kemudahan cara untuk berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke followers.²⁰ Nama aplikasi instagram sendiri berasal dari kata 'Instan' dan 'telegram'. Kata 'instan' yang mendasari penamaan 'insta' dimaksudkan seperti kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Sedangkan kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Aplikasi ini, juga dapat memberikan inspirasi kepada para pengguna dalam meningkatkan sebuah kreatifitas, karena aplikasi instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus, serta dapat

¹⁹ *Instagram*, diakses pada 13 Oktober 2020 dari <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

²⁰ Dian Budiargo, *Berkomunikasi ala Net Generation*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015), h. 48

menggunakan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

b. Langkah Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Saat ini menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih memanfaatkan media sosial yang ada. Seperti pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah yaitu suatu proses atau cara perbuatan dalam memanfaatkan Instagram sebagai tempat atau media dalam menyampaikan dakwah. Kita juga dapat memanfaatkan fitur yang ada di dalam Instagram. Menurut ahli, media sosial memiliki banyak manfaat di antaranya:²¹

1. Mendapatkan informasi,

Banyak sekali informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial.

2. Menjalin silaturahmi melalui sosial media,

Sebagai pengguna media sosial dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang jauh dengan pengguna lain, sehingga terjalin silaturahmi.

3. Kegiatan sosial melalui media sosial,

Hal seperti ini dapat kita lakukan seperti penggalangan dana bantuan untuk kegiatan sosial

4. Branding,

Merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar brand yang mereka tawarkan dikenal. Tetapi

²¹ Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Bersosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 2

saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal atau yang lebih dikenal dengan personal branding.

5. Promosi,

Penggunaan sebuah sosial media sangat memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki.

c. Kelebihan dan Kekurangan Instagram Sebagai Media Dakwah

Kelebihan Instagram sebagai media dakwah:

a. Instagram memiliki banyak pengguna,

Aplikasi ini merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia terutama para generasi milenial.

b. Penggunaannya mudah,

Instagram tidak memerlukan pembuatan website, aplikasi instagram hanya fokus pada pembuatan konten atau sarana promosi yang berkualitas.

c. Dapat terkoneksi dengan media sosial yang lain dengan mudah,

Aplikasi instagram, juga dapat terkoneksi dengan media sosial lainnya seperti facebook. Tentunya, ini akan mempermudah dalam memposting konten.

Kekurangan Instagram sebagai media dakwah adalah informasi yang terbatas, seperti teks postingan yang dibatasi, durasi video yang hanya satu menit, sehingga menimbulkan informasi yang tidak detail dan pengguna terkadang salah mengartikan informasi yang diposting oleh da'i.

D. Generasi Milenial

a. Pengertian dan Karakter Generasi Milenial

Merupakan sebuah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi *Baby Boomers* dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang disebut sebagai “*Echo Boomers*” karena adanya “*booming*” (peningkatan besar), tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an.²² Berikut adalah karakteristik generasi milenial, diantaranya:²³

a. Lebih Mengutamakan Passion,

Generasi milenial lebih mendambakan kesempatan untuk berkembang dan menuntut agar diberi ruang untuk bisa berekspresi, seperti membuat konten dakwah. Generasi milenial dapat membuat konten yang mereka inginkan dalam banyak bentuk. Seperti bentuk animasi, lukisan, film, cerita pendek, dan masih banyak lagi.

b. Lebih mementingkan pengembangan diri,

Bagi para generasi milenial menganggap pengembangan diri secara personal dan profesional merupakan hal yang lebih penting. Serta, Generasi milenial juga menyukai hal-hal baru termasuk hal-hal yang berkaitan dengan agama (dakwah).

c. Technological savvy (ahli teknologi),

²² *Generasi Milenial*, diakses pada 14 Oktober 2020 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>

²³ *Karakteristik Generasi Milenial*, diakses pada 18 Februari 2021 dari <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

Hampir semua aktifitas generasi milenial saat ini memanfaatkan kecanggihan teknologi. Membuat milenial menjadi tumbuh dengan memiliki identitas pada Facebook, Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya. Sehingga alat perantara seperti laptop, ponsel dan internet tidak dapat dipisahkan dari mereka.

- d. Membutuhkan sosok seorang pemimpin untuk mengarahkan,

Karakteristik dari generasi milenial yaitu mempunyai kecenderungan yang bersikap kritis dan banyak bertanya. Oleh karena itu, mereka memerlukan sosok pemimpin dan pendidik untuk menjadi seorang mentor yang dapat menjunjung tinggi nilai kebenaran, serta dapat mendengarkan dan siap untuk menjalin komunikasi terbuka.

b. Religiusitas Generasi Milenial

Religiusitas para generasi milenial dapat memunculkan sebuah komunitas dakwah islam, yang juga menjadi solusi dalam hal dakwah. saat menyampaikan pesan dakwah kepada generasi milenial ini sangat berperan penting, karena materi dakwah yang dimaksudkan adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada generasi milenial. Materi yang disampaikan harus bersumber dari al-quran dan Hadits yang bertujuan mencintai Islam. Tuntutan zaman yang mendominasi remaja saat ini sangat dominan. Oleh karena itu, materi yang disusun juga harus sesuai dengan perkembangan zaman yang ada saat ini. Materi yang di persiapkan dan hendaknya mudah dicerna, generasi milenial khususnya para remaja

yang mempunyai bahasa sendiri dalam bahasa sehari-hari.²⁴

Sebagai upaya dalam memberikan solusi Islam terhadap berbagai problem kehidupan generasi milenial, saat ini dakwah dijelaskan dengan upaya memindahkan manusia dari suatu situasi ke situasi yang lebih baik.

Pemindahan situasi ini mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, pemindahan dari situasi kebodohan kepada situasi keilmuan, dari keterbelakangan menjadi sebuah kemajuan, dan sebagainya. Untuk mengatasi problematika tersebut maka diperlukan suatu metode dakwah untuk meminimalisir problematika tersebut. Untuk itu dakwah haruslah dikemas sedemikian rupa dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Sebab, dakwah di era sekarang harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual.

c. Generasi Milenial Sebagai Da'i dan Mad'u

Milenial merupakan kekuatan yang seharusnya menjadi penggerak perubahan sosial secara positif. Secara sosiologis, dakwah pada dasarnya dimaksudkan untuk menghidupkan fungsi-fungsi sosial yang tumbuh dan berkembang di masyarakat. Karena adanya pranata sosial seperti hukum, politik, ekonomi, pendidikan, budaya, dan agama yang

²⁴ *Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah*, diakses pada 18 Februari 2021 dari [Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah - kumparan.com](http://PeranGenerasiMilenialTerhadapAgamaDanDakwah-kumparan.com)

dapat memberikan manfaat bagi masyarakat bukan malah sebaliknya.²⁵

Dalam keadaan seperti itu, komunikasi dakwah milenial diharapkan dapat menawarkan solusi sebagai ikhtiar produktif dalam mengubah nilai-nilai yang sesuai dengan pesan-pesan ajaran Islam. Dalam mewujudkan nilai-nilai komunikasi dakwah tersebut, komunikator atau da'i harus memiliki konsep dan metode dalam mengkomunikasikan dakwah kepada masyarakat milenial. Proses dalam dakwah perlu menggunakan sebuah metode, namun metode tersebut harus disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Hal ini disebabkan oleh masalah yang dihadapi karena dakwah menjadi semakin berkembang dan kompleks.

Terlebih jika yang dilakukan oleh generasi milenial dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial saat ini dinilai sangat efektif. Karena dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, para generasi milenial senantiasa dapat menyebarkan dakwahnya melalui konten yang dibuat. Hal ini menjadikan, generasi milenial dapat menjadi sebagai da'i maupun mad'u.

E. Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratifications* menyatakan *audiens* atau khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Apabila motif ini terpenuhi, secara tidak langsung kebutuhan khalayak juga akan terpenuhi, sehingga pada akhirnya media

²⁵ Zahra Maulidia, *Milenial Sebagai Kekuatan Penggerak Perubahan Sosial Secara Positif*, Tesis, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.²⁶

Asumsi dasar dari teori *uses dan gratifications* ini adalah *audiens* dianggap sebagai pihak yang aktif terlibat dalam penggunaan media. Seperti yang ditekankan oleh Baran & Davis “*People put specific media and specific media content to specific use in the hopes of having some specific need or set of needs gratified*”.²⁷ Fokusnya bukan lagi mengenai apa yang media lakukan kepada audiens, namun pada harapan atau pencarian yang mendasari audiens dalam mengakses media, dan sejauh mana audiens dapat terpenuhi harapan dan pencariannya tersebut.

Kebutuhan manusia terhadap dakwah yaitu untuk kebahagiaan dunia akhirat, yang secara garis besar dakwah merupakan sebuah ajakan menenangkan serta mengajak umat ke jalan yang lebih baik dalam hal religiusitas, bertujuan memelihara dan membina akhlak manusia.

Sedangkan yang bisa diberikan dakwah kepada generasi milenial adalah sebuah perubahan karakter pola pikir yang baik dalam hal tutur kata perilaku dan lain sebagainya. Karena sejatinya manusia sejak lahir memiliki kebutuhan beragama, yang pada dasarnya agama dijadikan sebagai pegangan hidup baik untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat. Serta di dalam agama pun diajarkan tauhid, ibadah, akhlak.

Tauhid yaitu keesaan Allah, maksudnya adalah keyakinan bahwa Allah SWT adalah tunggal. Di dalam

²⁶ Pupung Arifin, *Persaingan Tujuh Portal berita online Indonesia, Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.10 No.2, 2013, h.199

²⁷ Teori Uses and Gratification diakses pada, 30 April 2021 dari <https://latayablog.wordpress.com/2018/10/05/teori-uses-and-gratifications>

ajaran tauhid merupakan sebuah ilmu yang membahas tentang ajaran dari suatu agama.²⁸

Ibadah adalah merendahkan diri serta tunduk, seperti taat kepada Allah SWT serta tunduk dengan segala perintah dan larangan-Nya.²⁹

Akhlak, yang berarti budi pekerti, tingkah laku.³⁰ Akhlak juga membahas tentang sesuatu yang dilakukan manusia dan mengajarkan perbuatan baik yang harus dilakukan serta mengajarkan perbuatan buruk yang harus dihindari dalam kehidupan sehari-hari.³¹

Dengan demikian dakwah itu akan memenuhi kebutuhan religiousitas manusia yang meliputi kebutuhan akan keyakinan beragama, pengetahuan beragama, pengamalan/ibadah, pengalaman beragama, dan konsekuensi dalam beragama. Seperti saat kita sedang mengunggah dakwah di instagram banyak sekali kebutuhan yang kita butuhkan, mendapatkan Informasi, pemahaman, pengalaman, kesenangan, penambahan teman dan dunia luar. Hal ini sesuai dengan hasrat keinginan untuk dapat bersosialisasi dengan pengguna media yang lain.

Generasi milenial Surabaya pun menggunakan media sosial instagram sebagai tempat pelarian yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan untuk menghilangkan atau mencairkan diri dari kondisi tegang,

²⁸ *Tinjauan Umum Tentang Tauhid*, diakses pada 7 September 2020 dari <http://digilib.uinsby.ac.id/4345/7/Bab%202.pdf>, h. 18

²⁹ Shalih bin Fauzan al Fauzan, *Ibadah: Pengertian, Macam, Keluasan Cakupannya*, diakses pada 9 November 2020 dari <https://almanhaj.or.id/10952-ibadah-pengertian-macam-dan-keluasan-cakupannya.html>

³⁰ Hamis Syafaq, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2017), h. 56

³¹ Ibid

emosi, kesepian dan kurangnya dukungan sosial, maka dari itu membutuhkan hiburan, dan sebagai solusinya sekarang banyak dari generasi milenial yang menghibur diri dengan mencari, membaca, mendengar, dan memahami konten-konten dakwah .

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian sebelumnya sudah ada yang pernah meneliti diantaranya:

Hasil dari penelitian Skripsi berjudul “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam” oleh Yoesiana Duli Deslima, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung, hasil penelitian berfokus kepada mahasiswa KPI.³²Menyimpulkan pemanfaatan instagram sebagai media digunakan untuk mencari sumber informasi tentang dakwah Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yoseana Duli Deslima adalah media yang digunakan, yaitu *instagram*. Perbedaannya, dalam penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications dan subyeknya generasi milenial di Surabaya, sedangkan pada skripsi Yoesiana Duli menggunakan penelitian lapangan dan subyeknya adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Skripsi Intan Indah Wulandari, UIN Sultan Syarif Kasim Riau berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru”.³³Berfokus ke komunitas. Persamaan

³² Yoesiana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018

³³ Intan Indah Wulandari, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru, Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019

penelitian yang dilakukan oleh Intan Indah Wulandari yaitu menggunakan Internet dan Instagram sebagai media, menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah dapat dilakukan melalui fitur-fitur utama Instagram yang sangat menunjang sampainya dakwah kepada pengikut. Sedangkan perbedaan dengan penulis adalah penelitian dari Intan Indah Wulandari menekankan kepada komunitas yuk ngaji pekanbaru, sedangkan penulis meneliti generasi milenial di Surabaya serta dalam segi kebutuhan spiritual dan pencitraannya.

Jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra, Universitas Hasanuddin Makassar berjudul “Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar”.³⁴ Menyimpulkan, remaja wanita memanfaatkan Instagram dalam membangun citra dirinya, menggunakan fitur-fitur instagram yaitu upload foto, instastory, boomerang dan live video. Berfokus ke remaja wanita sedangkan penulis meneliti ke generasi milenial di Surabaya. Persamaannya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizal Ardiansah Putra adalah pembentukan citra diri atau pencitraan.

Jurnal Zakiyah Romadlany, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo berjudul “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid” menyimpulkan, penggunaan instagram sebagai trend media dakwah masa kini, membuat para pendakwah tergelitik untuk menyalurkan dakwahnya menggunakan

³⁴ Muhammad Rizal Ardiansah Putra, *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.II, No.I, 2019

jejaring Internet.³⁵ Berfokus ke akun instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data secara triangulasi, perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu menggunakan teori uses and gratifications, subyeknya generasi milenial di Surabaya. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan media sosial instagram.

Alasan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk lebih mengetahui dan lebih memahami pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi generasi milenial di Surabaya. Karena dengan melakukan penelitian ini mendapatkan informasi bagaimana cara generasi milenial di Surabaya memanfaatkan instagram sebagai media dakwah untuk sebuah konten maupun memenuhi kebutuhan spiritual dan pencitraannya dalam menggunakan media sosial. Masalah penelitian yang muncul ada beberapa yang menggunakan teks dakwah hanya untuk sekedar menyindir seseorang agar orang itu melihat dan memberi *notice*, digunakan untuk berbagi informasi ke pengikutnya (*followers*) serta ada yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya atau religiousitasnya. Sedangkan kaitannya dengan dakwah, karena pemanfaatan Instagram yang sudah dilakukan oleh generasi milenial Surabaya saat ini selalu mengambil kutipan dari beberapa ayat, hadits, maupun arti yang terkandung dalam isi al-qur'an untuk dijadikan isi

³⁵ Zakiyah Romadlany, Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid, *Jurnal*, Vol.5, No.1, 2019

dalam caption, instastory, maupun unggahan foto dan video.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.³⁶ Penulis pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mengetahui dan mendapatkan kedalaman informasi yang berkaitan dengan topik. Sehingga hasil penelitian ini mendapatkan bukti berupa wawancara dan dokumentasi.

Jenis penelitian media sosial, khususnya instagram yaitu penggunaan fitur foto dan video yang di gunakan oleh Amanda, Windy dan Cicik dalam penyampaian sebuah pesan dakwah. Instagram menjadi sebuah salah satu media baru yang muncul berkat perkembangan teknologi. Pendekatan ini melihat bagaimana proses penggunaan fitur foto dan video instagram, sebagai media komunikasi yang saat ini fitur tersebut banyak diminati pengguna internet.

