



MEDIA DAKWAH GENERASI MILENIAL

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:
IRENE WULANSARI
NIM. B01217923

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irene Wulansari

NIM : B01217023

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Media Dakwah Generasi Milenial* adalah benar-benar hasil karya mandiri penulis dan bukan merupakan jiplakan atau plagiasi atas karya orang lain.

Penulis bersedia menanggung semua konsekuensi hukum bila ternyata di kemudian hari diketahui atau terbukti secara sah dan meyakinkan bahwa skripsi tersebut merupakan hasil plagiasi.

Surabaya, 1 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



IRENE WULANSARI

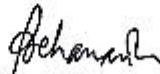
NIM. B01217023

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Irene Wulansari
NIM : B01217023
Prigram Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Media Dakwah Generasi Milenial

Teks skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 3 Juli 2023
Menyetujui Pembimbing,



Drs. Prihananto, M.Ag
NIP. 196812301993031003

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

MEDIA DAKWAH GENERASI MILENIAL

SKRIPSI

Disusun Oleh
Irene Wulansari
B01217023

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Smtu Pada tanggal 13 Juni 2023

Tim Penguji

Penguji I

Drs. Prihananto, M.Ag
NIP. 196812301993031003
Penguji III

Penguji II

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

Moh Khoiril Anam, M.Li.
NIP. 198711102020121009

Dr. Abdullah Santar, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

Surabaya, 13 Juni 2023

Dekan,



Dr. Moch. Khoiril Arif, M.Fil.I
NIP. 19711017998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 AKADEMS

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

Nama : Irene Wulansari
NIM : B01217023
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : irenewulansari4@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 Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

MEDIA DAKWAH GENERASI MILENIAL

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, 27 Oktober 2023

Penulis

(Irene Wulansari)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Irene Wulansari, NIM. B01217023, 2023 Media Dakwah Generasi Milenial

Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsikan pengalaman berdakwah generasi milenial dengan metode dakwah tulisan (microblog) di instagram dan mendeskripsikan penyajian pesan dakwah oleh generasi milenial dengan metode tulisan (microblog) di instagram.

Untuk mendeskripsikan permasalahan tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam bingkai teori komunikasi behavioral dan konsep pendekatan terpusat kepada pendakwah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori komunikasi behavioral berlaku dalam terlaksananya dakwah di media instagram. Konsep pendekatan terpusat kepada pendakwah tidak sepenuhnya terjadi karena generasi milenial memposting dengan gaya tulisan serta tampilan visual yang melihat siapa target dakwahnya.

Kata Kunci: Generasi Milenial, Microblog, Media Dakwah Instagram

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Irene Wulansari, NIM. B01217023, 2023 Media Of Preaching Milleial Generation

This study aims to describe the experience of da'wah of the millennial generation with the method of da'wah writing (microblog) on Instagram and describe the presentation of da'wah messages by the millennial generation with the method of writing (microblog) on Instagram.

This study aims to describe the experience of da'wah of the millennial generation with the method of da'wah writing (microblog) on Instagram and describe the presentation of da'wah messages by the millennial generation with the method of writing (microblog) on Instagram.

The results of this study show that behavioral communication theory applies in the implementation of da'wah in instagram media. The concept of a centralized approach to preachers is not entirely happening because the millennial generation posts with a writing style and visual appearance that sees who the target of da'wah is.

Keywords: Millennial Generation, Microblog, Instagram Da'wah Media

خلاصة

إيرين وولانساري ، نيم. B01217023، 2023 جيل الألفية الدعوة للإعلام

تهدف هذه الدراسة إلى وصف التجربة الدعوية لجيل الألفية باستخدام طريقة الدعوة المكتوبة (microblog) على إنستغرام ، ووصف عرض رسائل الدعوة من قبل جيل الألفية باستخدام أسلوب الكتابة (microblog) على إنستغرام.

لوصف هذه المشاكل ، يستخدم الباحثون الأساليب الوصفية النوعية في إطار نظرية الاتصال السلوكي ومفهوم النهج المتمحور حول الواعظ.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن نظرية الاتصال السلوكي تنطبق على تطبيق الدعوة على وسائل إنستغرام. إن مفهوم النهج المتمحور حول الخطباء لا يحدث بالكامل لأن جيل الألفية ينشر أسلوب كتابة وعرض مرئي يرى من هو هدف دعوتهم.

الكلمات المفتاحية: جيل الألفية ، مدونة صغيرة ، إنستغرام دعوة ميديا

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.... **Error! Bookmark not defined.**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI..... ii

LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN..... iii

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA**Error! Bookmark not defined.**

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR..... viii

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xii

BAB I..... 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah..... 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 4

E. Definis Konsep..... 4

F. Sistematika Pembahasan..... 7

BAB II..... 10

KAJIAN TEORETIK..... 10

A. Kerangka Teoretik..... 10

1. Kajian Tentang Instagram Sebagai Media Dakwah . 10

2. Kajian Microblog Sebagai Metode Dakwah 12

3. Kajian Generasi Milenial Sebagai Da'i..... 14

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan 15

BAB III	18
METODE PENELITIAN.....	18
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	18
B. Lokasi Penelitian.....	19
C. Jenis dan Sumber Data.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	20
E. Kredibilitas Data	23
F. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	27
1. Profil Instagram Ita Roihanah	27
2. Profil Instagram Shabrina Fillahi	28
3. Profil Instagram Diovanka Darmawan.....	28
B. Penyajian Data	29
1. Pengalaman berdakwah generasi milenial melalui instagram.....	29
2. Proses pembuatan konten dakwah instagram.....	39
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	71
1. Pengalaman berdakwah pemilik akun @itaroihanah, @shabrinafillahi.....	71
2. Penyajian konten dakwah tulisan pada akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka.....	74
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
A. Simpulan	78

B. Rekomendasi..... 78
DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2.1. 1 template @itaroihanah.....	31
Gambar 4.2.1. 2 template @dio.vanka	32
Gambar 4.2.1. 3 template @shabrinafillahi.....	33
Gambar 4.2.1. 4 template @shabrinafillahi.....	33
Gambar 4.2.1. 5 profil @itaroihanah.....	35
Gambar 4.2.1. 6 profil @dio.vanka	37
Gambar 4.2.1. 7 profil @shabrinafillahi.....	39
Gambar 4.2.2. 1 tema pesan dakwah @itaroihanah	44
Gambar 4.2.2. 2 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	45
Gambar 4.2.2. 3 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	46
Gambar 4.2.2. 4 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	47
Gambar 4.2.2. 5 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	47
Gambar 4.2.2. 6 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	48
Gambar 4.2.2. 7 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	49
Gambar 4.2.2. 8 tema pesan dakwah @itaroihanah	51
Gambar 4.2.2. 9 tema pesan dakwah @itaroihanah	51
Gambar 4.2.2. 10 tema pesan dakwah @itaroihanah	52
Gambar 4.2.2. 11 tema pesan dakwah @itaroihanah	52
Gambar 4.2.2. 12 tema pesan dakwah @itaroihanah	53
Gambar 4.2.2. 13 tema pesan dakwah @itaroihanah	53
Gambar 4.2.2. 14 tema pesan dakwah @itaroihanah	54
Gambar 4.2.2. 15 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	55
Gambar 4.2.2. 16 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	56
Gambar 4.2.2. 17 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	56
Gambar 4.2.2. 18 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	57
Gambar 4.2.2. 19 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	57
Gambar 4.2.2. 20 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	58
Gambar 4.2.2. 21 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	58
Gambar 4.2.2. 22 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	59
Gambar 4.2.2. 23 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	59
Gambar 4.2.2. 24 tema pesandakwah @itaroihanah	60

Gambar 4.2.2. 25 tema pesan dakwah @itaroihanah	61
Gambar 4.2.2. 26 tema pesan dakwah @itaroihanah	61
Gambar 4.2.2. 27 tema pesan dakwah @itaroihanah	62
Gambar 4.2.2. 28 tema pesan dakwah @itaroihanah	62
Gambar 4.2.2. 29 tema pesan dakwah @itaroihanah	63
Gambar 4.2.2. 30 tema pesan dakwah @itaroihanah	63
Gambar 4.2.2. 31 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	64
Gambar 4.2.2. 32tema pesan dakwah @dio.vanka.....	65
Gambar 4.2.2. 33 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	65
Gambar 4.2.2. 34 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	66
Gambar 4.2.2. 35 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	66
Gambar 4.2.2. 36 tema pesan dakwah @dio.vanka.....	67
Gambar 4.2.2. 37 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	68
Gambar 4.2.2. 38 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	68
Gambar 4.2.2. 39 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	69
Gambar 4.2.2. 40 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	69
Gambar 4.2.2. 41 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	70
Gambar 4.2.2. 42 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	70
Gambar 4.2.2. 43 tema pesan dakwah @shabrinafillahi	71



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Instagram merupakan salah satu media dakwah yang terus berkembang mengupdate fitur didalamnya. Di antara perkembangan instagram sebagai media dakwah, metode dakwah yang sangat krusial ialah metode dakwah tulisan yang selanjutnya disebut konten dakwah tulisan. Hal ini dikarenakan secara jenis konten instagram termasuk jenis platform berbagi konten foto dan video.

Penyajian konten dakwah tulisan oleh @evieeffendie yang telah diteliti oleh Muhammad Saripudin dikemas dengan cara memberikan tulisan didalam video atau foto yang diunggahnya ke Instagram.¹ Ustaz Evie Effendie mengupload berbagai macam konten seperti video dakwah satu menit dan foto yang berisikan dengan kata-kata dakwah baik dalam foto itu sendiri maupun dalam caption.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹ Muhammad Saripudin. “Analisis Deskriptif Gratification Sought Dan Gratification Obtained Penggunaan Media Instagram (Studi Kasus Pada Followers Akun Instagram @Evieeffendie)”, Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020, 21.



Gambar 4. 1 Salah Satu Video Dakwah (Hasil Window to Settings to all)



Gambar 4. 2 Poster Kajian DiInstagram @eviefendie



Gambar 4. 3 Salah Satu Postingan Foto Dakwah

Tahun 2017 instagram merilis fitur baru bernama *slideshow* atau *microblog* yang memungkinkan pengguna mengunggah lebih dari satu foto atau video dalam sekali postingan.² Fitur inilah yang dimanfaatkan oleh akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka sebagai generasi milenial untuk berbagi konten dakwah tulisan. Instagram yang senantiasa dinamis menuntut penggunanya untuk melakukan respon sebagaimana teori ilmu komunikasi behaviorisme “selalu ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika suatu stimulus atau rangsangan yang diterima seseorang telah teramati, maka dapat diprediksikan pula respon dari orang tersebut.”³

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif, yaitu mendeskripsikan informasi dan data yang dikumpulkan. Pembahasan, bagaimanakah pengalaman dan penyajian konten dakwah tulisan akun @itaroihanah, @dio.vanka dan @shabrinafillahi di Instagram merupakan yang akan diteliti dengan judul “**Media Dakwah Generasi Milenial**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dan fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengalaman berdakwah pemilik akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka?
2. Bagaimana penyajian konten dakwah tulisan pada akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka?

² Amelia Shinta, “Apa itu Carousel? Pengertian, Jenis dan Tips Membuatnya”, Artikel Content Marketing, (online), diakses pada Juli 2023 dari www.dewaweb.com

³ Dari internet

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan pengalaman berdakwah pemilik akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka
2. Untuk mendeskripsikan penyajian konten dakwah tulisan pada akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan ilmu pengetahuan tentang metode dan media dakwah generasi milenial.
 - b. Sebagai salah satu referensi pengembangan atau penerapan teori metode dan media dakwah.
2. Manfaat Praktis:
 - a. Bagi peneliti: untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sosialisasi ajaran Islam di Instagram dengan metode tulisan.
 - b. Bagi Mahasiswa KPI: Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi mahasiswa untuk mensosialisasikan ajaran Islam di Instagram dengan metode tulisan.
 - c. Bagi Masyarakat: Hasil dari penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat dalam menggunakan Instagram untuk dakwah.

E. Definisi Konsep

1. Pendakwah (Generasi Milenial)

Istilah generasi sendiri mengacu pada generasi keluarga atau generasi sosial, yaitu sekelompok orang

yang lahir pada rentang tahun yang sama. William Strauss dan Neil dalam buku mereka *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000), pertama kali mengusulkan istilah generasi milenial sebagai generasi yang lahir pada rentang tahun 1980-an sampai 2000-an.⁴ Dengan kata lain, generasi milenial ini adalah anak-anak muda yang saat ini berusia antara 22-41 tahun.