B. Objek Penelitian dan Subyek Penelitian

Objek Penelitian:

Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah.

Subyek Penelitian:

Generasi milenial di Surabaya, terdiri dari generasi milenial yang menggunakan instagram untuk media dakwah, serta generasi milenial yang mengakses atau memfollow instagram dakwah.

³⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h.4

C. Jenis dan Sumber Data

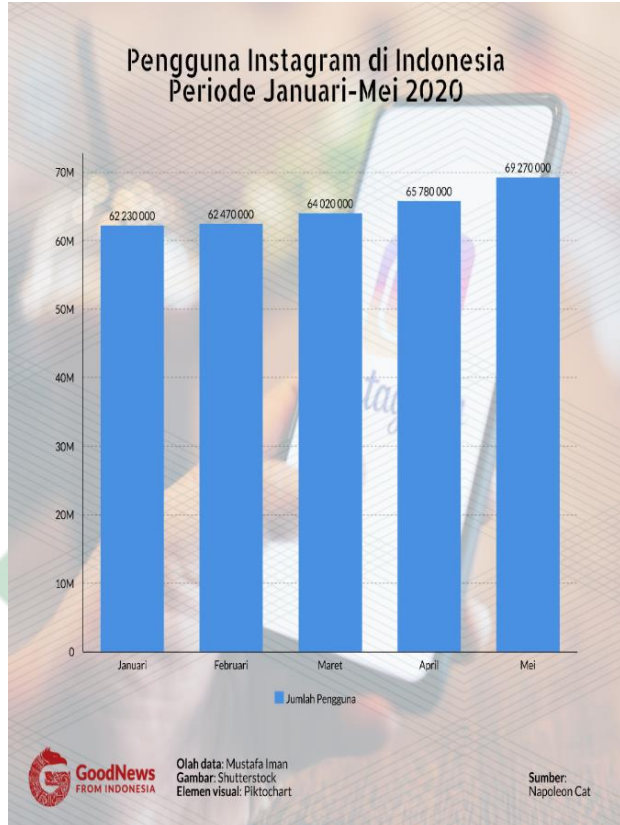
Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer dan sekunder merupakan sumber data yang dikumpulkan untuk menjadi dasar dari kesimpulan penelitian.

a. Data Primer:

Merupakan sebuah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam Menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan adalah sebuah kegiatan para generasi milenial dalam memanfaatkan instagram adalah untuk mencari informasi dan pengetahuan, mencari kegiatan baik sosial maupun pertemanan, dan membuat konten dakwah yaitu dengan mengunggah foto maupun video baik di *instastory* maupun di laman profilnya. Berikut merupakan data pengguna instagram di Indonesia



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 3.1

Serta, dibawah ini merupakan tabel data pengguna Instagram di Surabaya

Pengguna (Akun Instagram)	Tanggapan Followers
	“Manfaat aku memfollow ignya @windycaang itu membawa pengaruh baik,

 <p>← windycaang</p> <p> 185 Postingan 9.823 Pengikut 1.258 Mengikuti</p> <p>Windyryd Media Diikuti oleh alifiakmldw, dimasferr, dan 121 lainnya</p>	<p>soalnya secara ga langsung kita ngebaca captionnya ada perasaan sadar sama diri sendiri” (@virdhanana)</p>
 <p>← meyamandaa</p> <p> 16 Postingan 5.291 Pengikut 1.101 Mengikuti</p> <p>meyo 🌸 لا حول ولا قوة إلا بالله @nonaninu.id Lihat Terjemahan Diikuti oleh elsamaolidya, alluneed.beauty, dan 100 lainnya</p>	<p>“Pertama, yang sebelumnya gatau jadi tau tentang isi dakwahnya itu sendiri sih, meskipun kadang Cuma caption atau foto yang sekelebatan aja bacanya tapi nambahin ilmu agamaku” (@_anisarahhh)</p>
 <p>← felyciafad</p> <p> 13 Postingan 662 Pengikut 824 Mengikuti</p> <p>Cicik 🍓🌸 Seburuk-buruknya kamu, masih lebih buruk saya. Sebaik-baiknya saya, masih lebih baik kamu. muslim.or.id/430-mari-mengenal-manhaj-salaf.html Diikuti oleh dyanhamu, reyhansheik, dan 73 lainnya</p>	<p>“Menurut aku, dengan aku memfollow ignya @felyciafad itu membawa pengaruh baik, apalagi kalo dia uda share tentang dakwah gitu, itu jadi nambah pengetahuan yang baru buat aku.” (@tychaayu_)</p>

--	--

Tabel 3.1

b. Data Sekunder:

Dalam penelitian ini mengambil dari sumber-sumber berupa buku, jurnal, catatan, arsip yang dipublikasikan secara umum, penelitian terdahulu.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian skripsi pada judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial” yaitu:

- a. Menentukan tema yang akan digunakan saat penelitian. Yang dilakukan peneliti sehingga menemukan dan menentukan tema yaitu terinspirasi oleh hasil diskusi dengan suami dan membaca dari judul skripsi terdahulu. Sehingga peneliti membuat judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial”.
- b. Mengumpulkan data-data penelitian yang telah dirangkai di awal beberapa yang dikumpulkan ialah hasil obeservasi, dokumen, wawancara.
- c. Menganalisa hasil dari semua data yang terkumpul dengan teori yang peneliti gunakan.
- d. Penulisan hasil keseluruhan langkah diatas dalam bentuk skripsi. Penulisan skripsi sesuai aturan dalam penulisan yang benar, tepat dan sesuai dengan panduan penulisan skripsi.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pada proses wawancara melibatkan dua pihak di mana pihak pertama sebagai pewawancara dan pihak kedua disebut narasumber atau informan yang dilakukan lewat chat WhatsApp dan DM (Dirrect Massage) Instagram dengan Amanda, Cicik, dan

Windy tujuannya untuk mendapatkan informasi tentang pemanfaatan instagram sebagai media dakwah di generasi milenial.

b. Observasi

Merupakan sebuah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui untuk mendapatkan banyak sebuah informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Pada observasi ini, digunakan peneliti untuk mengamati bagaimana generasi milenial dalam memanfaatkan instagram sebagai media dakwah.

c. Dokumentasi

Merupakan sebuah pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Peneliti mengumpulkan jenis data kegiatan milenial dalam menggunakan aplikasi instagram sebagai media dakwah.

F. Teknik Validitas Data

Sebuah teknik pengecekan data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya, berikut langkah-langkah yang harus ditempuh peneliti:

a. Ketekunan dalam melakukan observasi secara cermat dan teliti, peneliti menggunakan hasil screenshot sehingga tidak ada data yang kurang atau tertinggal.

b. Pemeriksaan keabsahan data dengan mencocokkan hasil data seperti dokumentasi, wawancara dan catatan. Pemeriksaan tersebut untuk mengatasi jika terdapat perbedaan yakni memastikan data cocok dan benar.

c. Pengecekan teman sejawat, dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara, dalam hal ini,

pengecekan bisa dilakukan oleh teman seangkatan atau tidak serta didampingi dengan selaku dosen pembimbing skripsi Drs. Prihananto, M. Ag.

- d. Peneliti berusaha memperbanyak referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian yang telah dilakukan. Teknik ini tentu sangat penting berkaitan dengan teori yang dipakai untuk hasil data penelitian. Referensi dapat berupa dokumentasi foto, sehingga penelitian ini benar adanya dan akurat.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton adalah sebuah proses mengatur urutan data, kemudian mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori serta dalam satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberi arti yang signifikan bagi analisis.³⁷

Di tahap ini peneliti memeriksa kembali semua data yang telah diperoleh dari segi kelengkapannya, kejelasan maknanya, dan relevansinya dengan pokok masalah yang akan dibahas serta menyusun data yang diperoleh dengan menjadi data ini sebagai unit analisis. Data-data yang telah dikumpulkan akan dianalisis oleh peneliti dengan memakai metode kualitatif deskriptif.

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang lebih penting. Merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian, melalui proses sebuah penyederhanaan, pengabstrakan, dan proses transformasi data yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis.

2. Penyajian Data

³⁷ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 105

Penyajian data berbentuk dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Penyajian data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah yang bersifat naratif, bermaksud untuk memahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan kerja selanjutnya.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi, dimulai dari pengumpulan data hingga ke penyajian data, maka data-data yang dikumpulkan akan di kategorikan berdasarkan masalah-masalahnya. Kemudian data tersebut dihubungkan dan dibandingkan sebagai jawaban dari sikap permasalahan yang ada.



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Subyek Penelitian

1. Gambaran Umum tentang Generasi Milenial Surabaya

Generasi milenial merupakan golongan generasi yang lahir antara tahun 1980-2000. Dengan kata lain

generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia kisaran 15-34 tahun.³⁸

Generasi milenial berbeda dengan generasi sebelumnya, perbedaan generasi milenial dibanding generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya. Sedangkan dalam segi kehidupan, generasi milenial tidak dapat dilepaskan dari teknologi terutama internet, yang sudah menjadi hiburan dan kebutuhan pokok bagi generasi ini.

Jika dilihat dari gaya hidup generasi milenial Surabaya saat ini cenderung hedonis seperti di kota-kota besar lainnya, mereka memiliki cara tersendiri untuk meluapkan ekspresi mereka, terutama hidup mereka tidak bisa lepas dari hiburan dan teknologi terutama internet (media sosial). Hal tersebut menjadikan generasi milenial memiliki solidaritas yang tinggi dalam ikatan berkelompok. Terutama, dengan hadirnya teknologi informasi saat ini telah membawa mereka pada ketertarikan yang sama dari milenial satu ke milenial yang lain sehingga mereka dapat berkelompok. Bagi generasi milenial di Surabaya, media sosial telah menjadi bagian dari keseharian mereka agar dapat melihat perkembangan baru dari segi pengetahuan, pertemanan, dan sebagainya, yang menggunakan cara berbagi (*share*) perkembangan dirinya di media sosial, ini terjadi karena para generasi milenial pemikirannya lebih terbuka, lebih kritis dan berani menyampaikan pendapat.

³⁸ *Generasi Milenial*, diakses pada 5 maret 2021

<https://waspada.co.id/2017/10/generasi-millennial-indonesia-sebuah-gambaran-pemuda-indonesia-selanjutnya/#:~:text=Generasi%20Millennial%20merupakan%20sebuah%20istilah,berusia%20kisaran%2015%2D34%20tahun.>

Dengan era bebas informasi sekarang ini, inspirasi bisa didapatkan di mana saja. Para generasi milenial khususnya di Surabaya mencari informasi pemikiran-pemikiran para role model. Tokoh idola milenial pun beragam mulai dari pengusaha, olahragawan, politikus, sampai tokoh agama dari tingkat lokal hingga nasional. Bagi para milenial, kadang ada sesuatu hal yang menjadi sebuah rintangan untuk mereka berkarya. Namun, mereka tetap berproses, dengan gaya yang mereka kembangkan sendiri. Generasi yang begitu bebas karena memang besarnya peluang yang ada dan berubahnya sifat orang tua yang lebih supportif di banding orang tua generasi sebelumnya.

Generasi milenial dikelompokkan menjadi tiga golongan menurut profesi yang sedang mereka jalani, diantaranya:³⁹

a. Pelajar Milenial

Merupakan kelompok golongan milenial yang lahir pada kelahiran tahun 1993 hingga 2000. Tahun 2019 mereka rata-rata berusia 19-26 tahun. Smartphone mulai marak di Indonesia sejak mereka berumur 17 tahun ke bawah hingga kini mereka sudah dewasa, mereka juga sudah menggunakan media sosial untuk keperluan sehari-hari.

b. Pekerja Milenial

Kelompok ini adalah golongan milenial yang lahir pada 1987 sampai 1993, atau pada tahun 2019 mereka kebanyakan berumur 29-32 tahun. Milenial tertua pada golongan ini

³⁹ Yoris Sebastian, *Generasi Langgas*, (Jakarta: Gagas Media, 2018), h. 12

mengalami boom sosial media saat mereka mulai masuk SMA.

c. Keluarga Milenial

Merupakan generasi milenial yang sudah mulai berkeluarga atau mulai memikirkan ke arah tersebut. Mereka rata-rata berusia 28-35 tahun pada 2015. Mereka adalah produk era reformasi karena pada 1998 mereka baru saja lulus SMA dan juga mengalami masa transisi dari analog menjadi digital pada masa SMA.

2. Religiusitas Generasi Milenial Surabaya

Menurut ahli, religiusitas adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya.⁴⁰ Pengetian tingkat konseptualisasi adalah tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya, yang dimaksud dengan tingkat komitmen adalah sesuatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai cara bagi individu untuk menjadi religius. Tetapi dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengalaman akidah, Syariah, dan akhlak atau dengan ungkapan yang lain yaitu iman, Islam, ihsan. Bila semua unsur telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan ke dalam seseorang dalam meyakini suatu agama yang disertai dengan tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama, yaitu dengan mematuhi aturan-aturan dan menjalankan kewajiban-

⁴⁰ *Pengertian Religiusitas*, diakses pada 14 April 2021 http://etheses.uin-malang.ac.id/1551/6/08410008_Bab_2.pdf

kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.

Hasil survey pada tahun 2020 menunjukkan bahwa presentase generasi milenial di Surabaya telah mencapai 24,32%.⁴¹ Terlihat bahwa pengaruh agama terhadap generasi milenial di Surabaya pada kenaikan dalam pemilihan baju muslimah ala Timur Tengah, adanya konten-konten berbau dakwah yang telah dibuat oleh para generasi milenial. Hal tersebut terjadi sebab, para generasi milenial akan lebih cenderung mencari ketenangan melalui agama apabila sudah mengalami kejenuhan dengan keduniawian.

Dari hasil penelitian dalam segi pengetahuan agama, ibadah, pengalaman agama, serta perilaku beragama dapat memberikan gambaran tentang bagaimana agama dapat mengubah para generasi milenial, yaitu generasi milenial sedikit demi sedikit mengubah dirinya untuk menjadi pribadi yang lebih baik dari yang sebelumnya. Misalnya dalam hal menunaikan ibadah shalat, menambah rasa belas kasih, menanamkan rasa peduli yang lebih terhadap alam atau lingkungan maupun sesama, menjalin tali silaturahmi antar sesama, dan sebagainya.

Generasi milenial di Surabaya pun menambah pengalaman agamanya dengan cara membagikan dakwah atau menceritakan peristiwa dari segi keagamaan yang sudah pernah dialami dan generasi milenial juga menganggap bahwa agama bukan lagi mengenai kepercayaan, melainkan juga identitas diri dan dasar dalam menentukan sesuatu.