Menurut Budiati, kaum milenial merasa terpanggil untuk memiliki akun media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi.⁵ Berdasarkan pendapat diatas dan dengan melihat situasi serta kondisi terkini, generasi milenial saat ini tidak hanya menganggap jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, pusat informasi tetapi milenial juga ikut berperan dalam membagikan informasi, terkhusus pada penelitian ini ialah generasi milenial sebagai pendakwah yang membagikan pesan dakwah dengan metode dakwah tulisan.

2. Metode Dakwah Tulisan (Microblog)

Pada garis besarnya metode dakwah ada tiga, yaitu: Dakwah lisan (*da'wah bi al-lisan*), Dakwah tulis (*dakwah bi al-qalam*) dan Dakwah Tindakan (*da'wah bi al-hal*). Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut maka metode dakwah yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode tulis.

Microblog adalah istilah yang digunakan untuk pengguna internet yang menulis teks dengan topik

⁴ Wafdane Dyah Prima Jati, "Literasi Digital Ibu Generasi Milenial Terhadap Isu Kesehatan Anak Dan Keluarga," *Jurnal Komunikasi Global*, vol. 10, no. 1, 2021, 4

⁵ *Ibid.* 4

tertentu. Lalu, biasanya jumlah kata dalam microblog cenderung sedikit bila dibandingkan dengan blog pada umumnya.⁶ Umumnya diupload dalam bentuk media elektronik, seperti: SMS, *feed* media sosial, *Audio digital*, *website*, dan lain-lain. Pada penelitian ini microblog diupload ke media elektronik, media sosial instagram.

Metode microblog termasuk kategori dakwah dengan tulisan karena merupakan jenis konten tulisan yang diupload ke media elektronik, media sosial instagram oleh generasi milenial.

3. Media Dakwah (Instagram)

Media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harafiah berarti menengahi/memperkenalkan. Secara bahasa Inggris media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau di antara. Selain itu secara bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* artinya alat atau perantara.⁷ Sedangkan dakwah secara etimologis berasal dari kata arab yang berarti himbauan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah mengajak dengan hikmah untuk berpedoman sesuai petunjuk Al-Qura'an dan Hadist.⁸

Berdasarkan pembahasan diatas, maka media dakwah merupakan alat atau perantara bagi para da'i

⁶ Cinthya, "Micro Blog: Ini Pengertian, Keuntungan dan Cara Menulisnya", Artikel Digital marketing, (online), diakses pada Juli 2023 dari <http://www.accurate.id>

⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017). 345.

⁸ Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983). 163.

untuk mengajak atau menyeru manusia agar mengikuti petunjuk Al-Qur'an dan Hadist.

Era moderen saat ini instagram merupakan salah satu media yang digunakan sebagai perantara para da'i untuk mengajak atau menyeru manusia agar mengikuti petunjuk Al-Qur'an dan Hadist. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, merekam video, menerapkan filter digital dan aktivitas jaringan lainnya. Nama Instagram berasal dari kata "*instan*" dan "*telegram*". Kata "*instan*" atau "*insta*", bermakna instagram sebagai media yang menampilkan foto secara instan seperti kamera Polaroid. Sedangkan "*telegram*" yang mendasari kalimat "*gram*" yang berarti alat yang dapat mengirimkan informasi dengan cepat.⁹

Pembahasan instagram dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai media bagi generasi milenial untuk mengirimkan pesan dawah dengan metode microblog.

F. Sistematika Pembahasan

1. Bagian Awal

Bagian pertama penelitian ini berisi halaman judul penelitian (sampul luar dan dalam), lembar pengesahan dosen pembimbing, pengesahan tim penelaah, moto dan persembahan, lembar pernyataan otentitas skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, serta daftar gambar.

2. Bagian Inti

Pada bagian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

⁹ Anugerah Ayu Sendari, *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto Dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*, diakses pada tanggal 17 Desember 2021 dari <https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

BAB I (Pendahuluan) yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II (Kajian Teoretik) berisi sub bab kerangka teori dengan subsub bab kajian instagram sebagai media dakwah, kajian microblog sebagai metode dakwah, dan kajian generasi milenial sebagai pendakwah serta sub bab penelitian sebelumnya yang relevan.

BAB III (Metode Penelitian) dengan isi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik kredibilitas data serta teknik analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan) yang berisi tiga sub bab, pertama gambaran umum subyek penelitian, kedua penyajian data dan ketiga pembahasan hasil penelitian (analisis data).

Sub bab pertama berisi subsub bab profil instagram Ita Roihanah, profil instagram Diovanka Darmawan dan profil Shabrina Fillahi.

Sub bab kedua berisi subsub bab pengalaman berdakwah generasi milenial melalui instagram dan Proses pembuatan konten dakwah instagram

Sub bab ketiga berisi subsub bab pengalaman berdakwah pemilik akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka dan penyajian konten dakwah tulisan pada akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka

BAB V (Penutup) adalah bagian terakhir dari bagian inti yang mencakup kesimpulan dan saran.

3. Bagian Terakhir

Pembahasan bagian akhir dari skripsi memuat daftar pustaka, lampiran dan biografi peneliti.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

Kerangka teori merupakan salah satu pilar penelitian hal ini karena kerangka teoretik merupakan tempat untuk menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian. Melalui teori peneliti dapat memanfaatkannya sebagai salah satu bahan untuk membaca fenomena di lapangan.

1. Kajian Tentang Instagram Sebagai Media Dakwah

Media dakwah merupakan media untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah. Jika media dakwah berarti alat dakwah, maka wujudnya adalah alat komunikasi.¹⁰ Media dakwah merupakan alat perantara atau alat komunikasi bagi da'i untuk mengajak atau menyeru manusia agar mengikuti petunjuk yang ada pada Al Qur'an dan Hadis.

Contoh berbagai cara yang digunakan dalam komunikasi meliputi:¹¹

- a. Media komunikasi antarpribadi seperti: kurir, mail, SMS, BBM, dll.
- b. Media komunikasi kelompok seperti: studi club, komunitas, rapat dan sebagainya.
- c. Media komunikasi publik seperti: ceramah, kuliah umum, kampanye dan sebagainya.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017). 346.

¹¹ Ahmad Sultra Rustan, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: Deepublish, 2017). 48.

- d. Secara khusus, media massa adalah: media cetak (buku, majalah, koran, dll), media format kecil (brosur, pamflet, stiker, dll), media luar (spanduk, baliho, billboard, dll) dan media elektronik (radio, televisi, internet dan sebagainya).

Selain itu, media massa dapat diklasifikasikan menjadi dua, yakni media tradisional (radio, televisi, film, koran, majalah dan buku) dan media modern (internet, email, buletin elektronik, ruang chatting dan sebagainya).¹² Saat ini teknologi komunikasi modern berupa koneksi internet telah memberikan kontribusi besar dalam menghadirkan keragaman media. Masyarakat tidak hanya sekedar objek dari tsunami informasi tetapi telah aktif terlibat menghadirkan informasi ke media modern. Hadirnya media modern atau online, membuat masyarakat mendapatkan informasi melalui situs-situs web. Situs adalah domain yang berisi informasi, data, gambar dan suara serta berisi aplikasi yang berisi tautan dari situs web lain. Contoh website yang sering kita lihat di internet adalah:¹³

- a. Situs berita online seperti detik.com, kompas.com, liputan6.com
- b. Website pemerintah seperti BPK.go.id, imigrasi.go.id, kejaksaan.go.id
- c. Aplikasi chatting seperti, whatsapp, telegram, line
- d. Situs e-commerce seperti, shopee.com, tokopedia.com, bukalapak.com
- e. Situs jejaring sosial seperti instagram.com, tiktok.com, youtube.com

¹² *Ibid.* 2.

¹³ Irene silviani, *Manajemen Media Massa*. (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021). 75.

Instagram pada awal kemunculannya hanya sebatas platform untuk mengunggah foto dan video yang akan ditampilkan pada menu feed di halaman home dengan fitur like, share, komentar dan direct messaging.

Tidak hanya *stagnan* pada fitur feed, instagram terus mengupdate fitur-fiturnya. Pada tahun 2016 Instagram meluncurkan fitur terbarunya yaitu InstagramStory atau biasa dikenal dengan InstaStory. InstaStory adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video berdurasi 15 detik yang ditayangkan dalam 24 jam. Selanjutnya menyusul fitur instagram live, saat instagram live berlangsung penonton dapat memberikan komentar sehingga terjadi interaksi secara real time, tahun 2017 menambahkan fitur slideshow, dimana dalam satu postingan bisa memuat 10 foto dengan cara menggesernya.

2. Kajian Microblog Sebagai Metode Dakwah

Berikut ini jenis-jenis platform media sosial dilihat dari penggunaannya:¹⁴

- a. Social networking: Jenis media sosial ini seringkali digunakan untuk komunikasi pribadi dan santai, seringkali untuk tujuan membangun networking pribadi atau networking alumni, serta networking khusus kelompok. Biasanya platform jejaring social networking ialah Facebook.
- b. Microblogging: jenis konten yang pengguna dapat menulis artikel seperti blog tetapi dengan karakter

¹⁴ Dian prajarini, *Media Sosial Periklanan - Instagram*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020). 3-4

- terbatas. Twitter dan tumblr merupakan salah satu platform microblog.
- c. Berbagi video: konten berupa video, dimana pengguna dapat mengunggah video, mengakomodasi video streaming, bahkan fasilitas live streaming. Platform dengan jenis video bisa kita jumpai pada youtube, instagram dan tiktok.
 - d. Berbagi jaringan profesional: merupakan jenis platform terkait karir profesional, seperti pencarian kerja, magang, keterampilan dan segala hal tentang karier. Linkedid adalah salah satu platform berjenis jaringan profesional.
 - e. Berbagi foto: jenis konten berbagi foto sekaligus editing dengan filter yang tersedia. Platform dengan jenis ini yang terkenal ialah snapchat dan instagram.
 - f. Cooking: jenis konten untuk berbagi resep makanan. Contohnya platform cookpad.

Dilihat dari jenis konten dan kegunaannya Instagram termasuk media sosial dengan jenis berbagi foto dan video. Seiring bertambahnya fitur Instagram, yakni fitur *slideshow* banyak yang memanfaatkannya untuk berbagi tulisan pendek layaknya jenis konten microblog pada twitter dan tumblr. Microblog dalam instagram di upload dengan memanfaatkan fitur *slideshow*.

Berdasarkan data perusahaan analisis sosial media marketing, NapoleonCat pengguna Instagram Indonesia per April 2023 sebanyak 109,33 juta. Dari segi usia, 38% pengguna Instagram di Indonesia berada di kelompok usia 18 sampai 24; 30,1% orang berusia 25 sampai 34; 12,7% orang berusia 35 hingga 44 tahun, ada juga yang berusia 13-17 tahun sebanyak 11,3%, usia 45-54 tahun

prosentasenya 5% dan selebihnya kelompok usia 55 tahun ke atas.¹⁵

3. Kajian Generasi Milenial Sebagai Da'i

Kecanggihan teknologi melalui sarana komunikasi modern memungkinkan manusia untuk mengakses dunia tanpa terbatas oleh ruang. Menggunakan media sosial generasi saat ini mampu berkomunikasi jarak jauh salah satunya dengan menggunakan Instagram. Pengguna Instagram terbanyak di Indonesia pada peringkat satu sampai tiga merupakan masyarakat dengan rentang usia 18 sampai 44 tahun.

Generasi milenial menurut Neil dan Strauss adalah mereka yang lahir 1982 sampai 2000. Menurut Elwood Carlson, milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1983 dan 2001. Sedangkan menurut Karl Mannheim generasi ini lahir tahun 1980 sampai 2000.

Berdasarkan teori di atas, pada tahun 2023 generasi milenial memasuki usia 22 sampai 41 tahun yang berarti merupakan rentang usia pengguna Instagram terbanyak di Indonesia.

Generasi milenial lahir dengan ciri-ciri peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Ciri-ciri lainnya kreatif, informarif, mempunyai *passion* dan produktif.¹⁶ Protokol Internet atau IP pertama di Indonesia didaftarkan oleh Universitas Indonesia pada tanggal 24 Juni 1988. Karena hidup pada

¹⁵ Monavia Ayu Rizaty, *Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023*, diakses pada tanggal 15 Juni 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>

¹⁶ Badan Pusat Statistika, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial*, (Jakarta: KemenPPA, 2018), 18.

masa berkembangnya internet menjadikan generasi ini akrab dengan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya. Bukti konkrit yang bisa diamati adalah hampir semua individu generasi ini menggunakan *smartphone*. Dengan *smarthphone* yang memiliki keunggulan dapat mengakses internet mereka dapat saling berinteraksi menerima dan mengirim informasi melalui media Instagram salah satunya.