⁴¹ Hasil Survey Presentasi Generasi Milenial di Surabaya, diakses pada 8 Juli 2021 <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2021/penduduk-jawa-timur-didominasi-milenial-dan-generasi-z/>

B. Penyajian Data

1. Profil Pengguna instagram sebagai media dakwah.

a. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, partisipan dari wawancara ini adalah generasi milenial yaitu kelahiran tahun 2000, hasil wawancara dari metode penelitian ini bertujuan agar mengetahui bagaimana cara Windy selaku generasi milenial di Surabaya dalam memanfaatkan instagram untuk media dakwah. berikut merupakan profil generasi milenial,

Narasumber 1 i

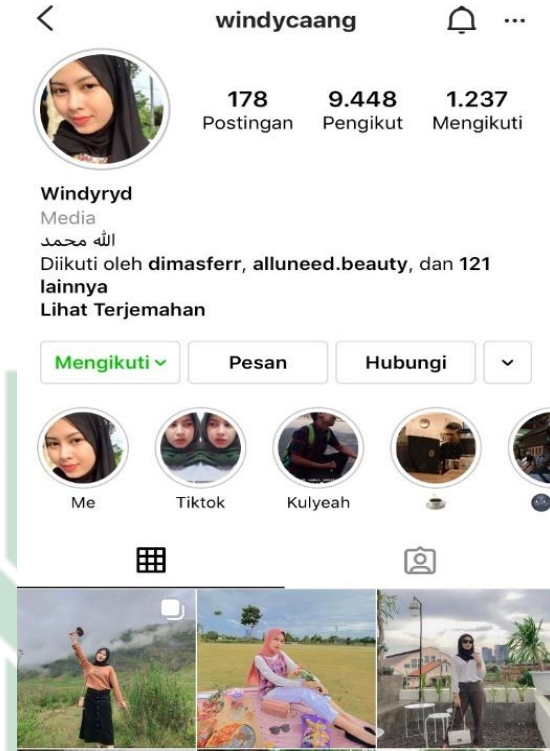
Nama : Windy

Umur i : 21 tahun i

Id Instagram : @windycaang



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.1

Narasumber pertama merupakan mahasiswa ekonomi Universitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya semester 6, Windy menggunakan Instagram sekitar tahun 2014 dan aktif hingga saat ini. Windy sering mengkases instagram dan lumayan sering berbagi melalui postingan-postingannya. Sejak pertama mulai menggunakan instagram hingga sekarang, Windy tergolong pengguna instagram aktif dan sering memanfaatkan instagram untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya termasuk kebutuhan spiritualnya. Agar para followersnya menjadi tertarik, windy selalu

menampilkan pose foto dan angle yang bagus dan menambahkan caption dakwah.

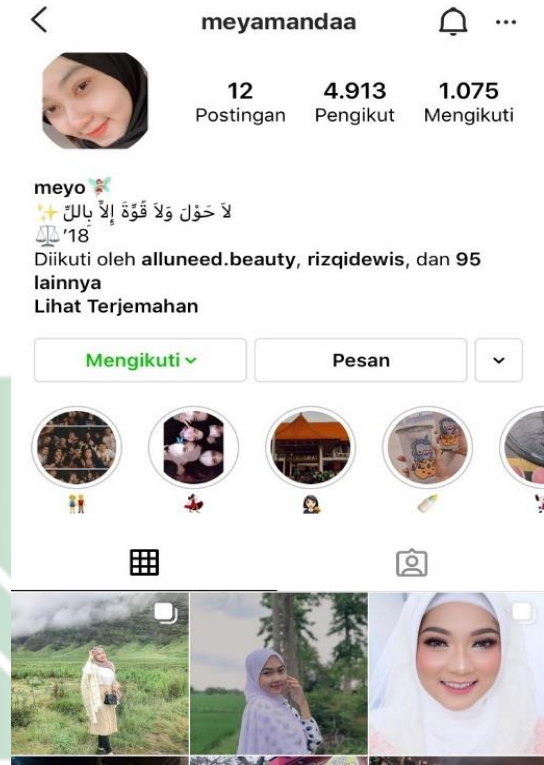
b. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, partisipan dari wawancara ini adalah generasi milenial yaitu kelahiran tahun 2000, hasil wawancara dari metode penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Amanda selaku generasi milenial di Surabaya untuk memanfaatkan instagram sebagai media dakwah. berikut merupakan profil generasi milenial,

Narasumber 2

Nama	: Amanda
Umur	: 20 tahun
Id Instagram	: @meyamandaa



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.2

Narasumber ke dua yang peneliti pilih adalah Amanda, mahasiswi jurusan Hukum semester 6 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya. Menurutnya, Instagram menjadi salah satu pilihan untuk menghabiskan waktu luang terbaik. Amanda mulai aktif dalam setiap harinya untuk mengakses instagram, bahkan dalam proses wawancara Amanda juga mengaku bahwa dia menghabiskan berjam-jam setiap harinya hanya untuk update instagram dan mengalih informasi agama dengan membaca akun dakwah dan

mengunggah konten dakwah yang menarik untuk disajikan kepada para pengikut di instagramnya.

c. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara partisipan dari wawancara ini adalah generasi milenial yaitu kelahiran tahun 1999, hasil wawancara dari metode penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Cicik selaku generasi milenial di Surabaya dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah. Berikut merupakan profil,

Narasumber 3

Nama	: Cicik
Umur	: 21 tahun
Id Instagram	: @felyciafadi



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.3

Narasumber pertama dalam penelitian ini adalah Felycia Fadzilah, merupakan mahasiswi jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Wijaya Kusuma semester 8. Mulai menggunakan instagram sejak tahun 2014, waktu pertama kali membuat akun di instagram karena timbulnya rasa penasaran ingin mengikuti perkembangan zaman saat itu dimana instagram menjadi sebuah trend baru. Meskipun Cicik jarang memposting foto atau video di laman intstagramnya, tetapi

Cicik tetap aktif dalam menggunakan instagram termasuk untuk membaca akun dakwah.

2. Profil Instagram Generasi Milenial Surabaya

1. Contoh bentuk pemanfaatan instagram yang di unggah oleh Windy



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



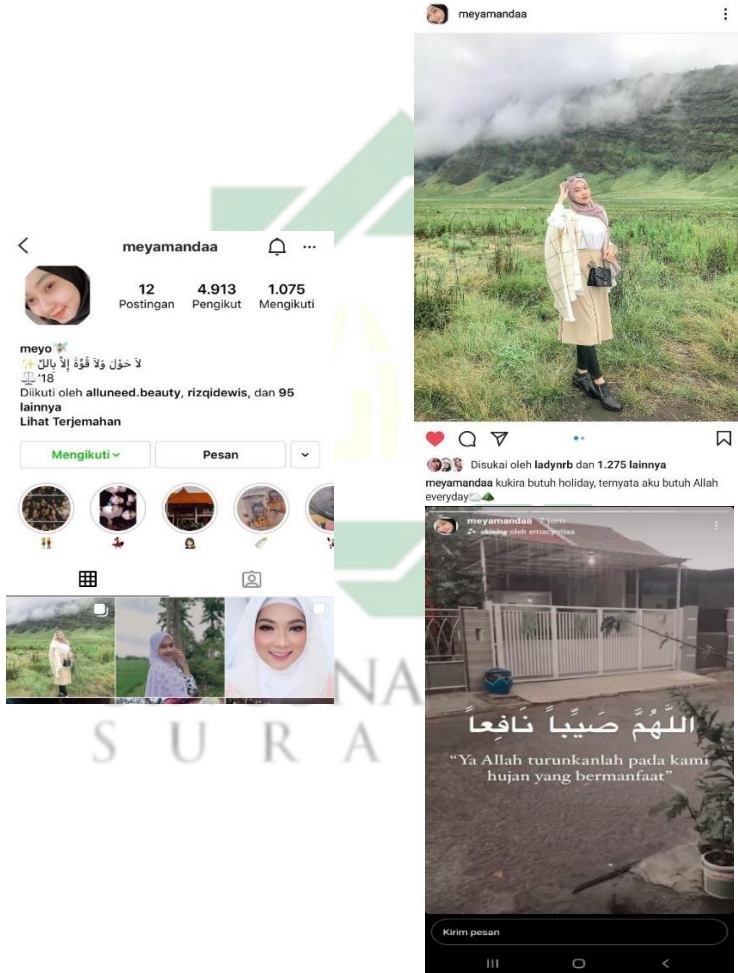
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 4.1

Dalam contoh postingan windy pada gambar diatas, windy membuat caption yang berisikan pesan untuk para followersnya bahwa kita tidak perlu bersedih karena sesungguhnya Allah SWT selalu bersama kita dalam keadaan apapun itu,

karena Allah SWT lebih dekat melebihi urat nadi kita sendiri.