Berdasarkan kajian teoretik tersebut, generasi milenial menggunakan microblog sebagai metode dakwahnya dan instagram sebagai media dakwahnya. Kajian teoretik tersebut dimanfaatkan sebagai salah satu bahan untuk membaca fenomena di lapangan. Fenomena krusial pada penelitian ini seperti yang telah ditulis pada latar belakang yakni metode dakwah tulisan pada instagram yang pada umumnya sebagai media berbagi konten foto dan video.

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut ini penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis:

Penelitian karya Muhamad Saripudin (2020) dengan judul Analisis Deskriptif Gratification Sought dan Gratification Obtained Penggunaan Media Instagram (Studi Kasus Pada Followers Akun Instagram @evieefendie). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu, mengetahui harapan followers akun Instagram @evieefendie, mengetahui kepuasan followers akun Instagram @evieefendie dan seberapa besar perbedaan kesenjangan antara harapan dan kepuasan followers akun Instagram @evieefendie. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Persamaanya ialah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, sementara perbedaanya

Imas Mutiawati (2018) merupakan mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Wali Songo Semarang yang meneliti tentang Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam dan memahami tentang penggunaan serta bentuk dakwah Islam yang dapat dilakukan melalui media sosial instagram. Pada penelitian tersebut metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Persamaan kedua penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu menggunakan metode penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif dan media yang digunakan adalah media sosial instagram. Sedangkan perbedaannya adalah pada fokus penelitian, Imas Mutiawati berfokus dakwah di instagram secara general (bil lisan, bil hal, dan bil qalam) sedangkan peneliti berfokus pada dakwah di instagram dengan strategi microblog.

Hasil penelitian skripsi dari Nurul Khoiriyah yang berjudul Dakwah di Media Sosial Melalui Instagram (Analisis Fenomenologi Akun Dakwah @Boris.tan, @Qonuun, dan @Ustadzrendy) dari IAIN Kudus pada tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang fenomena dakwah di jejaring sosial Instagram antara lain; 1) Metode dakwah yang digunakan untuk berdakwah di jejaring sosial Instagram 2) Fitur Instagram yang mendukung jejaring sosial dakwah 3) Materi dakwah di jejaring sosial Instagram, 4) Elemen faktor pendukung dan penghambat dakwah di jejaring sosial Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, metode dakwah di jejaring sosial Instagram memiliki kesamaan yaitu metode yang terdapat dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 tentang metode dakwah bilhikmah, mauidloh hasanah dan mujilah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis fenomenologi, sedangkan

perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, yaitu dakwah generasi mileniall dengan strategi *microblog* di *instagram*.

Hasil penelitian skripsi dengan judul “*Microblog* pada *Instagram* sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun *@satupersenofficial*)” yang disusun oleh Khairina Nur Afifah mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo tahun 2021. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tampilan *microblog @satupersenofficial* dan isi informasi bidang pengembangan diri dalam *microblog @satupersenofficial* berdasarkan teori analisis isi. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang berbagi konten dengan strategi *microblog* di *instagram*, tepi penelitian ini menganalisis isi akun *@satupersenofficial* yang bukan merupakan akun dakwah. Sedangkan penulis meneliti dengan jenis penelitian fenomenologi pada akun dakwah *@itaroihana*, *@dio.vanka*, dan *@shabrinafillahi*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ilmiah ada dua macam bentuk penelitian yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Adapun maksud dari penelitian kualitatif adalah menitikberatkan pada proses yang diambil dari fenomena-fenomena yang ada kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis memilih penelitian kualitatif karena dengan penelitian kualitatif maka peneliti dapat menggambarkan objek penelitian secara holistik berdasarkan realitas sosial yang ada di lapangan.

Jenis penelitian kualitatif dengan metode metode deskriptif kualitatif menurut Kim, Sefcik and Bradway (2017) yang dikutip Ahmad Fauzy dkk (2022) adalah metode penelitian yang penting dan sangat cocok untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berfokus pada pertanyaan siapa, apa, dan di mana peristiwa atau pengalaman terjadi dan mendapatkan data langsung dari informan mengenai fenomena yang kurang dipahami. Hasil dari deskriptif kualitatif adalah informasi empiris yang faktual.

Ciri studi deskriptif kualitatif ialah pertanyaan didasarkan pada deskripsi langsung dari orang-orang yang telah mengalami fenomena tersebut. Sampel biasanya kecil. Data paling sering diperoleh dari wawancara semi terstruktur dengan peserta penelitian, termasuk wawancara individu dan wawancara kelompok dan observasi non-partisipan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan langsung dari suatu fenomena yang diinginkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu observasi pada media sosial Instagram akun @itaroihanah, @dio.vanka @shabrinafillahi dan wawancara melalui telepon WhatsApp dengan pemilik akun @itaroihanah, @dio.vanka dan @shabrinafillahi

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Data utama penelitian ini adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi penelitian dengan kriteria memiliki Instagram dan menjadikan Instagram sebagai media berdakwah. Peneliti memilih tiga informan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu:
 - a. Pendakwah milenial yang saat ini berusia 22- 41 tahun. Hal ini dipilih berdasarkan data dari NapoleonCat tentang rentang usia pengguna Instagram terbanyak, yang mana milenial termasuk generasi mayoritas pengguna Instagram.
 - b. Memanfaatkan fitur microblog untuk berbagi konten dakwah tulisan.

Data primer dapat didapatkan dengan menemupuh *probability sampling*, yakni pemilihan sampel dengan asumsi bahwa sampel itu mewakili populasinya. Dalam hal ini responden adalah pemilik akun Instagram @itaroihanah, @dio.vanka dan @shabrinafillahi.

2. Data sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung namun dapat memberikan data tambahan yang mendukung data primer. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari website help.instagram.com dan literatur

dari media lama maupun media baru yang terkait dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Basri (2014) yang dikutip oleh(2022) fokus penelitian kualitatif adalah pada proses pengumpulan data dan bagaimana memberikan makna pada hasilnya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan analisis penelitian kualitatif yang tajam, sangat dipengaruhi oleh kekuatan kata-kata dan kalimat yang digunakan dalam laporannya.

Salah satu karakteristik penelitian kualitatif ialah *multiple sources of data* (beragam sumber data) dalam mengumpulkan data, peneliti kualitatif memilih dari beragam sumber, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. pemilihan teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga beragam sumber data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati fenomena penelitian. Menurut Marshall dan Rossman observasi adalah pengumpulan data tentang orang, proses dan budaya. Pada prosesnya peneliti kualitatif dapat berpartisipasi langsung dalam pengumpulan data sebagai partisipan atau hanya menjadi non partisipan (pengamat).¹⁷ Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan bentuk partisipasi sebagai pengamat, dimana peneliti memposisikan diri sebagai pengamat dalam aktivitas dakwah generasi milenial dengan konten dakwah tulisan di instagram.

Teknik ini memungkinkan untuk menarik inferensi mengenai makna dan sudut pandang responden, kejadian,

¹⁷ Cosmos Gatot Haryanto, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (Sukabumi: Jejak Publisher, 2020). 80.

peristiwa atau proses yang diamati. Lewat observasi juga akan mengungkapkan pemahan yang tidak terucap melalui wawancara.¹⁸

Peneliti hanya dapat mengobservasi aktivitas dakwah akun @itaroihanah, @dio.vanka dan @shabrinasilah di instagram tidak dengan mengamati secara langsung. Dapat diartikan pada penelitian ini observasi tidak berjalan maksimal karena terkendala jarak serta konsisi pandemi.

3. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi yang sangat penting dalam proses penelitian. Informasi yang diperoleh melalui wawancara lebih mendalam karena pemikiran atau pendapat dapat digali secara detail.¹⁹ Menurut Creswell ada beberapa langkah yang harus diperhatikan saat wawancara:

- a. Mengidentifikasi orang yang diwawancarai berdasarkan sampel yang ditentukan. Untuk mengidentifikasi orang yang diwawancarai agar sesuai dengan sampel yang telah ditentukan, peneliti melakukan observasi pada platform instagram untuk mengidentifikasi da'i yang memanfaatkan instagram sebagai media dakwah dan menggunakan konten dakwah microblog. Selain itu melalui wawancara tahap awal untuk mengetahui apakah da'i termasuk generasi milenial. setelah melakukan observasi dan wawancara ditetapkan 3 akun dakwah yang

¹⁸ A. Chaedar Alwasilah, Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. (Jakarta: Dunia Pustaka Jaya, 2011). 110.

¹⁹ Cosmos Gatot Haryanto, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (Sukabumi: Jejak Publisher, 2020). 33.

memenuhi kriteria tersebut, yakni @itaroihanah, @dio.vanka dan @shabrinafillah

- b. Menentukan jenis wawancara. Berdasarkan jenis formalitaasnya wawancara dalam penelitian ini ialah wawancara semi-terstruktur yang ditujukan kepada para da'i. Dalam jenis ini peneliti memiliki pedoman wawancara, ada pertanyaan-pertanyaan yang disiapkan namun pertanyaan ini memiliki kemungkinan untuk berkembang. Teknik ini masuk dalam kategori *indepth interview*.

Wawancaradigunakan untuk mengumpulkan informasi yang tidak mungkin diperoleh lewat observasi. Untuk mengetahui pengalaman dakwah dan penyajian dakwah oleh generasi milenial dengan metode dakwah tulisan di instagram.

- c. Langkah ketiga menentukan tempat dan mendapatkan izin untuk mewawancarai. Bila dilihat dari cara melakukannya, peneliti melakukan wawancara secara daring melalui call whatsapp serta chat whatsapp. Hal ini dilakukan karena saat penelitian berlangsung masih dalam kondisi pandemi dan para responden memiliki lokasi tinggal yang jauh dari peneliti yakni, Depok, Jakarta dan Batam. Mula-mulanya peneliti menghubungi responden melalui chatting baik instagram maupun whatsapp untuk mendapatkan persetujuan da'i menjadi responden pada penelitian ini.
- d. Langkah terakhir yakni menyiapkan pertanyaan dan memberikan waktu untuk menjelaskan. Pada langkah ini, peneliti menyiapkan pertanyaan dasar untuk mengetahui profil dari responden dan beberapa pertanyaan mengenai pengalaman, perasaan dan

makna dakwah bagi generasi milenial dengan menggunakan strategi microblog di Instagram. Wawancara tahap kedua digunakan untuk mewawancarai hal-hal yang belum terungkap pada wawancara pertama.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan tahapan pengumpulan data yang dilakukan melalui studi literatur terhadap fenomena yang diteliti. Studi dokumen dapat dilakukan dengan berbagai cara berikut:²⁰

- a. Mempelajari jurnal ataupun catatan-catatan dari subyek penelitian yang terkait fenomena. Jurnal atau catatan dari subyek penelitian dapat ditemukan pada apa yang diposting melalui berbagai fitur di Instagram, membalas komentar bahkan catatan dari berbagai platform sosial media yang dimiliki oleh subyek penelitian yang terkait dengan fenomena ini dapat dijadikan sebagai sumber penelitian.
- b. Mempelajari profil subyek penelitian.

E. Kredibilitas Data

Standar penelitian kualitatif dapat dilihat melalui aspek kredibilitas dan keandalannya. Mirip dengan validitas pada penelitian kuantitatif, kredibilitas mencerminkan sejauh mana tingkat keilmiahannya sebuah penelitian.²¹ Untuk menghindari aspek-aspek yang memberikan peluang untuk terjadinya bias dan kekurangan sumber data peneliti melakukan triangulasi, yang merupakan langkah pemaduan

²⁰ *Ibid.* 212.

²¹ *Ibid.* 131.

berbagai sumber data, peneliti, teori dan metode dalam suatu penelitian tentang fenomena sosial yang dikutip dari denzin oleh cosmos gatot haryono dalam bukunya Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi.

1. Triangulasi sumber data merupakan penggunaan sumber data yang beragam.
2. Triangulasi peneliti merupakan penggunaan beberapa peneliti dari latar belakang keilmuan yang berbeda untuk meneliti fenomena yang sama. Hal ini dilakukan untuk menghindari bias dari peneliti tunggal.
3. Triangulasi teori merupakan cara memanfaatkan teori yang sesuai dengan penelitian untuk memaknai temuan data penelitian.
4. Triangulasi metode merupakan menggunakan metode ganda untuk menganalisis masalah. Peneliti dapat menggunakan beberapa metode pengumpulan data karena setiap metode pengumpulan data memiliki kelebihan dan kekurangan.

Triangulasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik, dimana peneliti menggabungkan ketiga sumber data. Triangulasi sumber, dengan mewawancarai banyak sumber untuk pendalaman masalah, pengumpulan data dokumentasi dari beberapa sumber data dokumentasi. Peneliti tidak hanya mengumpulkan dan menganalisis data dokumen berupa hasil penelitian orang lain, tapi juga dari arsip, dokumen pribadi maupun dokumen resmi.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses penggalan dan menyusun informasi secara sistematis dari hasil wawancara,

catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan dapat dibagikan kepada orang lain.²²

Ada dua teknik analisis kualitatif yaitu teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan metode yang berguna untuk mengembangkan teori yang telah ada dari data yang ada di lapangan.²³

Setelah tahap pengumpulan data, tahap berikutnya dalam penelitian fenomenologi adalah analisis data. Berikut ini langkah-langkah untuk menganalisis data penelitian menurut Creswell:

1. Peneliti mendeskripsikan pengalaman dan penyajian konten dakwah tulisan yang dialami subyek penelitian, yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada tahap ini peneliti berusaha menangkap gambaran besar tentang fenomena yang diteliti.
2. Peneliti mencari hasil wawancara yang terkait dengan topik penelitian yakni, latar belakang dan alasan generasi milenial berdakwah di instagram serta *layout*, proses pembuatan dan penyajian tema pesan dakwah.

Peneliti kemudian menyempurnakan hasil wawancara dan memperlakukan setiap pernyataan secara sama. Setelah itu, peneliti mengembangkannya lebih lanjut untuk menghindari pengulangan yang tidak perlu.

3. Peneliti mengelompokkan hasil wawancara menjadi unit- unit yang bermakna: profil responden, pengalaman

²² Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif; Teori & Praktek*. (Yogyakarta: Calpulis, 2015). 63.

²³ Ahmad Fauzi dkk, *Metodologi Penelitian*. (Kabupaten Banyumas: Pena Persada , 2022). 97.

berdakwah, penyajian tema pesan dakwah dan proses pembuatan konten dakwah.

4. Peneliti memaknai melalui pemikiran reflektif dengan menggunakan deskripsi struktural. Kemudian mencari makna umum yang mungkin muncul dan melihat konteks fenomena tersebut dari sudut pandang yang berbeda. Peneliti kemudian mengkonstruksi bagaimana gejala tersebut dialami.
5. Peneliti melaporkan hasil penelitiannya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Penelitian ini akan menyajikan gambaran dari masing-masing informan dan setiap informan akan memiliki informasi yang berbeda karena setiap informan memiliki pengalaman, pemahaman dakwah dan latar belakang yang berbeda.

1. Profil Instagram Ita Roihanah²⁴

Nama lengkap dari akun dakwah @itaroihanah adalah Ita roihanah yang lahir di Jombang, 9 Februari 1990 yang saat ini tinggal di Depok Jawa Barat. Ia adalah salah satu milenial yang memiliki passion di bidang tulisan. Dengan adanya media sosial, khususnya instagram, ia mengembangkan passion menulisnya dengan metode microblog. Awal menggunakan instagram hanya digunakan untuk berbagi momen saja, barulah menjelang pernikahan mulai memposting konten dakwah. Instagram dengan *user name* @itaroihanah itu dikelola pribadi tanpa admin. Teh Ita (begitu biasanya ia dipanggil) merupakan alumni Universitas Brawijaya dan ITB Jurusan Arsitektur. Beliau mendapat Ilmu Agama Islam dari Pertama, secara konseptual dari didikan keluarga. Dengan didikan dari keluarganya ia mendapatkan modal *mainset* atau cara pikir islami. Kedua, dari buku-buku agama yang tersedia di rumah, baik rumah orang tua maupun rumah saat sudah menikah. Ketiga, lewat kajian bersama ustadz, ustadzah lokal (daerah depok). Aktivitas Teh Ita saat ini mengajar di kampus, mengelola komunitas @muslimdreamfamily yang merupakan

²⁴ Ita Roihanah, wawancara oleh penulis

platform edukasi ketahanan keluarga (berkurikulum) kelas dan komunitas. Dan @keluargahebatid komunitas untuk membantu keluarga yang ingin membuat visi-misi keluarga.

2. Profil Instagram Shabrina Fillahi²⁵

Shabrina Filahi Najah merupakan nama lengkap pemilik akun @shabrinafillahi ia lahir di Kota Mojokerto, 21 Oktober 1996 Mba Shabrina (begitu biasanya ia dipanggil) sudah menjadikan akunnya khusus untuk membahas isu muslimah kontemporer. Saat pertama kali memakai instagram di tahun 2018 sama seperti kebanyakan orang, hanya untuk upload foto saja. Pertama kali berdakwah di Instagram Mba Shabrina tidak terlalu mengingat kapan ia lakukan, yang pasti di mulai dari lewat story Instagram dan akhirnya pada Februari 2020 awal mulai memanfaatkan fitur carousel untuk berdakwah. Ia menggunakan carousel karena ada permintaan dari teman yang menginginkan tulisan di tumbler untuk di upload di Instagram.

3. Profil Instagram Diovanka Darmawan²⁶

Nama lengkap Diovanka Darmawan. Kak Dio Ia merupakan salah satu milenial yang juga memanfaatkan platform instagram untuk kepentingan dakwahnya. Bentuk konten dakwah di instagramnya berupa carousel dan reels. Kak Dio menyelesaikan pendidikan terakhirnya di tingkat universitas dengan jurusan yang sama sekali tidak berkaitan dengan dakwah yaitu Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijaya, Malang. Beliau

²⁵ Shabrina Fillahi, wawancara oleh penulis

²⁶ Dio Vanka, wawancara oleh penulis

belajar ilmu agama dari bangku sekolah dan kajian rutin pekanan. Ia mulai menggunakan Instagram sebagai media untuk berdakwah pada tahun 2020.

B. Penyajian Data

1. Pengalaman berdakwah generasi milenial melalui instagram

a. Latar belakang berdakwah melalui media instagram

Terlahir di keluarga yang suka dengan hal-hal yang Islami, mempunyai ayah yang seorang Ustadz kampung (istilahnya), guru BK, dan juga guru agama. Yang mana aktivitas beliau adalah aktivitas menyeru kepada orang lain. Anak-anak beliau (kakak-kakak teh Ita, dan Teh Ita yang merupakan anak terakhir) masa remajanya aktif dengan kegiatan keIslaman, sampai ketika kuliah juga menjadi aktivis kampus, yang menyebabkan obrolan di rumah kental sekali dengan hal-hal yang berbau ke-Islaman, itu yang menjadikan *trigger* alami yang membuat Teh Ita *ter-expose* dengan hal-hal yang sifatnya –orang bilang konten dakwah Islami- Teh Ita pribadi senang berbagi apa yang beliau pelajari. Karena Teh Ita merasa apa yang beliau dapatkan (ilmu agama), orang lain juga membutuhkan. Sehingga mungkin apa yang beliau lakukan (dakwah) bisa juga bermanfaat bagi mereka.

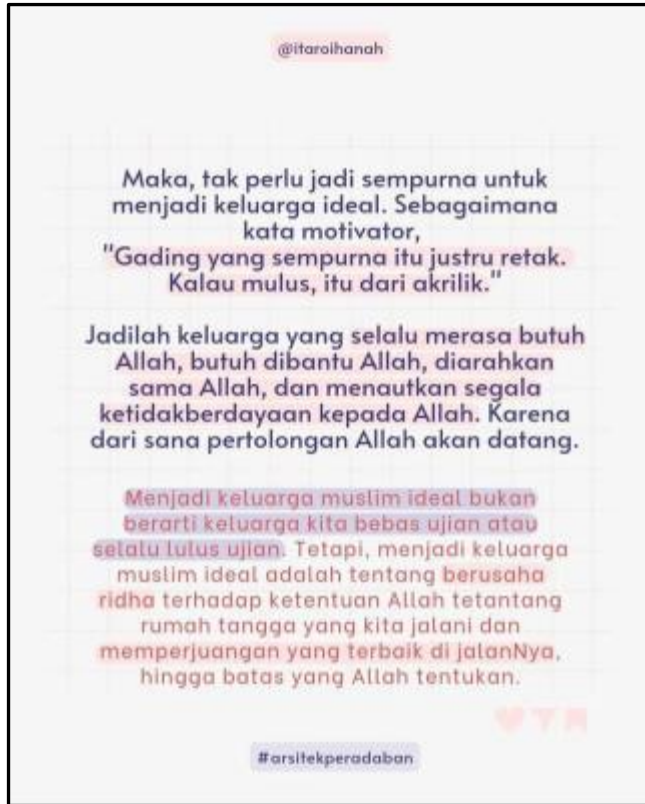
Tergerak untuk dakwah juga tidak instan, karena dahulu Teh Ita juga bukan orang yang percaya diri untuk berdakwah. Saat duduk di bangku kuliah, ada keraguan untuk menulis pesan dakwah di instagram karena takut *riya'* sampai akhirnya temannya mendorong untuk menulis. Menulis dan jangan takut *riya'*, karena takut *riya'* itu sudah *riya'*. Dari situ Teh Ita kemudian terbiasa dengan aktivitas dakwah di instagram.

Saat pertama berdakwah dengan tulisan di instagram masih sangat sederhana, hanya mengunggah foto dan menulis caption. Hal ini sama seperti yang dilakukan kebanyakan pengguna instagram, pembedanya terletak pada caption yang ditulis. Teh Ita dengan caption pesan dakwah sementara pengguna instagram pada umumnya membagi momen kebersamaan.

Pada awal kemunculan fitur instagram story, Teh Ita juga memanfaatkan fitur tersebut untuk berdakwah. Sampai pada munculnya fitur baru, yakni slide show atau carousel barulah Teh Ita memanfaatkan fitur ini untuk membuat microblog berisi tulisan pesan dakwah. Cara penggunaannya pun cukup mudah karena Teh Ita terbantu oleh aplikasi canva yang telah menyediakan template. Sehingga hanya memasukkan teks pesan dakwah kedalam template.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.2.1. 1 template @itaroihanah

Selanjutnya, tentang yang melatar belakangi dakwah Kak Dio di instagram. Berawal saat SMP, Kak Dio ikut *club jurnalistik* dan kepenulisan, dari kegiatan tersebut akhirnya ingin terus menulis dan berharap tulisannya bisa memberi manfaat ke orang lain. Setelah berdakwah di instagram komen baik dan buruk dari netizen bagi Kak Dio saling mewarnai, karena sebaik apapun itu konten pasti ada yang beda pandangan atau tidak suka. Tapi dibalik itu ada banyak orang yang mensupport beliau untuk terus

berdakwah di instagram. Saat ini konten microblog yang beliau posting merupakan hasil kolaborasi dengan beberapa konten creator di bidang illustration.



Gambar 4.2.1. 2 template @dio.vanka

Terakhir latar belakang Mba Shabrina berdakwah melalui instagram. Bagi Mba Shabrina, jurusan kuliah merupakan salah satu faktor kesadaran untuk berdakwah. Faktor lainnya, berupa faktor keluarga, organisasi, pertemanan dan kesadaran pribadi. Selama berdakwah di Instagram *hate comment* dan *hate direct messenger* sudah biasa dan banyak, itu merupakan konsekuensi dari dakwah, pasti ada yang menolak dan menerima. Kesan positif, dari perjalanan dakwah di medsos membuat Mbak Shabrina bertemu dengan orang-orang yang sepemikiran dengannya. Kedua, bertemu dengan kesempatan baik seperti, menimba ilmu lebih dalam lagi, ikut kelas-kelas *non formal*. Ketiga, berkarya di sosial media menjadikan peluang

financial bagi beliau yang seorang *muslimah* dengan membangun karir dari rumah.



Gambar 4.2.1. 3 template @shabrinafilah



Gambar 4.2.1. 4 template @shabrinafilah

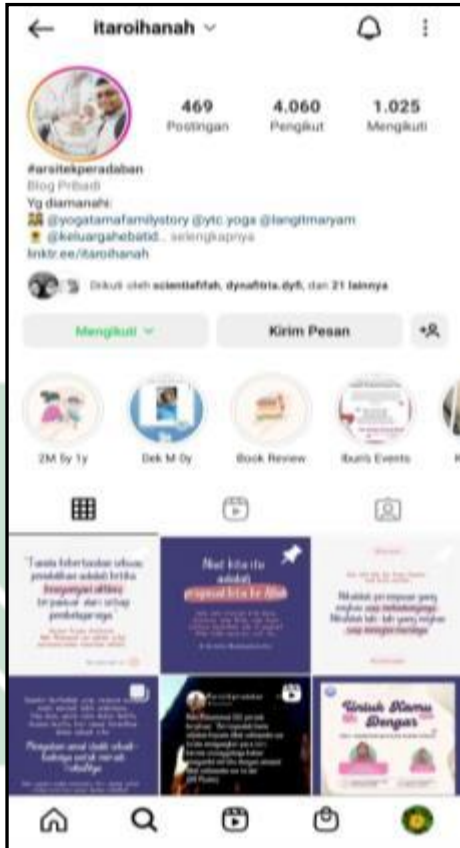
Kemampuan mengonten menurut beliau ada pengaruhnya dengan dekatnya seorang hamba kepada Allah. Karena yang memudahkan dalam dakwah adalah Allah. Bukan agar kontennya viral, tetapi akan ada ruh yang berbeda ketika sedang dekat dengan Allah, dan tentunya izin suami. Mustahil seseorang berdakwah tapi ruhiyahnya tidak baik.

b. Alasan berdakwah melalui instagram

Teh Ita adalah salah satu milenial yang menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah. Ia menggunakannya sejak tanggal 5 Mei 2013.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.2.1. 5 profil @itaroihanah

Instagram dipilih karena model kombinasi postingan gambar dan captionnya lebih sistematis menjadi alasan utama mengapa Teh Ita memilih berdakwah melalui platform Instagram. Oleh karena itu, dakwah di Instagram diharapkan dapat menjangkau kalangan muslimah dan keluarga muda

yang menginginkan hidup Islami dan membangun keluarga Islami.²⁷

Selanjutnya, alasan Kak Dio berdakwah melalui instagram. Kak Dio telah menggunakan Instagram sebagai media dakwah selama 3 tahun, tepatnya di tahun 2020. Saat ini ia memiliki jumlah follower sebanyak 3.118 (tiga ribu seratus delapan belas) dan 86 (delapan puluh enam) postingan per 30 November 2022. Jumlah ini akan terus meningkat setiap harinya.²⁸



²⁷ Ita Roihanah, wawancara oleh penulis

²⁸ Diovanka Darmawan, Observasi oleh penulis



Gambar 4.2.1. 6 profil @dio.vanka

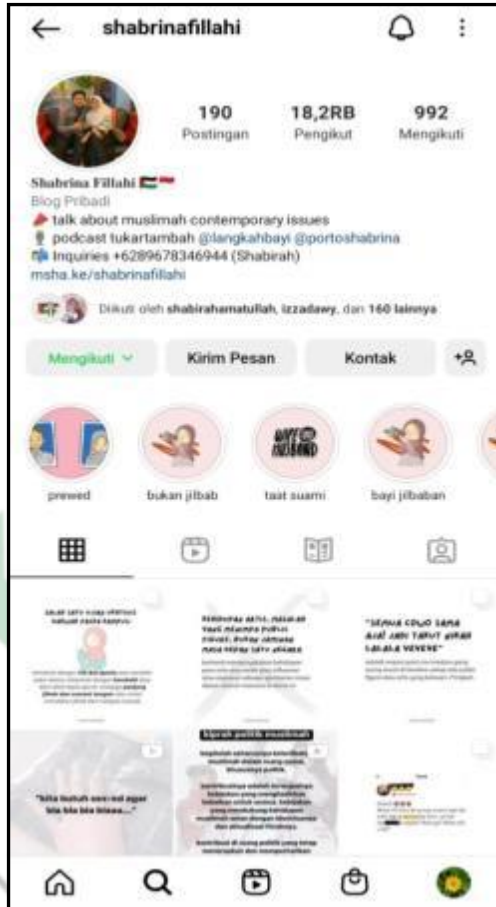
Berdakwah di platform Instagram baginya secara pribadi sangat penting karena jangsan sampai milenial yang bersomed mendapat konten-konten yang tidak baik setiap saat, harus ada akun-akun dakwah yang memberikan asupan konten kebaikan. Karena hal itulah yang menjadikan beliau berdakwah di media sosial instagram. Kak Dio menjadikan anak muda milenial yang berusia 18-35 th, laki-laki dan

perempuan, dengan karakter punya rasa tidak percaya diri dan ingin belajar tentang Islam tapi bingung mau belajar dimana dan prakteknya seperti apa sebagai target dakwahnya.

Terakhir yang menjadi alasan Mba Shabrina untuk berdakwah di instagram karena telah terbiasa menggunakan instagram dibanding media lain. Konten dakwah yang di upload juga bukan hal yang baru bagi Mba Shabrina, karena apa yang beliau upload adalah apa yang pernah disampaikan saat mengisi kajian *offline*. Beliau menyadari bahwa punya kewajiban berdakwah baik di dunia nyata maupun maya, oleh karena itu beliau memilih instagram dan twitter sebagai sosial media dakwahnya, dikarenakan jika menggunakan facebook menurut beliau jarang ada yang memakai, serta jika menggunakan tiktok beliau masih belajar untuk membuat video dalam bentuk video. Tahun 2008 bulan Februari menjadi postingan dakwah dengan strategi microblog pertama di platform instagramnya. Saat ini ia memiliki jumlah pengikut 18,2 ribu dan unggahannya mencapai 194 dari 11 Februari 2015 hingga 28 November 2022.²⁹

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²⁹ Shabrina Fillahi, Observasi oleh penulis

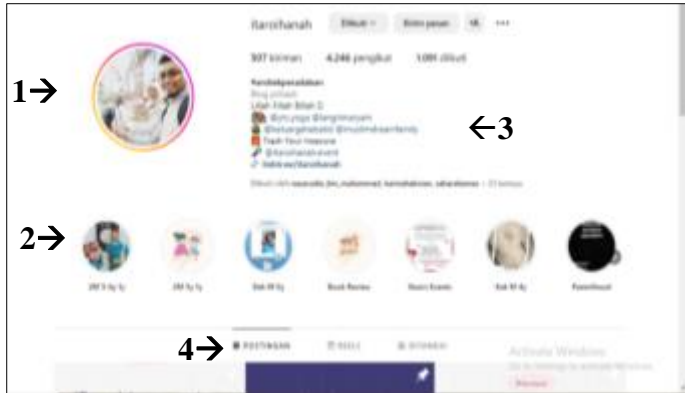


Gambar 4.2.1. 7 profil @shabrinafillahi

2. Proses pembuatan konten dakwah instagram

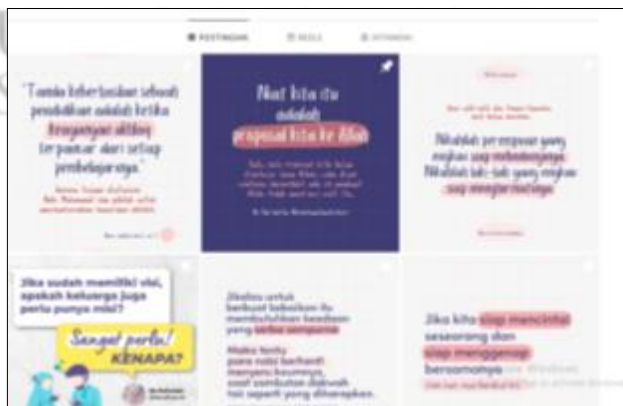
a. Desain dan lay out instagram³⁰

³⁰ Shabrina Fillahi, Observasi oleh penulis



Layout instagram ini diambil dari hasil *screenshot* via desktop, layout jika diakses via handphone juga serupa dengan layout pada desktop.

- 1) Profil sekaligus tombol *instastories* (konten dengan durasi tayang 24 jam)
- 2) *Highlight* digunakan untuk menyimpan *instastories* agar dapat dilihat secara terus-menerus
- 3) Bio instagram digunakan untuk menulis profil singkat atau branding diri.
- 4) Postingan, untuk menampilkan postingan foto tunggal, slideshow dan video





Layout fitur slideshow:

- 1) *Slideshow* jika diterjemahkan dalam bahasa indonesia artinya tampilan slide. Postingan dengan fitur ini memungkinkan gambar yang diupload dapat digeser per slide
- 2) *Deskriptor box* tampilan untuk menuliskan keterangan atau mendeskripsikan apa yang diupload
- 3) Tombol suka, komen dan bagikan

b. Perencanaan konten dakwah

Berikut ini perencanaan konten dakwah oleh Teh Ita:

Pertama, saat dapat ide konten hal yang dilakukan adalah memilih templet berupa warna background dan font. Dikarenakan beliau tidak meniatkan diri untuk menjadi *conten creator*, untuk mengedit tulisan dan dijadikan microblog atau carousel beliau menggunakan aplikasi canva (salah satu aplikasi mengedit desain).

Kedua, menempatkan judul yang membuat audience tertarik untuk cover tulisan.

Ketiga, menulis pesan dakwah.

Keempat, jika sudah jadi, minta restu dan pendapat dari suami.

Kelima, proses upload ke instagram serta menambahkan *caption* secara otodidak.

Selanjutnya perencanaan konten dakwah oleh Kak Dio:

Pertama, *brainstorming* ide, tahap pertama ini beliau benar-benar mencari ide, perspektif, tulisan, judul dll yang sesuai *audiens*.

Kedua, setelah riset dan *brainstorming*, mulai menulis, tulisan yang dapat diperbaiki kapanpun.

Ketiga, setelah dapat garis besar dari tulisan, barulah masuk ke poin-poin detail yang ingin di tuliskan.

Keempat, check dan revisi semua part tulisan.

Kelima, design dengan aplikasi canva.

Keenam, siap posting.

Terakhir perencanaan konten dakwah oleh Mba Shabrina:

Ada beberapa tahap terkait pembuatan konten dakwah oleh Mba Shabrina. Pertama *brantorming*, momen untuk mencari ide biasanya dari melihat media sosial, berita, baca buku atau apapun itu. Kedua proses menulis momen saat menuliskan ide yang ada di fikirkan, setelah melalui proses *brainstorming*, Biasanya ketika menulis, beliau menuliskan semua ide-ide yang muncul di pikirannya, agar semuanya tertuang dengan baik. Ketiga editing, saat dimana beliau merapikan dan memperbaiki tulisan. Keempat finising (berupa upload), biasanya beliau merapikan di canva agar layak *upload*.

c. Penyajian pesan dakwah dakwah di instagram

Berdasarkan ilmu komunikasi, pesan dakwah adalah pesan, berupa simbol. Secara sastra Arab, pesan itu bisa disebut *madlu' al-dakwah*. Istilah ini lebih tepat dibandingkan dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan ke dalam bahasa Arab sebagai *Maaddah al-Dakwah*. Istilah pesan dakwah dianggap lebih tepat untuk menggambarkan “isi dakwah dalam kata-kata, gambar, lukisan, dll.”³¹

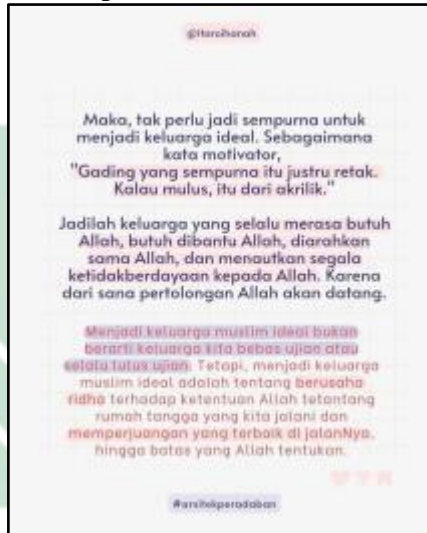
Pesan dakwah pada akun @itaroihanah, @dio.vanka, dan @shabrinfillahi melalui tulisan dengan strategi *microblog* dibagikan melalui instagram. Konten yang mereka upload dapat dikatakan pesan dakwah karena bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits serta pesan-pesan tambahan atau pendukung (selain Al Qur'an dan Hadits, seperti pendapat para sahabat, pendapat para ulama, dan penelitian ilmiah) kisah dan pengalaman teladan, berita dan peristiwa, karya sastra dan karya seni. Setiap akun mempunyai ciri khas berupa satu tema pesan dakwah. @itaroihanah dengan tema pesan dakwah seputar Keluarga Muslim, @dio.vanka membagikan tema pesan dakwah berupa peningkatan kualitas individu dengan belajar Islam, dan @shabrinfillahi fokus pada tema pesan dakwah keperempuanan dan isu perempuan masa kini.

Dalam Al-Qur'an Surat Al Fatihah ada tiga ajaran utama Islam yaitu akidah, syariah dan akhlak. Dakwah bukan seperti yang disalahpahami sebagian orang yang menganggapnya sesuatu yang parsial

³¹ Moh. Ali Aziz, Ilmu dakwah. (Jakarta: Kencana, 2017). 272.

atau sampingan yang menyeru untuk kepentingan kelompok atau individu tertentu, tetapi untuk seluruh umat manusia di bumi ini.

Pertama akidah, Postingan ini merupakan refleksi kehidupan pribadi, hikmah dari kejadian yang beliau alami sehari-hari dalam menjadi keluarga muslim pada konten di akun @itaroihanah.



Gambar 4.2.2. 1 tema pesan dakwah @itaroihanah

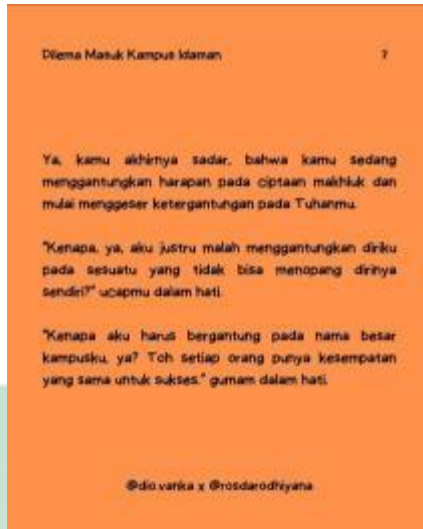
Keluarga yang selalu meminta pertolongan kepada Allah dan meyakini hanya Allah saja yang mampu menolong mereka merupakan pesan dakwah dengan tema akidah. Teh Ita juga menyampaikan realita keluarga muslim ideal bukan berarti hidup damai tanpa ujian. Tetapi keluarga muslim ideal adalah mereka ridha kepada ketentuan Allah terhadap rumah tangganya dan berjuang bersama menempuh jalanNya. Hal ini selaras dengan rukun iman ke 6 yaitu beriman kepada qadha dan qadar.

Masih tentang akidah, pada akun @dio.vanka dengan tema pesan dakwah yang membuat seseorang mengingat Allah dan semangat menjalani hidup.



Gambar 4.2.2. 2 tema pesan dakwah @dio.vanka

Pada postingan ini Kak Dio mengingatkan bahwa jangan sampai kebanggaan kita memasuki kampus idaman menjadikan kita bergantung kepada Selian Allah. Merasa diri ini lebih dari orang lain hanya karena status sebagai mahasiswa universitas idaman, padahal yang membedakan manusia di hadapan Rabbnya ialah keimanannya bukan dimana ia berkuliah.



Gambar 4.2.2. 3 tema pesan dakwah @dio.vanka

Padahal Allah-lah yang Maha Besar, tidak akan mampu apa yang kita banggakan menandingi kebesaran dan kekuasaan Allah. Pada postingan ini Kak Dio juga mengajak mitra dakwah nya untuk kembali mempersembahkan segala daya dan upaya mengemban amanah sebagai mahasiswa hanya untuk dipersembahkan kepada Allah.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Gambar 4.2.2. 4 tema pesan dakwah @dio.vanka



Gambar 4.2.2. 5 tema pesan dakwah @dio.vanka

Postingan pada akun @shabrinafillahi juga memuat tentang akidah dengan tema pesan dakwah seputar keperempuanan dan isu perempuan masa kini.



Gambar 4.2.2. 6 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

Postingan yang di upload pada 21 Oktober 2022 membahas tentang isu aktivis dakwah perempuan yang tergerus ketaatannya ketika pasca kampus. Mbak Shabrina mengingatkan kepada segenap muslimah agar mengingat bahwa Allah Maha Melihat, walaupun sudah tidak berada dalam sirkel pertemanan semasa kuliah tetap di ingat bahwasanya Allah Maha Melihat segala yang dilakukan manusia.

shabrinafillahi insight setelah ngobrol sama @izzadawy malam ini. jadi nasihat untukku, untuk kita semua ya. jangan segan untuk ingatkan aku jika salah 🙏

karena status muslimah kita tidak berhenti hanya semasa kepengurusan dakwah kampus. status muslimah dan identitas kita tidak terbatas 4 tahun kuliah.

tapi identitas kita sebagai muslimah dengan pakaian yang sesuai panduan syari adalah jalan ketaatan yang perlu terus kita perjuangkan apapun pekerjaan kita, aktivitas kita, status kita, dimanapun kita berada 🌸

diingetin @shofiyaturr ujian lain adalah soal interaksi lawan jenis. semoga kita tidak menganggap aturan aturan itu sebatas aturan organisasi. padahal itu prinsip hidup muslim. ga boleh pacaran, ga boleh berduaan, itu bukan berlaku di kampus aja.

semoga Allah ridhai setiap langkah kaki kita. rok dan gamis kita, jilbab lebar kita, kaoskaki kita, itu sama sekali ga hina lho. justru menjaga. wujud kemerdekaan hakiki muslimah. tidak bermudah mudahan dengan lawan jenis itu bukan sombong, tapi itulah kehormatan muslimah. 🌸🌟

Gambar 4.2.2. 7 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

Postingan ini juga memuat tema syariah. Disini MbK Shabrina membagikan tentang konsekuensi menyangkut status muslimah -muslim perempuan yang mana ketaatan pada aturan syariah tidak hanya berlaku saat di bangku kuliah tetapi dilaksanakan dan diperjuangkan dimanapun dan kapanpun berada.

Kedua tema syariah, syariah atau kata lain amaliyah dibagi memiliki dua bidang, yaitu ibadah (hubungan hamba dengan Allah) rukun Islam yang lima dan muamalah (hubungan antara manusia dan alam) dengan pembagian aspek hukum keluarga

sipil, ekonomi sipil, kejahatan, peristiwa, tata negara, politik, dan publik.³²

Menurut Ibnu Taimiyah saat seseorang beribadah berarti dia sedang mengenal, mencintai dan pada akhirnya tunduk kepada Allah. Bahka ibadah itu sendiri merupakan hal yang di cintai dan di ridhoi-Nya. Inti dari ibadah ada di hati berupa iman, mengenal, mencintai, takut, taubat, tawaqal serta ridho kepada-Nya.

Sebagian umat Islam menganggap bahwa penerapan hukum Islam atau syari'at hanya berlaku untuk lima rukun Islam saja. Sedangkan amalan muamalah dicukupkan dan merasa puas hanya berlandaskan logika.³³

Amal ibadah tidak hanya dalam bentuk shalat, zikir, doa dan membaca Al Qur'an saja sebenarnya. Ada banyak sekali aktivitas yang kita lakukan dapat bernilai ibadah asalkan berpedoman pada hukum syariat, diniatkan untuk ibadah dan meraih keridhaan-Nya. Salah satunya seperti mendidik anak, pada postingan 10 Maret 2023 @itarohanah memposting tentang pentingnya mendidik anak, terutama mendidik pondasi awal yakni keimanan.

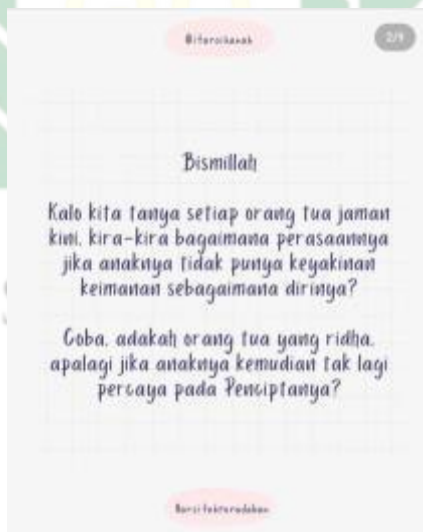
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³² Moh. Ali Aziz, Ilmu dakwah. (Jakarta: Kencana, 2017). 287.

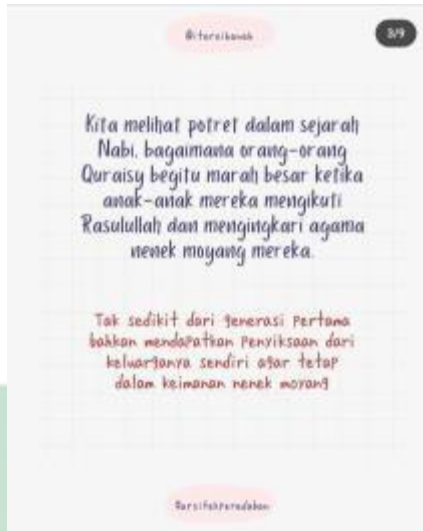
³³ Muhammad Abu Fath al-Bayanun, Fikih Dakwah. (Solo: Indiva Media Kreasi, 2008). 34.



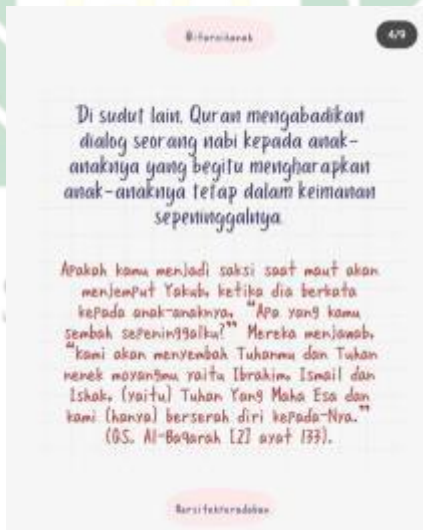
Gambar 4.2.2. 8 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 9 tema pesan dakwah @itaroihanah



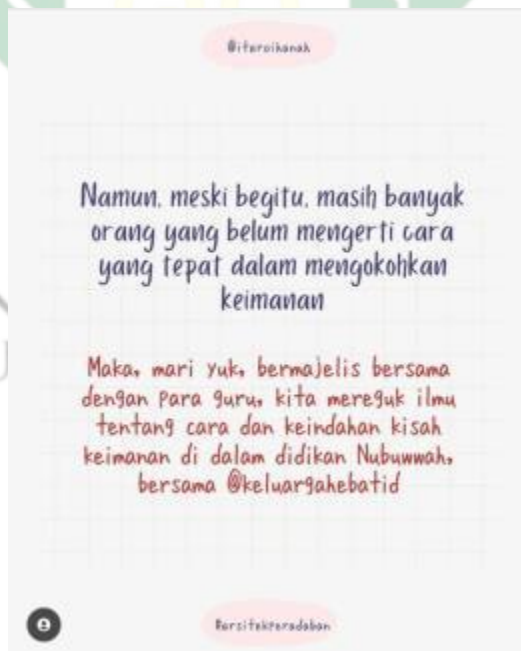
Gambar 4.2.2. 10 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 11 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 12 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 13 tema pesan dakwah @itaroihanah

itaroihanah Betapa inginnya, kita melihat anak-anak kita punya keyakinan yang kuat pada Rabb-nya bukan semata karena kita menyuruhnya, tetapi karena ia menyadari dan mengimani dengan sungguh-sungguh bahwa tak ada yang paling menyayangi, yang paling menjaga, dan yang paling layah di-ilah-i kecuali Allah subhanahu wa ta'ala.

Tak sudah-sudah kita diajari sebuah doa,

رَبَّنَا لَا تُزِغْ قُلُوبَنَا بَعْدَ إِذْ هَدَيْتَنَا وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً إِنَّكَ أَنْتَ الْوَهَّابُ

(Mereka berdoa), "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau condongkan hati kami kepada kesesatan setelah Engkau berikan petunjuk kepada kami, dan karuniakanlah kepada kami rahmat dari sisi-Mu, sesungguhnya Engkau Maha Pemberi."

QS Ali Imran 8

Bukankah kita jg menginginkan, ga gampang bolaki balik orientasi hati, ngga gampang goyah karena godaan-godaan.

Maka, sudah saatnya ayah bunda, kita kembali ke ruang paling dalam di dalam hati kita, kita tundukkan hati kita dan jadi teladan di rumah kita sendiri dalam pendidikan keimanan.

U
S
Yuk, bermajelis bersama besok di @keluargahebatid, sudah 430++ peserta ikut webinar ini, pastikan ayah bunda salah satu di dalamnya. Kita belajar bersama ya, insyaAllah.

#arsitekperadaban
#itaroihanah
#keluargahebatid
#keluargakutimhebatku
#keluargahebatkuataqidah

10 Maret

Gambar 4.2.2. 14 tema pesan dakwah @itaroihanah

Pada postingan tersebut @itarohanah mengajak untuk belajar mendidik melalui para guru tentang

cara dan keindahan kisah keimanan di dalam didikan nubuwah, bersama @keluargahebatid. Postingan ini selaras dengan salah satu prinsip-prinsip dakwah menurut Jum'ah Amin 'Abdul Aziz, bahwa hendaknya kita menjadi muridnya guru, bukan muridnya buku.

Kali ini @diovanka memposting tentang "khusyuk" dalam menjalankan kehidupan, bukan hanya dalam sholat saja kita hendaknya khusyuk tapi juga dalam berbagai hal.



Gambar 4.2.2. 15 tema pesan dakwah @dio.vanka

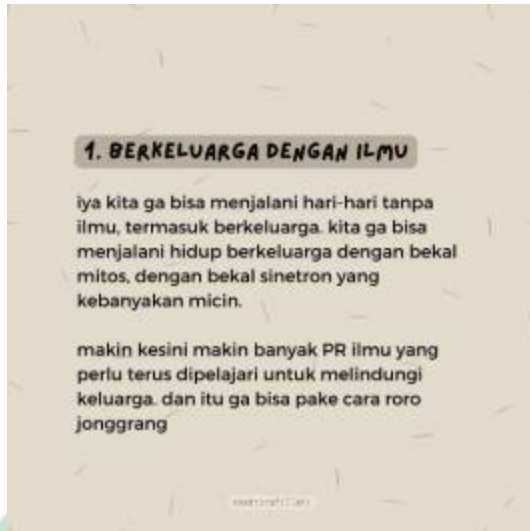
Postingan @shabrinafilahi mengenai bagaimana seharusnya Muslimah mengisi masa lajangnya dengan amalan yang Allah cintai dan ridai.



Gambar 4.2.2. 16 tema pesan dakwah @shabrinafilahi



Gambar 4.2.2. 17 tema pesan dakwah @shabrinafilahi



Gambar 4.2.2. 18 tema pesan dakwah @shabrinafillahi



Gambar 4.2.2. 19 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

2. MENGASAH FITRAH FEMININITAS

kita sebagai muslimah meyakini bahwa Allah Ciptakan perempuan beserta segala perangkat yang sudah ter'install', termasuk cara berperilaku, bertutur kata sampai pembagian peran.

sebelum jadi ibu rumah tangga, yuk jadi kakak rumah tangga yang baik, terbiasa dengan pekerjaan rumah, perawatan diri mulai rambut sampai ujung kaki.

@shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 20 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

ga perlu ikutan narasi mereka yang sok independen dengan bilang 'ngapain perempuan masak endesbre endesbre'

belajar terbiasa di dapur, belajar beres beres, belajar berhias, karena kelak dari masakan yang kita buat dengan cinta mampu **menumbuhkan sakinah** di keluarga, karena kelak kita akan memahami bahwa menjadi **manajer domestik** adalah peran penuh berkah.

@shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 21 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

3. AKTIVITAS BERBASIS RUMAH

membangun aktivitas berbasis rumah, mulai dari pendapatan, peran kebaikan, mencari ilmu pengetahuan, dan masih banyak lagi.

udah ga jaman bilang 'di rumah aja merasa ga berdaya', dua tahun pandemi masa ga belajar? **bahwa dari rumah kita mampu melakukan banyak hal**, dan kelak saat kita menyesuaikan peran sebagai istri, kita ga bingung karena masih adaptasi dengan lingkungan baru. **karena ada pegangan aktivitas yang bisa dipindah kapan saja kemana saja.**

@shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 22 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

4. BERSUARA UNTUK MENJAGA

banyak isu akhir akhir ini yang tidak boleh luput dari suara dan ketegasan kita **bersikap**, saat jomblo aku berfikir, aku hanya bisa bersuara melawan kebathilan yang jelas merajalela. aku harus terlibat untuk membangun lingkungan yang baik, jangan sampai generasi kelak lahir ditengah lingkungan yang terlanjur kacau.

dengan mengatakan yang salah itu salah, tegas menolak keburukan. yok kita bareng ya, bismillah.

@shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 23 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

Ketiga akhlak, menurut beberapa ulama ketiga pokok ajaran Islam diletakkan secara berurutan, untuk mengarahkan seseorang menjadi baik, hendaknya dimulai dengan memperteguh imannya, kemudian mengajarkannya cara-cara menjalankan agama. Jika telah menjalankan agama dengan benar, bersihkan hatinya. Saat seorang hamba merasa selalu diawasi oleh Allah SWT, maka akan terlahir seorang hamba yang berakhlak mulia.³⁴ Padahal jika mampu menjalankan syariat dengan benar maka akhlak mulialah bonusnya, seperti yang dijelaskan Teh Ita pada postingan dibawah ini.



Gambar 4.2.2. 24 tema pesandakwah @itaroihanah

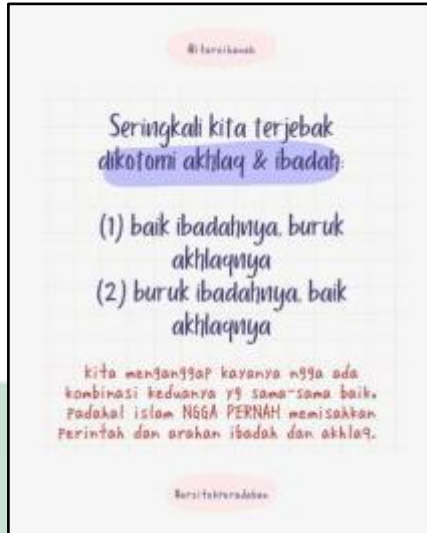
³⁴ Moh. Ali Aziz, Ilmu dakwah. (Jakarta: Kencana, 2017). 287.



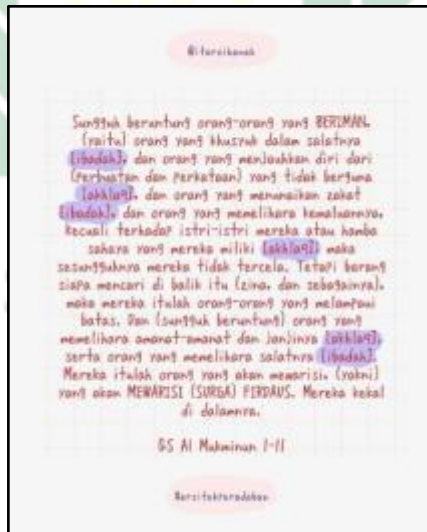
Gambar 4.2.2. 25 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 26 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 27 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 28 tema pesan dakwah @itaroihanah

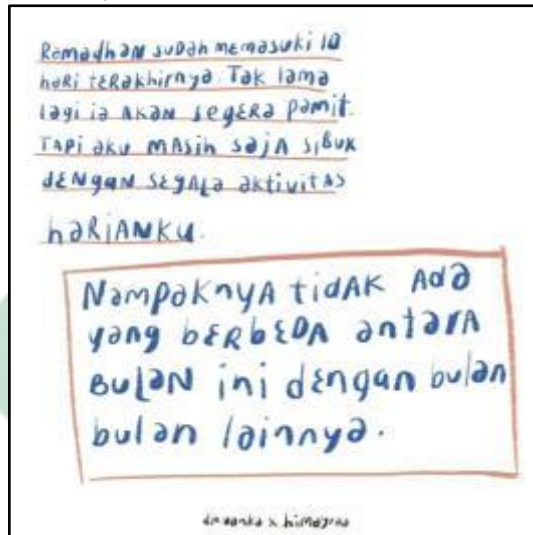


Gambar 4.2.2. 29 tema pesan dakwah @itaroihanah



Gambar 4.2.2. 30 tema pesan dakwah @itaroihanah

Postingan @diovanka tentang perubahan diri menjadi lebih baik setelah bulan ramadhan. Tapi ternyata, di bulan ramadhan tetap tidak bisa mengalihkan perhatian dari kesibukan dunia untuk berjuang meningkatkan habluminallah (hubungan dengan Allah).



Gambar 4.2.2. 31 tema pesan dakwah @dio.vanka

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Semua nampak seperti biasa, bahkan
 sampai aku lupa dengan segala
 komitmen Ramadhan yang
 sudah kubuat dari jauh-jauh
 hari. Entah tak sengaja
 melupakannya, atau sengaja
 lalu pura-pura lupa

Komitmen yang berisi
berbagai target Ramadhan
dengan segala perubahan
diki yang diharapkan

dio.vanka x himajra

Gambar 4.2.2. 32 tema pesan dakwah @dio.vanka

Lebih rajin sholat di
 masjid, perbanyak dhuha,
 khatam Quran, yak bolong
 tahajud dan target lainnya
 yang lenyap begitu saja
 kutinggalkan.

"Penyesalan hinggap dibenakku
 puasa-tahun menjalankan
 puasa, kenapa tidak ada yang
 berubah?" dan naasnya penyesalan itu
 terjadi tiap tahunnya!!

dio.vanka x himajra

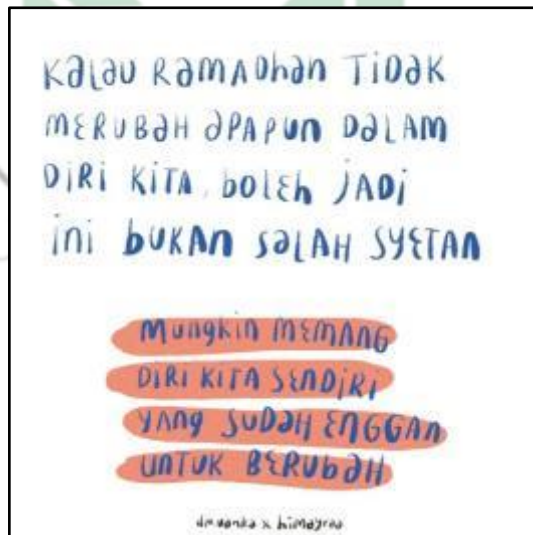
Gambar 4.2.2. 33 tema pesan dakwah @dio.vanka

Perjuangan untuk akhlak baik dari ibadah di bulan ramadhan ini harus diperjuangkan bukan

menyalahkan keadaan, karena diri ini yang bertanggung jawab penuh atas keputusan melaksanakan ibadah atau tidak bukan orang lain.



Gambar 4.2.2. 34 tema pesan dakwah @dio.vanka



Gambar 4.2.2. 35 tema pesan dakwah @dio.vanka



Gambar 4.2.2. 36 tema pesan dakwah @dio.vanka

Postingan ini memang tidak mengarah kepada buah dari amal ibadah yang dilakukan pasca ramadhan, yakni berakhlak mulia atau kembali fitrah. Akan tetapi memberikan motivasi (seperti yang menjadi tema besar setiap postingan) bahwa kitalah yang memandu, menjalankan dan berjuang untuk melaksanakan ibadah dengan harapan memperoleh buahnya, yakni kembali fitrah.

Ketika menimba ilmupun kita harus memiliki adab terhadap ilmu, salah satunya dengan belajar dengan guru bukan hanya bermodalkan membaca buku atau browsing di google seperti pada postingan

@shabrinafilah.



Gambar 4.2.2. 37 tema pesan dakwah @shabrinafilah



Gambar 4.2.2. 38 tema pesan dakwah @shabrinafilah

belajar agama itu ga salah. justru bagus banget. namun yang perlu kita biasakan sebagai pembelajar adalah menerapkan adab dan rules belajar. seperti kita sekolah atau kuliah. ada SOP yang berlaku.

apalagi belajar Islam dan segala Ilmu Ilmu Keislaman. ilmu wajib untuk muslim, maka caranya perlu diperhatikan agar berkah dan paham.

shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 39 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

menanyakan perihal fiqih di medsos yang terbuka apalagi base twt cenderung menimbulkan huru hara karena khilafiyah yang mungkin ada. paham tak tergapai, justru gaduh tertuai :(

karena bab fiqih bukan soal pilihan ganda yang jawabannya sebatas A atau B, benar atau salah saja.

shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 40 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

seyuyunya yang aku pikirkan setiap
mendapati pertanyaan gitu di medsos;
ayo kita belajar Islam yang benar benar
belajar: benar, runut, sistematis dan yang
penting **menanyakan sesuatu pada
ahlinya, pada beliau yang memiliki
otoritas.**

bukan ke netjen yang **kalau jawab
berdasarkan menurutku sih...**

shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 41 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

aku berharap nikmat belajar dan mencintai
Islam yang sesungguhnya bisa kita rasakan
sama sama. **tidak hanya belajar yang
mudah, namun juga tertib dan benar.**

Ilmu memang jauh lebih nikmat
dirasakan secara langsung. **talaqqi
langsung kepada ustadzah.** namun ilmu
tetap bisa dirasakan semua muslim walau
berjauhan. bismillah semoga bisa
**mewadahi kebutuhan saudari saudari
muslimahku dimanapun berada**

shabrinafillahi

Gambar 4.2.2. 42 tema pesan dakwah @shabrinafillahi



Gambar 4.2.2. 43 tema pesan dakwah @shabrinafillahi

Pada postingan tanggal 7 April 2023 Mba Shabrina mengajak para muslimah untuk bertanya dan belajar seputar fikih dengan guru.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Pengalaman berdakwah pemilik akun @itaroihanah, @shabrinafillahi

Berdakwah merupakan salah satu perintah Allah SWT yang artinya menyeru seseorang berbuat kebaikan. Tidak heran jika banyak perintah dalam Al-Quran yang sangat jelas, karena Al-Qur'an merupakan pedoman manusia untuk menjalani hidup dengan baik. Makna lainnya adalah mengajak orang lain untuk mengimani dan mengamalkan agama Islam atau syariah Islam yang diyakini oleh *da'i* sendiri terlebih dahulu. Jenis teori

komunikasi behaviorisme menurut Jhon B. Watson³⁵ mencakup semua perilaku, termasuk tindakan balasan atau respon terhadap suatu rangsangan atau stimulus. Artinya bahwa selalu ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika suatu stimulus atau rangsangan yang diterima seseorang telah teramati, maka dapat diprediksikan pula respon dari orang tersebut.

Pengamalan berdakwah yang dialami ggenerasi milenial sehingga membuat mereka juga tergerak untuk mendakwahkan Islam memiliki stimulus dan responnya masing-masing.

Ita Roihanah dengan didikan dari keluarga yang juga merupakan pendakwah, sejak kecil ia terbiasa dengan aktivitas dakwah dan berlanjut menjadi pendakwah saat telah berkeluarga. Kemampuannya menulis di *caption* saat awal kemunculan instagram sampai dengan adanya fitur slideshow ia gunakan untuk berbagi pesan dakwak. Dengan bermodalkan keyakinan tentang apa yang ia dapatkan (ilmu-ilmu agama), orang lain juga membutuhkan, hingga saat ini dapat kita lihat bersama beberapa pesan dakwah yang ia bagikan pada akun instagramnya @itaroihanah.

Diovanka darmawan yang berbekal ilmu jurnalistik dan kepenulisan saat di bangku SMP, mempunyai cita-cita apa yang ia tulis bisa memberi manfaat kepada orang lain, menjadikannya kini tergerak untuk berdakwah. Instagram merupakan media yang ia gunakan untuk berdakwah. Saat ini ia memposting pesan dakwah berupa microblog dan reels. Beliau juga sering berkolaborasi

³⁵ Fai., Teori-Teori Komunikasi Menurut Para Ahli, diakses pada tanggal 27 Juli 2023 dari <https://fisip.umsu.ac.id/2021/12/01/teori-teori-komunikasi-menurut-para-ahli>

dengan ilustrator untuk membuat postingan microblog yang dapat kita lihat pada akun instagramnya @dio.vanka

Dengan berkuliah di jurusan ekonomi syari'ah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi Shabrina Fillahi Najah untuk tergerak melakukan dakwah. Selain itu faktor keluarga, organisasi dan lingkungan pertemanan juga membuatnya tergerak. Baginya dakwah di dunia nyata maupun maya merupakan tanggung jawabnya sebagai seorang muslim.

Bermodalkan kemampuan menulis dan mau belajar hal baru, dapat kita nikmati dakwah dengan tulisan yang menyenangkan dipandang mata. Dengan adanya fitur carasael atau slideshow pada instagram dijadikan sarana untuk membuat microblog. Hal ini juga terbantu oleh adanya canva, aplikasi penyedia template desain yang dapat digunakan secara gratis.

Pengalaman berdakwah generasi milenial di instagram, selain karena faktor dari luar diri juga ada faktor penting, yakni kesadaran individu untuk mengemban amanah dakwah. Ketiganya memiliki kemampuan berdakwah dengan tulisan serta mampu memanfaatkan media untuk kepentingan berdakwah.

Instagram merupakan salah satu media dakwah dari sekian banyak media lainnya. Namun, instagram memiliki nilai tersendiri dalam pandangan generasi mienial sebagai media dakwah dibanding dengan media lainnya. Instagram dipilih karena model kombinasi postingan gambar dan caption lebih sistematis, yang menjadi alasan utama Teh Ita memilih berdakwah melalui platform Instagram. Oleh karena itu, dakwah di Instagram akan dapat menjangkau wanita muslim dan

keluarga muda yang menginginkan hidup Islami dan membangun keluarga Islami.

Melalui instagram, Kak Dio menggunakannya sebagai media dakwah sejak tiga tahun yang lalu. berdakwah di Instagram sangat penting baginya karena jangan sampai milenial yang bersomed mendapat konten-konten yang tidak baik setiap saat, harus ada akun-akun dakwah yang memberikan asupan konten kebaikan. Karena hal itulah yang menjadikan beliau berdakwah di media sosial instagram.

Mba Shabrina menyadari bahwa punya kewajiban berdakwah baik di dunia nyata maupun maya, oleh karena itu beliau memilih instagram dan twitter sebagai sosial media dakwahnya. Tahun 2008 bulan Februari menjadi postingan dakwak dengan strategi microblog pertama di media sosial instagramnya. Dari perjalanan dakwah di instagram membuat Mbak Shabrina bertemu dengan orang-orang yang sepemikiran dengannya, bertemu dengan kesempatan baik seperti, menimba ilmu lebih *deep* lagi, ikut kelas-kelas *non formal* dan dari berkarya di sosial media menjadikan peluang finansial bagi beliau yang seorang *muslimah* dengan membangun karir dari rumah.

Bagi ketiganya kemampuan menyajikan pesan dakwah ada pengaruhnya dengan dekatnya seorang hamba kepada Allah. Karena yang memudahkan dalam dakwah adalah Allah dan tentunya untuk mendapatkan keberkahan hidup melalui berdakwah serta bermanfaat bagi orang lain. Bukan agar kontennya viral, tetapi agar semakin banyak orang yang hidup dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits.

2. Penyajian konten dakwah tulisan pada akun @itaroihanah, @shabrinafillahi dan @dio.vanka

Jenis-jenis komunikasi dibagi menjadi dua. Pertama, komunikasi lisan dan kedua, komunikasi tulisan. pada penelitian ini akan dibahas mengenai komunikasi tulisan. Komunikasi tulisan adalah komunikasi yang dilakukan dengan perantara tulisan tanpa adanya pembicaraan secara langsung dengan menggunakan bahasa yang singkat, jelas dan dapat dimengerti oleh penerima³⁶

Sebelum kemunculan internet, dakwah dengan metode tulisan dapat kita temui pada media surat, buku, koran, majalah dan media fisik lainnya. Saat ini semua media fisik tersebut dikonversi kedalam bentuk digital sehingga dapat diakses tanpa batas ruang dan waktu.

Dakwah dengan metode tulisan dari tulisan pemecahan masalah, tulisan hiburan dan tulisan sastra dapat diakses di internet, masing-masing memiliki medianya khasnya. Media sosial pada saat ini sangatlah banyak dengan jenis konten khas media tersebut.

Berdasarkan pendekatan dakwah yakni titik tolak atau sudut pandang terhadap proses dakwah serta melibatkan semua unsur dakwah terdapat dua pendekatan dakwah, yaitu pendekatan dakwah yang terpusat pada pendakwah dan pendekatan dakwah yang terpusat pada mitra dakwah.³⁷ Pertama, pendekatan terpusat pada pendakwah hanyalah bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Kewajiban pendakwah adalah menyampaikan pesan dakwah hingga mitra memahaminya (aspek kognitif). Kedua, pendekatan dakwah terpusat pada mitra dakwah berupaya mengubah keagamaan mitra dakwah. Tidak hanya pada tingkat

³⁶ Scribd., Teori Komunikasi, diakses pada tanggal 27 Juli 2023 dari <https://id.scribd.com/doc/5141228/teori-komunikasi>

³⁷ Moh. Ali Aziz, Ilmu dakwah. (Jakarta: Kencana, 2017). 298

pemahaman, tapi lebih dari itu, yaitu mengubah sikap dan perilaku mitra dakwah. Kosep pendekatan dakwah pada penelitian ini menggunakan konsep pendekatan terpusat kepada pendakwah yang memiliki target keberlangsungan dakwah yang berkelanjutan atau terus menerus mengharuskan pendakwah terus berkreativitas.

Media sosial instagram yang menjadi media dengan jenis konten berbagi foto dan video dengan menggunakan sistem hibride yakni menggabungkan dua jenis konten dalam sekali upload menjadikan metode dakwah tulisan dapat disajikan melalui media ini. Instagram yang terus berinovasi dengan menambahkan fitur *slideshow* dimanfaatkan oleh generasi milenial untuk berbagi konten dakwah tulisan yang disebut microblog. Microblog per-paragrafnya disajikan dengan satu foto, sehingga jika microblog berisi sepuluh paragraf maka jumlah foto dalam sekali upload berjumlah sepuluh pula.

Penggunaan jenis font peneliti kurang memiliki kemampuan untuk mengobservasi bagian ini, tetapi dalam wawancara diungkapka bahwa genrasi milenial menggunakan template yang tersedia di canva untuk membuat konten ini. Hanya dengan mengubah redaksi yang ada di *template* dan menambahkan atau mengurangi elemen atau gambar sesuai dengan keinginan sehingga siap untuk dibagikan.

Masing-masing generasi milenial memiliki tema umum yang berbeda antara satu dengan yang lainnya sesuai dengan kemampuan pendakwah, hal ini berdasarkan observasi dan wawancara. Ita roihanah dengan tema umum tentang keluarga muslim. Shabrina fillahi memilih tema umum *issue* muslimah kontenporer. Diovanka darmawan dengan tema umum motivasi.

Menggunakan pendekatan terpusat kepada pendakwah secara konsep, akan tetapi dalam praktiknya

didapati pula bahwasannya generasi milenial juga memikirkan tentang dapat diteri atau tidak apa yang mereka bagikan dengan menyesuaikan gaya bahasa serta tampilan secara visual

Bahasa yang digunakan merupakan bahasa sehari-hari, hal ini dikarenakan target mitra dakwah generasi milenial adalah mereka yang segenerasi dengan mereka atau generasi dibawahnya. Secara tampilan visual ketiganya menggunakan *template* dan satu dari ketiganya terkadang melakukan kolaborasi dengan desain ilustrator.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis, yakni pengalaman dan penyajian metode dakwah generasi milenial di instagram.

1. Proses terbentuknya pengalaman berdakwah generasi milenial tidak terlepas dari stimulus dari lingkungan sekitar sehingga membentuk respon kemauan berdakwah. Hal ini terjadi dengan melewati fase mengimani dan mengamini kewajiban berdakwah, juga didukung dengan keterampilan menuangkan pesan dakwah dengan metode tulisan dan memanfaatkan media instagram secara kreatif.
2. Penyajian konten dakwah tulisan oleh generasi milenial di instagram berkiblat pada kewajiban dakwah wajib *ain*. Penyajian konten dakwah tulisan dengan target terlaksananya dakwah secara berkelanjutan di instagram dengan mengedit tulisan dalam gambar yang disebut microblog. Akan tetapi konsep ini tidak sepenuhnya terjadi karena generasi milenial memposting dengan gaya tulisan serta tampilan visual yang melihat siapa target dakwahnya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan simpulan di atas, penulis ingin menyoroti beberapa poin penting yang perlu diperhatikan saat berdakwah di platform Instagram, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi seorang da'i pada umumnya, diharapkan dapat terus belajar dan kreatif dalam berdakwah, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik disetiap zaman melalui berbagai media. Agar risalah Islam ini terus tersampaikan hingga akhir zaman.

2. Bagi mahasiswa, dalam penelitian ini belum ditemukan mahasiswa prodi KPI UINSA yang mengambil peran dakwah dengan tulisan melalui strategi microblog, harapannya setelah penelitian ini dapat dibaca oleh mahasiswa dan menjadi salah satu referensi untuk tergerak berdakwah.
3. Bagi peneliti, penelitian ini mewawancarai narasumber melalui telepon dan chat WA sehingga tidak terdapat secara visual cara membuat konten dengan strategi microblog, harapannya untuk penelitian selanjutnya lebih mengarah ke praktikum pembuatan pesan dakwah. Penulis juga berharap kajian ini dan kajian-kajian selanjutnya dapat memberikan dan melengkapi informasi dalam konteks perkembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, DE 2015, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif; Teori & Praktek*, Yogyakarta, Calpulis.
- Al-Bayanun, MAF, *Fikih Dakwah*, Solo, Indiva Media Kreasi.
- Amin, SM 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Amzah.
- Aziz, MA 2017, *Ilmu dakwah*, Jakarta, Kencana.
- Badan Pusat Statistika, 2018, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial*, Jakarta, KemenPPA.
- Fauzi Ahmad dkk, 2022, *Metodologi Penelitian*, Kabupaten Banyumas, Pena Persada.
- Haryono, CG 2020, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, Sukabumi, Jejak Publisher.
- Prajarini, D, *Media Sosial Periklanan – Instagram*, Yogyakarta, Deepublish.
- Raco, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannaya*, Jakarta, Grasindo.
- Rustan, AS 2017, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta, Deepublish.
- Silviani, I 2021, *Manajemen Media Massa*, Surabaya, Scopindo Media Pustaka.

Syukur, A 1983, *Dasar-dasar Strategi Islam*, Surabaya, Al-Ikhlash.

Tim Penyusun FDK, 2019, *Panduan Penulian Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel*, Surabaya, t.p.

Fai., Teori-Teori Komunikasi Menurut Para Ahli, diakses pada tanggal 27 Juli 2023 dari <https://fisip.umsu.ac.id/2021/12/01/teori-teori-komunikasi-menurut-para-ahli>

Scribd., Teori Komunikasi, diakses pada tanggal 27 Juli 2023 dari <https://id.scribd.com/doc/5141228/teori-komunikasi>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A