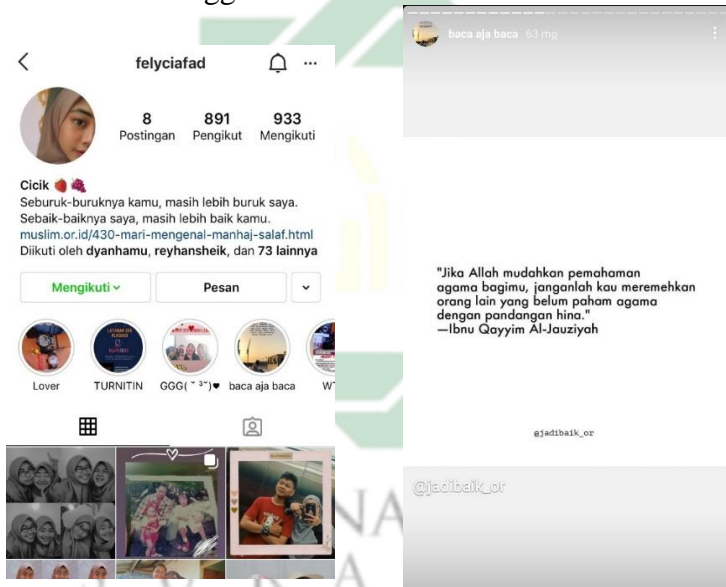
2. Contoh bentuk pemanfaatan instagram yang diunggah oleh Amanda



Tabel 4.2

Sama dengan caption yang diunggah Windy, dalam contoh unggahan instagram Amanda pada gambar diatas berisikan pesan bahwa yang Amanda butuhkan saat ini bukanlah berlibur melainkan Amanda hanya membutuhkan Allah SWT setiap saat, baik dalam keadaan susah, senang, gelisah dan sebagainya.

3. Contoh bentuk pemanfaatan instagram yang diunggah oleh Cicik





Tabel 4.3

Berbeda dengan contoh unggahan Windy dan Amanda. Cicik menggunakan fitur instagram berupa instastory yang telah ia rangkum menjadi dalam fitur sorotan yang ada di instagramnya bertujuan agar, suatu saat jika followersnya melihat profilnya dapat melihat rangkuman dakwah di instastory yang ia rangkum berbentuk dalam sorotan. Pesan dalam contoh dakwah diatas mengingatkan agar kita tidak meremehkan orang lain yang belum paham agama, tetapi yang harus kita lakukan adalah memberitahu orang yang belum paham agama agar mereka menjadi tahu dan paham.

C. Analisis Data

1. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah

Berekembangnya zaman, saat ini manusia seakan tidak pernah berhenti menciptakan alat baru agar memudahkan manusia lainnya dalam melakukan sesuatu.⁴² Salah satu yang termasuk yaitu internet,

⁴² M. Fahmi Abdul Ghoni, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang) Skripsi,*

internet menjadikan banyak pengembang dalam menciptakan aplikasi berbasis internet kedalam berbagai sektor diantaranya adalah sosial media instagram yang saat ini telah dijadikan tempat atau media khususnya dalam berdakwah, karena terdapat berbagai manfaat yang didapatkan bagi pengguna sosial media. Berikut salah satu profil akun dakwah yang menjadi contoh inspirasi bagi generasi milenial dalam membuat konten dakwah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



193 Postingan
192RB Pengikut
83 Mengikuti

Selfreminders Account

"Untuk yang menulis di media sosial, tulislah dengan tanganmu hal yang engkau gembira melihatnya di hari kiamat."

muslim.or.id/430-mari-mengenal-manhaj-salaf.html
Diikuti oleh **felyciafad**, **arindaseptiani**, dan 2 lainnya

Ikuti Kirim Pesan

COOK QUIZ Words GIVE AW

Grid icon, Home icon, Profile icon



UIN
S U K A D A Y A

Gambar 4.4

Akun dakwah (@byldf_) mempunyai followers 192 ribu, merupakan salah satu contoh akun dakwah yang menjadi inspirasi bagi generasi milenial untuk meyebarakan berbagai macam dakwah di media sosial khususnya instagram, dan banyak sekali yang meninggalkan komentar positif

dalam unggahannya, seperti pada gambar dibawah ini:



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Gambar 4.5

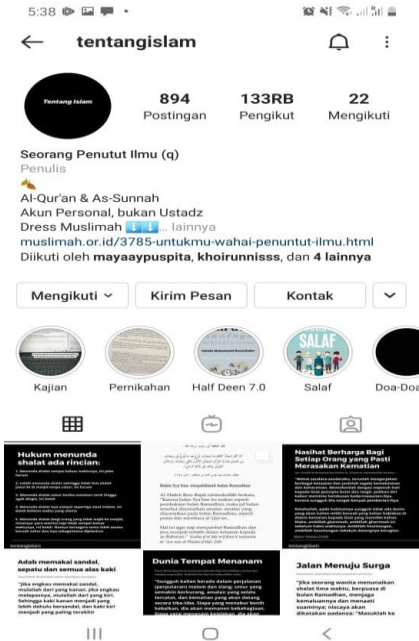


Komentar di kiriman ini sudah dibatasi.

Gambar 4.6

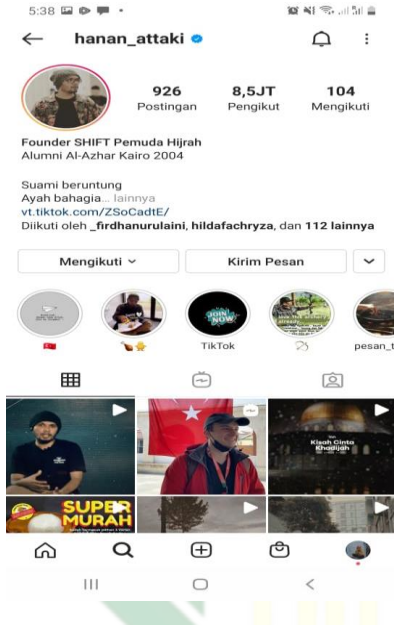
Dakwah yang diunggah oleh akun (@byldf_) berisi pesan yang mengingatkan untuk segera bertaubat kepada Allah SWT, agar pada saat maut menjemput kita bisa tenang dan termasuk menjadi golongan orang yang shaleh.

Tabel dibawah ini ada beberapa akun dakwah yang menjadi contoh inspirasi bagi generasi milenial dalam menyebarkan dakwah:

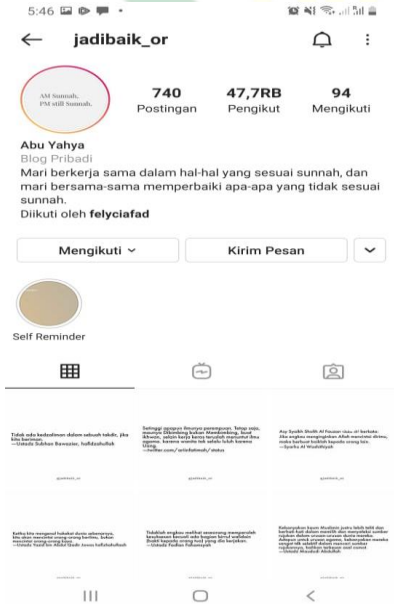


@tentangislam

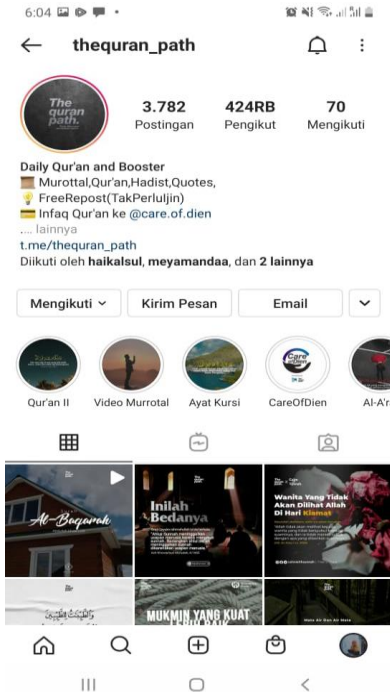
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



@hanan_attaki



@jadibaik_or



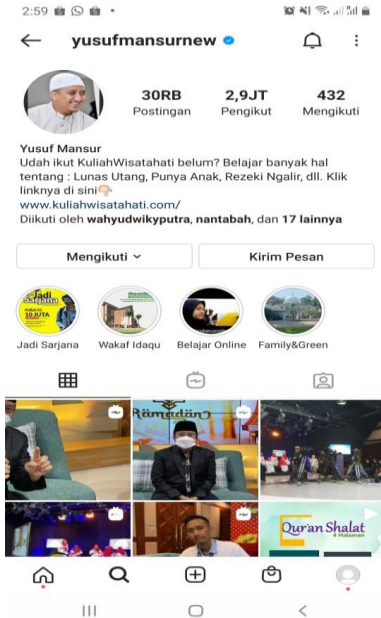
@thequran_path

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



@quranquotesdaily

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



@yusufmansurnew

Tabel 4.4

Dari contoh akun dakwah diatas menjadikan para generasi milenial khususnya dari Surabaya banyak yang menyebarkan dakwahnya baik berbentuk foto, quotes, video dan lain-lain yang mereka unggah di instastory atau pun di laman profilnya. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dari para generasi milenial yang menggunakan instagramnya untuk menyebarkan dakwah.

Di bawah ini merupakan contoh beberapa generasi milenial yang juga menggunakan instagram sebagai media dakwah.



vitarezeki

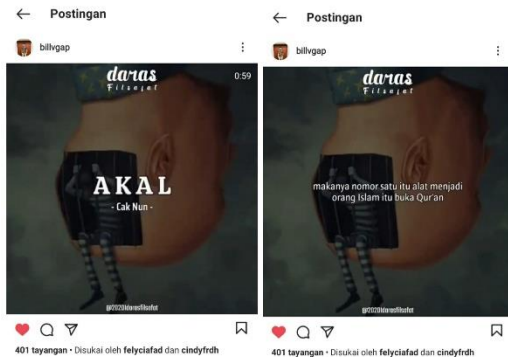


Disukai oleh **forgelinee** dan 127 lainnya

vitarezeki The more you pray,the more Allah shows the way.

Gambar 4.7

Pada gambar diatas Vita mengunggah fotonya dan memberi caption yang berisi tentang dakwah dan berbahasa inggris, yang artinya semakin banyak berdoa, semakin Allah menunjukkan jalan. Vita mengingatkan agar kita terus berdoa kepada Allah karena semakin kita sering meminta dan berdoa kepada-Nya maka Allah akan menunjukkan jalan kepada para hamba-Nya.



Gambar 4.8

Dalam gambar ini, Brillians Vega merupakan salah satu contoh dari generasi milenial yang juga ikut menyebarkan dakwah melalui instagram. Billy mengunggah sebuah video dakwah Cak Nun yang diunggah di profil instagram miliknya. Meskipun mengunggah video dakwah Cak Nun secara tidak langsung Billy melakukan dakwah, yang di dalamnya Billy ingin memberitahu, bahwa pendidikan utama dalam islam adalah akal. Sedangkan al-qu'an, syariat, fiqih, hadist adalah alat untuk mencari pedoman dari Allah SWT, karena subjek yang sebenarnya adalah akal dan juga pikiran.



Gambar 4.9

Pada gambar tersebut Nia mengunggah foto dan memberi caption yang berisi bahwa kita harus berhati-hati dalam berbicara, apalagi sesuatu hal yang kita ucapkan sampai menyakiti hati orang lain. Untuk itu, kita perlu berhati-hati dan menjaga tutur Bahasa dan cara dalam pembicaraan kita agar tidak menyakiti hati sesama.

Berikut merupakan hasil wawancara tentang penggunaan instagram:

Narasumber 1, Windy mengungkapkan bahwa, “Alasan buat pakai instagram karena followers ig lumayan, dan followers nya aktif semua, jadi senang post dakwah di ig selain saling mengingatkan juga dapat pahala lewat sosial media, apalagi tanggapan mereka juga banyak yang positif”.⁴³

Hal ini juga ditambahkan dari hasil wawancara narasumber 2, Amanda selaku pengguna instagram mengatakan,

“Cukup efektif sih, alasanku pakai instagram cuma buat ngingetin aja sapa tau teman-teman yang habis liat storyku jadi tersentuh.”⁴⁴

Dari kedua pendapat di atas, juga sejalan dengan pendapat narasumber 3, Cicik (@felyciafad) selaku pengguna instagram mengatakan,

“Menggunakan instagram dapat memperoleh manfaat, termasuk hal berdakwah yang jadi salah satu media informasi dalam mempermudah akses, apalagi instagram sekarang juga sudah tersedia diberbagai fitur”.⁴⁵

2. Manfaat Instagram Sebagai Media Dakwah

Dakwah lewat instagram saat ini, sudah menjadi sebuah cerminan bahwa Islam dan umat muslim yang giat dalam berdakwah sadar betul dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini berkembang pesat, contohnya dalam mengunggah beberapa konten dakwah baik lewat unggah caption di profil maupun di story yang

⁴³ Windy, Wawancara, 19 Maret 2021

⁴⁴ Mey Amanda, Wawancara, 18 Maret 2021

⁴⁵ Felycia Fadzilah, Wawancara, 11 Maret 2021

sebagai tempat untuk mengajak kebaikan. Berikut adalah hasil wawancara terhadap generasi milenial dalam memanfaatkan instagram:

Narasumber 1, Windy selaku generasi milenial dan pengguna instagram mengatakan,

“Selain untuk saling mengingatkan sesama muslim mengshare dakwah juga buat amal jariyah kita, jadi sosmed kita juga ada manfaatnya”.⁴⁶

Sementara hasil dari narasumber 2, Amanda selaku pengguna instagram menambahkan,

“Manfaatnya senang aja selain aku ngingetin teman-teman aku juga jadi lebih ingat dan hati-hati lagi, termasuk juga dalam bersikap dan lebih ingat sama apa yg aku share”.⁴⁷

Sedangkan pendapat dari narasumber 3, Cicik selaku pengguna instagram mengatakan,

“Manfaat yang didapat dengan mengunggah atau merepost dakwah tujuannya supaya followersku bisa dengerin maupun ngebaca, jadi bisa menambah wawasan dalam segi keagamaan, apalagi metode dan konten dakwah bisa dikreasikan sendiri dan pastinya bisa menyentuh di semua kalangan yang lebih sering memakai instagram sebagai media sosial”.⁴⁸

Dari hasil tiga wawancara data tersebut mereka memiliki pesan yang sama yaitu untuk selalu berhati-hati dalam bersikap, menjaga diri agar menjadi golongan orang-orang yang baik, dan harus selalu ingat kepada apa yang diajarkan oleh Allah SWT. Serta cara generasi milenial mendapatkan langkah-langkah tersebut yaitu

⁴⁶ Windy, Wawancara, 19 Maret 2021

⁴⁷ Mey Amanda, Wawancara, 18 Maret 2021

⁴⁸ Felycia Fadzilah, Wawancara, 11 Maret 2021

dengan cara melihat akun-akun khusus dakwah, dan pada saat ingin mengunggahnya mereka mengedit atau mengubah tampilan terlebih dahulu supaya menarik dan membuat para followersnya menjadi paham serta mengerti pesan dakwah yang diunggahnya.

D. Pembahasan

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisa menurut ahli adalah upaya mencari serta menata secara sistematis catatan hasil observasi, interview, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menjadikan sebagai temuan bagi orang lain.⁴⁹ Untuk itu dalam bagian analisis data ini peneliti akan menganalisis segala data yang telah peneliti dapatkan dari hasil wawancara, hasil pengamatan peneliti sendiri.

a. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah:

Penggunaan instagram sebagai media dakwah bagi generasi milenial saat ini sangat memudahkan para generasi milenial untuk berkreasi dalam menyampaikan dakwahnya yaitu dengan cara memanfaatkan fitur yang terdapat di instagram serta dapat memberikan ilmu dan motivasi dalam pesan dakwah yang akan disampaikan, seperti kesungguhan, ketekunan, dan ketabahan.

Penggunaan instagram sebagai media dakwah dapat mempengaruhi dari segi kejiwaan, yaitu dalam hal kebutuhan spiritual dan pencitraan. Bersarkan hasil wawancara yang sudah

⁴⁹ Noeng Mujahir, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1993) h. 183

dilakukan dapat dilihat bahwa alasan generasi milenial menggunakan instagram, yaitu:

1. Untuk mengingatkan sesama
 2. Memberi tahu seputar informasi khususnya tentang agama, serta
 3. Agar mendapatkan pahala
- b. Manfaat generasi milenial setelah menggunakan instagram

Saat ini instagram dianggap paling atraktif dan menyajikan fitur-fitur yang lebih menarik. Di samping fitur upload foto dan video, terdapat juga fitur live di Instagram. Fitur tersebut menjadi trend media sosial lainnya. Instagram juga dianggap menjadi akun yang wajib dimiliki karena banyak masyarakat yang berinteraksi dengan sesama melalui akun tersebut. Di sisi lain berdasarkan hasil wawancara, generasi milenial pada saat ini menggunakan Instagram dapat memperoleh manfaat di antaranya:

1. Mendapatkan banyak informasi khususnya dari segi keagamaan
2. Dapat mengingatkan diri sendiri agar lebih hati-hati
3. Dapat mengingatkan sesama muslim
4. Menambah amal jariyah

Hal ini didukung karena aplikasi instagram sudah terdapat fitur menarik yang bisa memberikan informasi khususnya informasi yang mengenai tentang dakwah bagaimana media dapat membantu individu mencapai sesuatu. Misal orang menonton konten agama di instagram untuk membantunya memahami agamanya secara lebih baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Generasi milenial di Surabaya memanfaatkan instagram sebagai media dakwah yaitu dengan menggunakan fitur instagram agar lebih menarik. Hal ini yang menjadikan banyaknya para generasi milenial serta da'i maupun da'iah yang menggunakan instagram sebagai media dakwah. Instagram dinilai sebagai media sosial dalam berdakwah dan menjadi salah satu media informasi yang membuktikan bahwa Islam pada saat ini dapat mengikuti perkembangan zaman khususnya dalam media teknologi informasi.

Berdakwah di media sosial instagram dapat menambah manfaat seperti amal jariyah, mendapatkan banyak informasi, hiburan, dan sebagai tempat untuk diskusi.

B. Saran

Sebagai generasi milenial, tidak hanya menjadikan instagram sebagai wadah kepentingan pribadi saja tetapi menjadikan media sosial instagram sebagai wadah untuk menyebarkan hal-hal yang positif, salah satunya berdakwah yang sesuai dengan syariat Islam, dan harus memiliki kecerdasan emosional agar tidak mudah terpengaruh oleh banyaknya informasi yang beredar dan harus bisa menyaring informasi yang diterima.

Sebagai generasi milenial sebisa mungkin harus menyampaikan dan menyebarkan dakwah melalui media sosial manapun terlebih instagram agar, dakwah yang disampaikan dapat menyebar ke semua kalangan dan selalu terus memanfaatkan apa yang ada untuk hal-hal

yang positif dengan seluruh fasilitas yang serba mudah untuk didapat, dan mari menjadi yang bermanfaat untuk orang lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Skripsi ini meneliti tentang pemanfaatan yang berkaitan dengan media instagram, dakwah, dan milenial. Dalam penelitian ini peneliti belum meneliti tentang eektivitas instagram sebagai media sosial untuk media dakwah di kalangan milenial, peran media sosial instagram sebagai tempat untuk berdakwah, analisis isi pesan dakwah melalui instgaram, pengaruh akun instagram dakwah terhadap generasi milenial.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*,
Depok: Rajawali Pers
- AS, Sunarto. 2015. *Etika Dakwah*,
Surabaya: Jaudar Press
- Atmoko Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*
Jakarta: Media Kita
- Budiargo Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*,
Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia
- Kementrian Agama RI. 2018. *Al Qur'an Cordoba*,
Bandung: Cordoba Internasional – Indonesia
- Moleong J. Lexy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*,
Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mujahir Noeng. 1993. *Metodologi penelitian kualitatif*,
Yogyakarta: Rake Sarasin
- Munir Muhammad dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah Cetakan I*,
Jakarta:Kencana
- Munir Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*,
Jakarta:Amzah
- Rohmadi Arif. 2016. *Tiga Produktif Bersosial Media*,
Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Saputra Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*
Jakarta:Raja Grafindo Persada
- Syafaq Hamis. 2017. *Pengantar Studi Islam*,
Surabaya: UIN Sunan Ampel Press
- Syukir Asmuni. 1993. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,
Surabaya: Al-Ikhlas
- Yoris Sebastian. 2018. *Generasi Langgas*,
Jakarta: Gagah Media

Jurnal

Arifin Pupung. 2013. *Persaingan Tujuh Portal berita online Indonesia*,

Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.10 No.2

Hidayatullah Fathan Ahmad. 2016. *Twitter Sebagai Media Dakwah*,

Jurnal Teknoin, Vol. 22 No. 1

Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Konsumen Pada Generasi Milenial. 2019.

Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol.2 No.2

Putra Ardiansah Rizal Muhammad. 2019. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*,

Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.II, No.I

Romadlany Zakiyah. 2019. *Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*,

Jurnal, Vol.5, No.1

Sumadi Eko. 2016. *Dakwah dan Media Sosial*,

Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, AT-Tabsyir, Vol.

4, No. 1

Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital,

Jurnal Islam Nusantara, Vol. 03 No.2

Internet

Fauzan al Fauzan bin Shalih. 2020. *Ibadah: Pengertian, Macam, Keluasan Cakupannya*,

dari <https://almanhaj.or.id/10952-ibadah-pengertian-macam-dan-keluasan-cakupannya.html>

Generasi Milenial. 2020.

dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>

Generasi Milenial. 2021.

dari [https://waspada.co.id/2017/10/generasi-millennial-indonesia-sebuah-gambaran-pemuda-indonesia-selanjutnya/#:~:text=Generasi%20Millennial%20merupakan%](https://waspada.co.id/2017/10/generasi-millennial-indonesia-sebuah-gambaran-pemuda-indonesia-selanjutnya/#:~:text=Generasi%20Millennial%20merupakan%20)

20sebuah% 20istilah,berusia% 20kisaran% 2015% 2D34% 20tahu
n.

Instagram. 2020.

dari

<https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Karakteristik Generasi Milenial. 2021.

dari <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

Pengertian Pemanfaatan. 2021.

dari

Definisi Pengertian Pemanfaatan - Definisi dan Pengertian Menurut Ahli (definisi-pengertian.com)

Pengertian Religiusitas. 2021.

dari

http://etheses.uinmalang.ac.id/1551/6/08410008_Bab_2.pdf

Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah. 2021.

dari Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah - kumpanan.com

Pengertian Pemanfaatan. 2021.

dari

Definisi Pengertian Pemanfaatan - Definisi dan Pengertian Menurut Ahli (definisi-pengertian.com)

Pengertian Religiusitas. 2021.

dari

http://etheses.uinmalang.ac.id/1551/6/08410008_Bab_2.pdf

Tinjauan Umum Tentang Tauhid. 2020.

dari <http://digilib.uinsby.ac.id/4345/7/Bab%202.pdf>

Skripsi

Deslima Duli Yoesiana. 2018. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Skripsi,*

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung

Ghoni Abdul Fahmi M. 2018. *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah, Skripsi,*

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang

Hafidh Muhammad. *Pemanfaatan Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi Dakwah Islam di Kalangan Remaja, Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan, Skripsi,*

Jurusan Public Relation Universitas Sumatera Utara
Naingolan Vitri. 2018. *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNSRAT Manado, Skripsi,*

Jurusan Ilmu Komunikasi UNSRAT
Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah. 2021.
dari Peran Generasi Milenial Terhadap Agama dan Dakwah - kumparan.com

Wibowo Adi. 2019. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend*
Wulandari Indah Intan. 2019. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru, Skripsi,*

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Zahra Maulidia. *Milenial Sebagai Kekuatan Penggerak Perubahan Sosial Secara Positif, Tesis,*

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare