

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Tentang Akun Instagram @Islamichistories

Akun Instagram @islamichistories atau bisa disingkat dengan (IH) merupakan akun yang didirikan pada Maret 2019 oleh dua orang, yakni Wahyu dan Heri. Menariknya, terbentuknya akun instagram ini sebenarnya bermula dari rencana keduanya untuk membuat podcast sejarah Islam melalui *platform* Spotify. Melalui wawancara dengan Wahyu yang kini berprofesi sebagai *digital marketer*, ia menjelaskan ketika itu ia dan Heri dipertemukan sebagai mahasiswa yang sama-sama menerima suatu beasiswa dikampusnya. Mulanya, mereka hanya berkenalan biasa, namun komunikasi yang cukup intens terjalin tatkala suatu hari tepatnya pada Hari Raya Idul Fitri, Hari mengucapkan selamat Idul Fitri kepada Wahyu. Dari sinilah keduanya mulai sering berbincang-bincang, hingga mengetahui minat dan ketertarikan mereka yang ternyata sama, yakni tentang sejarah Islam.

Mengetahui kesamaan minat dan ketertarikan antar keduanya, komunikasi yang terjalin diantara mereka pun tak jauh-jauh dari pembahasan sejarah Islam. Tak jarang, mereka juga saling meminjam buku seputar sejarah Islam. Hingga suatu hari muncul pemikiran untuk mendokumentasikan obrolan-obrolan di setiap pertemuan mereka dalam bentuk podcast, bertajuk podcast Islamic Histories. Rencana keduanya tentunya tak sekedar wacana belaka, dibuktikan dengan pembuatan podcast edisi pertama pada akhir 2019. Adapun podcast tersebut hingga kini dapat didengarkan melalui *platform* Spotify, Anchor, dan Google Podcast, serta telah mencapai ratusan episode.

Untuk menarik banyak pendengar, kala itu mereka berpikir untuk mempromosikan podcast tersebut melalui *platform* Instagram. Hingga terciptalah akun @islamichistories, dengan unggahan pertamanya pada tanggal 23 Juli 2019. Melalui akun instagram ini, setiap diunggahnya podcast terbaru, akan dibuat *pamflet* yang berisi judul podcast, episode podcast, serta *platform* untuk mendengarkan podcast, yang diunggah di akun tersebut. Selain melalui pembuatan

pamflet, mereka juga mempromosikan podcast melalui unggahan video berisi potongan percakapan dalam podcast. Adapun bentuk promosi lainnya adalah dalam beberapa postingan di akun instagram tersebut, pada bagian bawah foto tertera keterangan “*Kindly Listen Our Podcast : Spotify, Anchor, Google Podcasts*”

Usaha mereka mempromosikan podcast melalui media instagram tersebut ternyata juga didukung oleh belum adanya akun instagram yang membahas tentang sejarah Islam. Hal tersebut semakin membulatkan tekad keduanya untuk turut mendakwahkan sejarah Islam melalui media instagram. Niat awal Wahyu dan Heri yang ingin menciptakan akun instagram @islamichistories sebagai media promosi bagi podcast mereka, justru dihadapkan pada kenyataan bahwa ternyata akun Instagram lebih banyak mendapatkan perhatian dari pada konten podcast yang mereka buat pada *platform* lainnya. Mengingat banyaknya pengguna Instagram yang berasal dari beragam kalangan, *followers* akun Islamic Histories di instagram pun lebih banyak dari pada di *platform* lain.

Sejak awal terbentuknya hingga sekarang, akun @islamichistories telah memiliki *followers* sebanyak 153 ribu, dengan unggahan konten yang berjumlah seribu lebih. Konten dalam akun tersebut pun beragam, mulai dari narasi yang dikemas dalam bentuk foto dan video, hingga review terhadap buku, kajian, serta film. Isi konten-konten tersebut pun juga beragam, mulai dari konten berupa analisis, konten *quote*, konten biografi, data fakta, dll. Secara keseluruhan, akun ini didominasi oleh konten berupa gambar. Adapun untuk konten video jumlahnya masih terbatas, Wahyu mengungkapkan, hal ini dikarenakan belum adanya tenaga bagian video editor.

Akun @islamichistories dikelola langsung oleh Wahyu sebagai salah satu pendiri sekaligus satu-satunya admin yang memegang akun tersebut. Sedangkan Heri lebih fokus pada podcast. Selain admin, terdapat pula tim editor yang beranggotakan empat orang, dan tim konten beranggotakan dua orang. Tim editor berfokus pada pembenaran tata bahasa dan ejaan yang salah, sementara tim konten berfokus untuk mengkritisi konten baik dari segi data, sumber, hingga kata-kata yang dipakai. Hingga seiring berjalannya waktu, akun tersebut juga memiliki kontributor. Tepatnya pada bulan Januari, kontributor pertama bergabung.

Adapun kontributor disini adalah seseorang yang tidak tergabung dalam tim, namun turut serta dalam pembuatan beberapa kontennya. Berdasarkan wawancara dengan salah seorang kontributor, Setiyowati Reno, hingga kini kontributor berjumlah tiga orang, yang bertugas untuk membuat beberapa tulisan yang tentunya sesuai dengan tema, gaya, dan aturan dalam akun @islamichistories.

Melalui akun @islamichistories, Wahyu selaku admin sekaligus pendiri akun tak hanya berharap akan bertambahnya pengetahuan masyarakat akan sejarah-sejarah Islam, namun ia juga berharap akun ini dapat menjadi sarana berdiskusi bagi para pengikut dengan dirinya. Ia mengharapkan kritik yang baik dan membangun dari para *followers*, misalnya dengan membantu memberikan alternatif jawaban terhadap tema yang tengah diangkat, serta memberi tambahan referensi yang relevan. Ia mengaku tak kebaratan jika ada yang tidak setuju terhadap konten-konten yang ia dan tim sampaikan melalui akun tersebut. Karena kembali pada konsep awal pembuatan akun tersebut, yakni sebagai media untuk mendiskusikan sejarah Islam, seperti yang sering ia lakukan dengan temannya, Heri.

Gambar 4.1 Screenshoot akun instagram @islamichistories



B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Massa Pada Akun Instagram @Islamichistories Dalam Menyampaikan Sejarah Islam” ini bertujuan guna memaparkan strategi komunikasi massa yang dilakukan oleh akun instagram @islamichistories dalam menyampaikan dakwah sejarah Islam. Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, pada tahap ini peneliti akan mengkaji strategi komunikasi massa oleh akun @islamichistories, bentuk penyampaian dakwah sejarah Islam yang dilakukannya, serta respon followers terhadap akun tersebut.

1. Data Tentang Strategi Komunikasi Massa Akun @Islamichistories Dalam Menyampaikan Sejarah Islam

Penelitian ini menggunakan perspektif strategi komunikasi menurut Anwar Arifin, dimana ia membagi strategi komunikasi tersebut menjadi 4 strategi yaitu, strategi mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode, serta seleksi dan penggunaan media.

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak ialah suatu langkah yang sangat penting sebagai bagian dari strategi komunikasi, karena turut menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu komunikasi. Adapun dalam komunikasi yang berlangsung pada akun instagram @islamichistories ini khalayak atau sasaran komunikasi ialah netizen dengan sifatnya yang heterogen

1) Netizen

Secara bahasa, netizen berasal dari kata internet dan *citizen* (warga). Karena itu, secara istilah kata *netizen* ini sering diartikan sebagai “warganya internet”. Semua orang yang secara aktif menggunakan internet, baik terlibat dalam komunitas online maupun perseorangan disebut sebagai *netizen*. Hal ini sesuai temuan penelitian tentang pengertian *netizen* dalam kamus-kamus internet, diantaranya adalah:¹

- a) *An entity or person actively involved in online communities*, artinya seseorang yang secara aktif bergabung dalam suatu komunitas online.

¹ M. Nawa Syarif FFajar Sakti, *Moslem Social Media 4.0* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020), 35–36.

- b) *Anyone who uses the internet becomes a netizen*, artinya siapa saja orang yang memakai internet merupakan *netizen*.
- c) *A person who actively uses the internet especially in a proper and responsible way*, artinya seseorang yang dengan aktif memakai internet terlebih dengan pemakaian yang tepat serta bertanggungjawab.
- d) *An active participant in the online community of the internet*, artinya seseorang yang menjadi partisipan aktif dalam komunitas online di internet.

Kaitannya dengan definisi tersebut, netizen yang menjadi sasaran dalam komunikasi ini juga terdiri dari beberapa kategori, 1) pengguna instagram yang mengikuti akun @islamichistories, meskipun bersifat pasif terhadap konten akun tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan data bahwa jenis *netizen* ini merupakan yang terbanyak, 2) pengguna instagram yang tidak mengikuti akun @islamichistories, yang secara tidak sengaja menemukan konten akun tersebut, 3) pengguna instagram yang tidak mengikuti akun @islamichistories, namun dengan sengaja mencari akun tersebut karena menyukai tema sejarah yang dibahas, 4) pengguna instagram yang mengikuti akun @islamichistories dan secara aktif memberikan responnya terhadap konten-konten yang diunggah di akun tersebut. Selain merespon melalui komen, admin akun juga menyebutkan, ada pula *followers* aktif mengirim DM (*direct messenger*) untuk berdiskusi.

2) Heterogen

Salah satu karakteristik yang dimiliki oleh *netizen* adalah heterogen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata heterogen berarti sesuatu yang terdiri atas beberapa unsur yang memiliki perbedaan sifat, jenis yang berlainan, atau hal yang beraneka ragam. Adapun ketika mendakwahkan sejarah Islam, komunikator

mengetahui bahwa target komunikasi adalah khalayak yang beragam. Sehingga berdasarkan hasil wawancara dengan pendiri akun, keberagaman audiens yang ditargetkan diawal terbagi menjadi beberapa kategori, yakni berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, serta lokasi

- a) Jenis kelamin : akun @islamichistories ditujukan bagi audiens laki-laki dan perempuan
- b) Umur : akun @islamichistories diperuntukkan bagi audiens berusia 20-30 tahun
- c) Pendidikan : akun @islamichistories ditujukan bagi audiens berpendidikan Sarjana (S1)
- d) Lokasi : akun @islamichistories diperuntukkan bagi audiens berdomisili di Indonesia

b. Menentukan Pesan

Akun instagram @islamichistories berfokus pada pesan sejarah Islam dalam komunikasinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Wahyu, pengambilan tema sejarah Islam ini dikarenakan kedua pemilik akun yakni ia dan Heri yang mempunyai ketertarikan akan sejarah Islam. Selain itu, belum adanya akun instagram yang fokus menyebarkan sejarah Islam juga melatarbelakangi pengambilan pesan sejarah Islam pada akun ini. Adapun dalam menentukan pesan ini terdapat metode tersendiri yakni dengan mengetahui sumber pesan dan jenis-jenis pesan.

1) Sumber Pesan

Sumber pesan atau *source* menyangkut kredibilitas mengenai dari mana pesan itu berasal dan bagaimana pesan itu dapat dipertanggung jawabkan, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipercaya oleh penerima pesan.² Karena itu, pada akun instagram @islamichistories, dalam pembuatan kontennya, tim konten selalu mencari sumber yang kredibel. Terkait dengan pesan sejarah Islam yang

² Wanda Hanifah, K.Y.S. Putri, "Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 28, diakses pada 8 Januari 2022, <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.639>.

disampaikan, terdapat beberapa sumber yang digunakan, diantaranya adalah buku, kajian, artikel, film dokumenter, serta jurnal ilmiah.

Pertama, pada sumber buku, digunakan buku sejarah Islam juga buku umum yang mengulas sejarah Islam. Buku sejarah Islam tentunya menjadi referensi utama karena isinya tak perlu diulas lagi, terlebih jumlahnya yang begitu banyak, baik yang berbahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Sementara itu, untuk buku umum, setelah diteliti ternyata banyak pula yang membahas sejarah Islam.

Kedua, sumber pesan juga diambil dari kajian-kajian yang diikuti oleh admin dan tim. Baik berupa kajian *online* maupun *offline*, baik berbahasa Indonesia maupun Inggris, semuanya bisa dijadikan sumber pesan selagi relevan dengan pesan yang ingin disampaikan dalam akun @islamichistories. Dalam hal ini, referensi utama yang sering digunakan ialah dari Ustadz Asep Sobari, lulusan dari Universitas Madinah.

Ketiga, sumber pesan selanjutnya diambil dari artikel. Tentunya cukup banyak artikel yang membahas tentang sejarah Islam, namun biasanya referensi lebih sering diambil dari artikel berbahasa Inggris. Hal ini dikarenakan artikel yang membahas sejarah Islam di Indonesia yang keberadaannya masih sangat jarang.

Keempat, film dokumenter tentang sejarah Islam juga menjadi referensi atau sumber dalam pembuatan konten. Banyak film dokumenter membahas sejarah Islam yang begitu berkualitas, hanya saja keberadaannya yang kurang dikenal. Dalam hal ini, film dokumenter yang sering digunakan sebagai sumber pesan biasanya diproduksi oleh lembaga-lembaga penelitian dan media seperti BBC, National Geographic, NET TV Lifestyle, Kompas TV, dll.

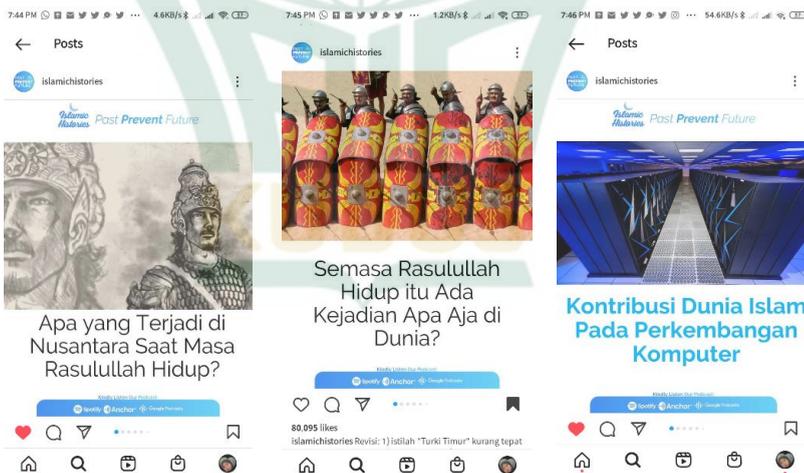
Kelima, selanjutnya sumber yang digunakan dalam pembuatan konten adalah jurnal ilmiah, baik berbahasa Indonesia maupun Inggris. Sepengetahuan admin @islamichistories, masih jarang akun sejarah

Islam yang memakai sumber ini. Padahal, menurutnya, banyak kisah sejarah Islam yang terkubur di dalam jurnal-jurnal ilmiah dimana belum banyak diketahui publik. Selain itu, pembahasan tentang sejarah Islam pada jurnal-jurnal ilmiah biasanya jauh lebih *fresh* karena merupakan hasil penelitan terbaru.

2) Jenis pesan

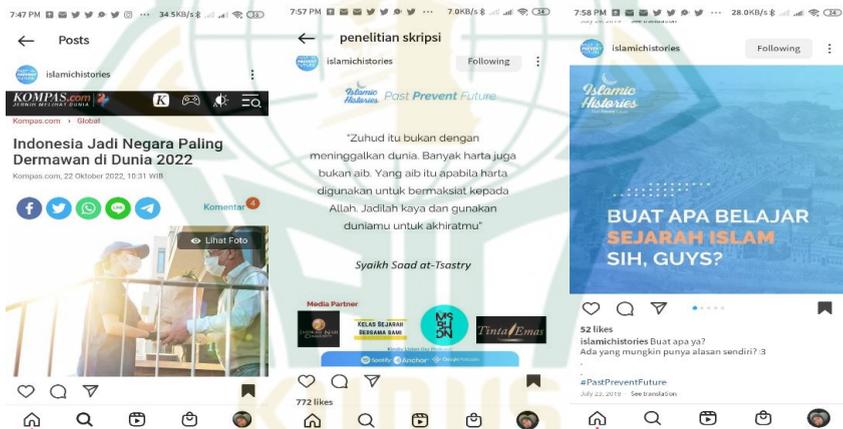
Secara umum, pesan komunikasi dikategorikan sebagai pesan verbal (berbentuk lisan maupun tulisan) dan pesan nonverbal (berbentuk simbol-simbol seperti gaya tubuh, mimik muka, dll). Sesuai definisi tersebut, pada akun @islamichistories, pesan yang disampaikan berupa pesan verbal, dikarenakan penyampaian kontennya yang berbentuk tulisan. Adapun jenis pesan yang terkandung dalam kontennya ialah pesan informasi dan pesan persuasi

Gambar 4.2
Postingan yang mengandung pesan informatif pada akun @islamichistories



Pertama, pesan informasi dalam akun ini ialah berupa postingan yang mampu memberikan informasi baru bagi para pembacanya. Pesan informasi inilah yang paling banyak ditemukan dalam akun tersebut. Contohnya, seperti postingan tentang “Apa yang Terjadi di Nusantara Saat Masa Rasulullah Hidup” yang diunggah pada 19 Juli 2022, “Semasa Rasulullah Hidup Itu Ada Kejadian Apa Aja di Dunia?” yang diunggah pada 12 November 2022, “Kontribusi Dunia Islam Pada Perkembangan Komputer” yang diunggah pada 28 Oktober 2022 dan masih banyak lagi.

Gambar 4.3
Postingan yang mengandung pesan persuasi pada akun @islamichistories



Kedua, pesan persuasi dalam akun ini merupakan postingan yang mengandung pesan yang secara tidak langsung mengajak para audiens-nya untuk mengerjakan suatu kebaikan. Terdapat beberapa postingan yang mengandung pesan persuasif ini diantaranya,

Postingan berjudul “Indonesia Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia 2022” diunggah pada 22 Oktober 2022. Secara tidak langsung, postingan ini mengandung makna tersirat berupa ajakan bagi para

followers akun untuk turut jadi orang yang dermawan.

Postingan tentang Zuhud yang diunggah pada 17 September 2022. Isi dari postingan tersebut ialah *quote* oleh Syaikh Saas at-Tsastry, “Zuhud itu bukan dengan meninggalkan dunia. Banyak harta juga bukan aib. Yang aib itu apabila harta digunakan untuk bermaksiat kepada Allah. Jadilah kaya dan gunakan duniamu untuk akhiratmu.” Secara tidak langsung, postingan ini mengandung makna tersirat berupa ajakan untuk ber-zuhud.

Postingan berjudul “Buat Apa Belajar Sejarah Islam Sih, Guys?” yang diunggah pada 23 Juli 2019. Secara tidak langsung, postingan ini mengandung makna tersirat berupa ajakan untuk bersama-sama mempelajari sejarah Islam, untuk semakin menguatkan identitas kita sebagai umat Islam.

c. Menetapkan Metode

Pada bagian ini ditemukan beberapa metode komunikasi yang digunakan akun @islamichistories dalam melakukan komunikasi massa, diantaranya adalah:

1) Metode dan jadwal pengunggahan konten

Berdasarkan wawancara dengan admin sekaligus pendiri akun, metode yang digunakan dalam penyampaian pesan sejarah Islam dalam akun tersebut kebanyakan dilakukan melalui gambar. Akun @islamichistories menceritakan kisah-kisah masa lampau melalui tulisan yang dikemas dalam bentuk gambar, dan terdiri dari beberapa *slide* atau halaman. Beberapa kontennya ada yang berupa video, namun masih dalam jumlah terbatas. Adapun bentuk penyampaian kontennya cukup beragam, yakni berupa analisis, *quote*, biografi, data fakta, dan lain sebagainya.

Tak hanya itu, untuk memudahkan pemahaman bagi sasaran dakwah, akun ini lebih memfokuskan pesan sejarah pada dimensi sejarah ilmu pengetahuan dan peradaban. Hal ini disampaikan oleh Wahyu pada WhatsApp chat, “Kalo kamu cek konten-konten *islamic histories*, jarang ada sejarah perang. Ini memang sengaja. Saya lebih fokus ke sejarah ilmu

pengetahuan dan peradaban, soalnya saya cek udah banyak content creator yang angkat soal perang di sejarah Islam, cuma sejarah peradaban masih jarang. Makanya saya lebih fokus disana. Jadi secara komunikasi ke netizen bisa dibilang lebih gampang.”

Sementara itu, terkait jadwal pengunggahan konten, awalnya Wahyu dan tim menggunakan Facebook Creator Studio lalu menjadwalkan unggahan konten secara otomatis. Namun, dikarenakan akun Facebook-nya yang diretas, kini akun @islamichistories menggunakan unggahan manual di instagram. Sehingga belum ada jadwal-jadwal khusus dalam pengunggahan konten. Namun beberapa kali akun tersebut mengunggah konten dengan tema sesuai dengan apa yang sedang ramai diperbincangkan.

Selain itu, jadwal pengunggahan konten biasanya juga menggunakan sistem “*today in history*” yang mempertimbangkan di tanggal tersebut ada kejadian apa dalam Islam.

2) Fitur yang digunakan

Sebagai pendukung dalam proses komunikasi massa melalui instagram, beberapa fitur-fitur instagram tentunya harus dimanfaatkan dengan baik agar mampu menarik lebih banyak audiens. Berdasarkan hasil pengamatan beberapa fitur yang digunakan oleh akun @islamichistories dalam menyampaikan dakwahnya adalah penggunaan *feed* instagram untuk mengunggah gambar, fitur *reels* untuk membagikan video, fitur Q&A (*Question and Answer*) pada instagram *story*, serta fitur *folder* untuk mengumpulkan serangkaian postingan dengan tema yang sama.

d. Seleksi dan Penggunaan Media

Dalam menyampaikan pesan sejarah Islam, pendiri Islamic Histories menggunakan instagram sebagai media komunikasinya. Dari dipilihnya *platform* instagram, maka pendiri Islamic Histories perlu memerhatikan kelebihan dan kekurangan instagram sebagai media komunikasi.

1) Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan media instagram ini awalnya memang bertujuan sebagai media promosi bagi podcast Islamic Histories. Namun, faktanya akun instagram lebih banyak diminati dan diikuti dalam *platform* lain yang digunakan untuk menyebarkan konten podcast. Pemilihan *platform* ini juga mempertimbangkan pesan sejarah Islam yang ingin disampaikan, serta kecocokannya dengan *platform* instagram. Instagram dengan berbagai macam fitur nya membuat konten-konten yang disampaikan pada akun @islamichistories sangat mudah untuk tersebar luas.

Selain itu, pengguna instagram yang presentasinya sangat banyak juga menjadikan instagram sebagai media komunikasi masa yang cukup efektif. Hal ini mengacu pada laporan We Are Social pada tahun 2022 diketahui bahwa Instagram menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak ketiga dengan presentase sebesar 81,3%, dari jumlah 191 juta pengguna media sosial di Indonesia.³

2) Keunggulan dan Kelemahan Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, Wahyu, selaku pendiri dan admin akun @islamichistories tentunya sudah mempertimbangkan keunggulan dan kelemahan media instagram sebagai media dakwah sejarah Islam. Keunggulan instagram menurutnya adalah sifatnya yang terbatas dapat membuat seseorang hanya fokus untuk belajar satu hal saja pada setiap postingan. Adapun kelemahannya diantaranya

- a) Pembuat konten harus menyederhanakan isi konten, karena postingan instagram yang terbatas
- b) Karena dengan postingan instagram yang terbatas pula, membuat seseorang yang belajar

³ Mely Santoso, "Hasil Survei Mengungkapkan Media Sosial yang Paling Digemari di Indonesia," *gatra.com*, last modified 2022, diakses Januari 22, 2022, <https://www.gatra.com/news-548811-nasional-hasil-survei-mengungkapkan-media-sosial-paling-digemari-di-indonesia-.html#:~:text=WhatsApp merupakan media sosial yang,%25 dan 81%2C3%25>.

sejarah Islam melalui instagram pemahamannya akan kurang luas, bila tidak dibarengi dengan membaca buku, dan referensi lainnya.

2. Data Tentang Bentuk Penyampaian Dakwah Sejarah Islam Oleh Akun @Islamichistories

Penelitian ini mengambil objek akun Instagram @islamichistories, sebagai akun instagram dengan konten dakwah sejarah Islam. Jika menekankan pada pesan dakwah sejarah Islam-nya, maka bentuk dakwah oleh akun @islamichistories dapat digolongkan sebagai dakwah *mauidzah hasanah*, sesuai dengan definisi metode dakwah *mauidzah hasanah* ialah dakwah dengan cara berkisah. Dakwah Islam pada akun instagram @islamichistories dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah *mauidzah hasanah*, lantaran pesan dakwah yang disampaikan berupa sejarah-sejarah

Islam dan bersumber dari Al-Qur'an. Beberapa data terkait bentuk dakwah *mauidzah hasanah* yang ditemukan oleh peneliti diantaranya adalah

Gambar 4.4
Postingan tentang Thaif



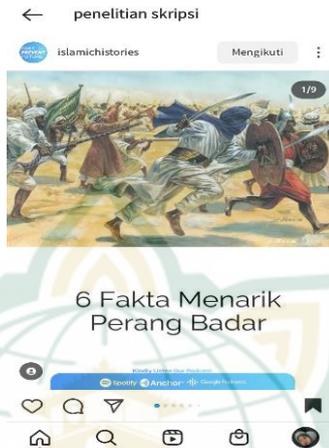
Pertama, Postingan akun @islamichistories pada tanggal 30 Oktober 2022 yang berjudul “Mengenal Thaif, Kota Hijau nan Indah Tempat Rasulullah Berdakwah”. Postingan ini menjelaskan tentang keindahan Kota Thaif sebagai kota tempat Rasulullah SAW berdakwah ketika periode Mekkah. Kota Thaif ini disebutkan dalam Al-Qur’an, tepatnya pada Surah Az-Zukhruf ayat 31.

Gambar 4.5
Postingan tentang ayah dan pendidikan anak



Kedua, Postingan akun @islamichistories pada tanggal 12 November 2022 yang berjudul “Ayah dan Pendidikan Anak”. Postingan tersebut membahas tentang pendidikan anak yang kerap kali dikaitkan dengan sosok ibu. Sedangkan sosok ayah hanya mengemban tanggung jawab sebagai pencari nafkah. Padahal tugas mendidik anak seharusnya menjadi tanggung jawab keduanya. Dalam postingan ini disebutkan pula panduan bagi ayah dalam mendidik Al-Qur’an, diantaranya dapat diambil dari cerita Nabi Ibrahim dan Ismail, Luqmanul Hakim, Nabi Yaqub dan Yusuf, serta Nabi Zakaria dan Yahya. Adapun salah satu kisah hubungan ayah dengan anak ini disebutkan dalam Surah Al-Baqarah ayat 132.

Gambar 4.6 Postingan tentang Perang Badar



Ketiga, Postingan akun @islamichistories pada tanggal 23 Juni 2022 yang berjudul “6 Fakta Menarik Perang Badar”. Seperti yang disebutkan pada judulnya, postingan ini membahas 6 Fakta unik tentang Perang Badar, dimana perang ini menjadi salah satu peristiwa bersejarah yang diingat oleh Umat Muslim. Hal ini lantaran Perang Badar merupakan pertempuran pertama Umat Muslim melawan para musuhnya. Seperti yang disebutkan pada slide ke-4 postingan tersebut, yakni Perang Badar termuat dalam QS. Al-Maidah ayat 123-126.

3. Data Tentang Respon *Followers* Terhadap Penyampaian Sejarah Islam di Akun @Islamichistories

Data mengenai respon *followers* terkait postingan akun @isamichistories didapatkan melalui proses wawancara yang dilakukan secara *online* via WhatsApp dengan tiga dari *followers* akun tersebut yang tergabung dalam WhatsApp Group #1 Islamic Histories yang dibuat oleh admin akun instagram. Mengetahui bagaimana respon dari beberapa *followers* dapat menjadi tolok ukur berhasil atau tidaknya strategi komunikasi yang sudah dilakukan pada akun @islamichistories. Respon *followers* dapat pula digolongkan menjadi efek komunikasi massa yang sudah dilakukan.

Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan saat wawancara adalah, 1) Apa saja yang anda ketahui tentang akun instagram @islamichistories?, 2) Dari mana anda mengetahui akun instagram @islamichistories?, 3) Apa yang membuat anda tertarik hingga mengikuti akun instagram @islamichistories?, 4) Menurut anda, bagaimana penyampaian dakwah dalam akun instagram @islamichistories? 5) Apa yang sudah anda dapatkan selama menjadi pengikut akun instagram @islamichistories?, dan 6) Adakah postingan dalam akun instagram @islamichistories yang paling berkesan bagi anda?.

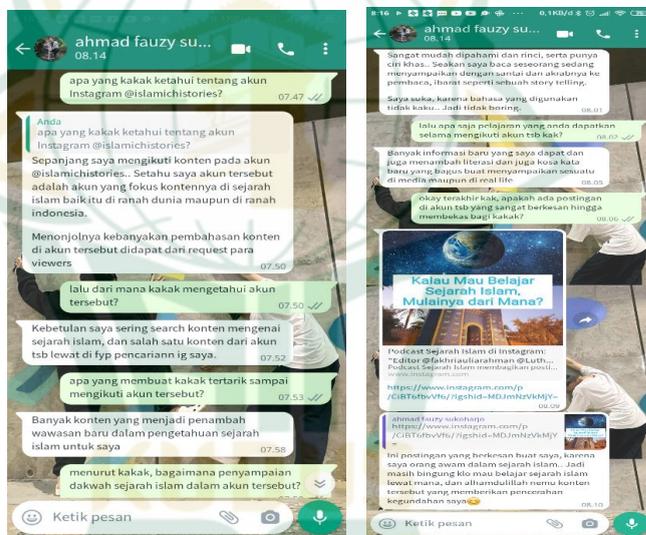
Gambar 4.7
Screenshoot wawancara dengan Hasby Ridallah



Pada wawancara pertama, dengan narasumber Hasby Ridallah, yakni mahasiswa asal Yogyakarta, ia mengatakan bahwa akun instagram @islamichistories merupakan akun dakwah yang membahas sejarah Islam dan dikemas secara menarik sehingga tidak membosankan. Wawancara menunjukkan bahwa Hasby mengetahui akun tersebut dari instagram *stories* temannya, hingga tertarik mengikuti akun

tersebut lantaran dirinya yang memang menyukai sejarah. Ia juga menuturkan pembahasannya yang ringan dengan menggunakan bahasa yang kekinian, serta pembahasannya yang berfokus pada hikmah terjadinya suatu peristiwa menjadi alasannya untuk mengikuti akun tersebut. Karena itu, sejauh ini ia yang hanya membaca buku perihal sejarah Islam, menjadi tahu alasan dan hikmah dibalik terjadinya suatu peristiwa tersebut dari akun instagram @islamichistories. Adapun postingan paling berkesan baginya ialah postingan pada tanggal 27 Oktober 2022 yang berjudul “Siapa Sebenarnya yang Mengkhianati Nabi Isa? (Sudut Pandang Islam)”

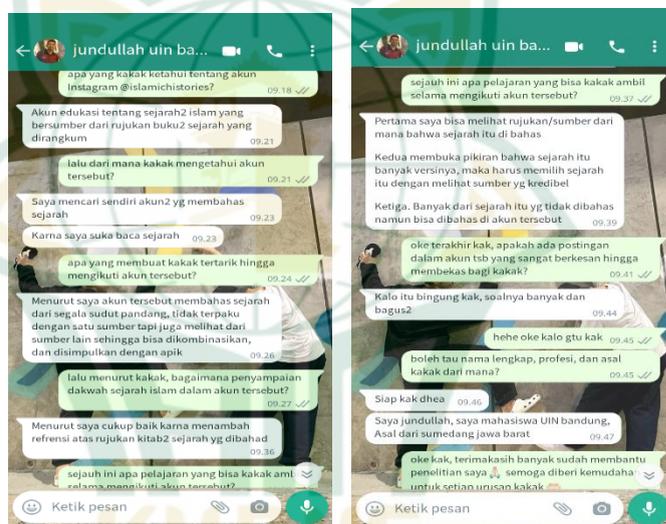
Gambar 4.8
Screenshoot wawancara dengan Ahmad Fauzy



Pada wawancara kedua, dengan narasumber Ahmad Fauzy, yakni seorang pengusaha panti asuhan asal Sukoharjo, ia mengatakan akun instagram @islamichistories sebagai akun yang fokus pada konten sejarah Islam, baik di ranah Indonesia maupun dunia. Fauzy mengaku mengetahui akun ini dari sistem algoritma instagram, dimana ia sering mengakses konten sejarah Islam, hingga suatu hari salah satu konten akun @islamichistories muncul di *explore* instagram-nya. Karena itu ia mulai mengikuti akun tersebut untuk menambah wawasannya perihal sejarah Islam. Senada dengan

Hasby, Fauzy mengaku penyampaian dakwah pada akun ini menggunakan bahasa yang tidak kaku dan membosankan. Penyampaiannya melalui *story telling* yang santai juga sangat mudah ia pahami. Tak hanya memperoleh wawasan baru, akun @islamichistories juga dapat memperbanyak literasi dan pengetahuannya akan berbagai kosa kata baru sehingga dapat digunakannya untuk berkomunikasi. Adapun postingan paling berkesan baginya ialah postingan yang diunggah pada tanggal 3 September dengan judul, “Kalau Mau Belajar Sejarah Islam, Mulainya dari Mana?”

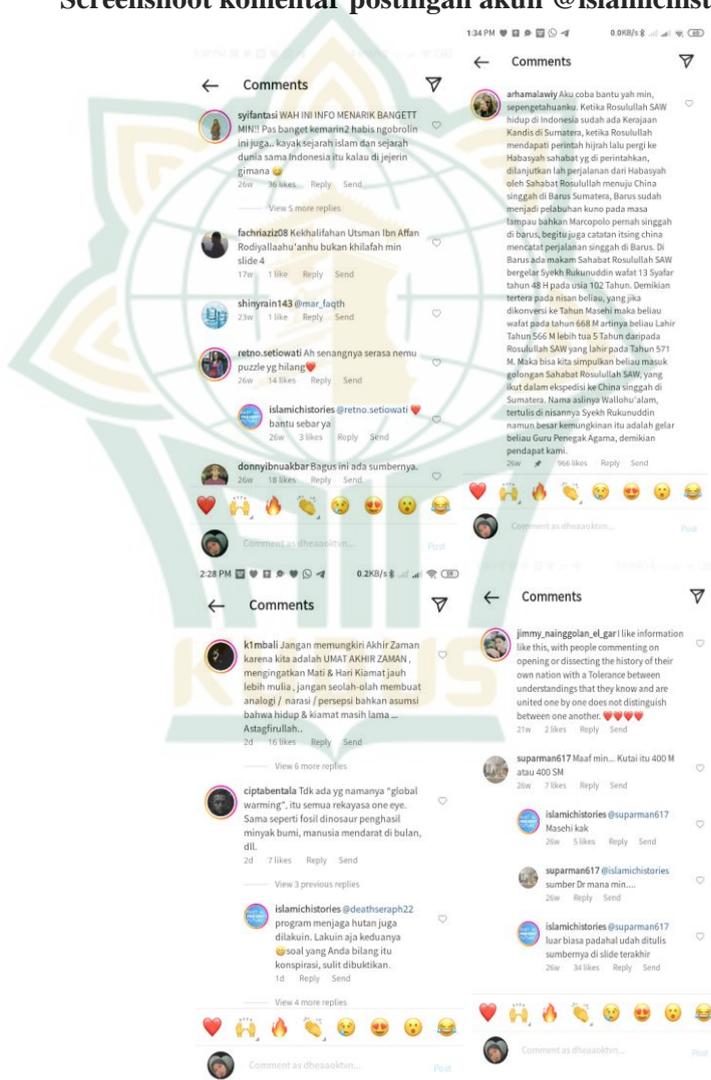
Gambar 4.9
Screenshoot wawancara dengan Jundullah



Pada wawancara ketiga, dengan narasumber Jundullah, mahasiswa UIN Bandung, ia mengatakan baginya akun @islamichistories ialah akun edukasi tentang sejarah Islam yang bersumber dari rujukan buku-buku sejarah yang dirangkum. Hasil wawancara menunjukkan, Jundullah mengetahui akun tersebut setelah mencarinya sendiri lewat fitur pencarian di instagram. Akun tersebut menarik baginya dikarenakan membahas sejarah Islam dari berbagai sudut pandang, tak hanya berpaku pada satu sumber saja. Menurut Jundullah, penyampaian dakwah akun tersebut cukup baik karena selalu menyertakan sumber rujukan dari tema yang tengah dibahas. Beberapa manfaat dan pelajaran ia dapatkan

selama mengikuti akun tersebut, diantaranya ia mendapat banyak sumber rujukan tentang sejarah Islam yang dapat ia baca, sehingga membuka pikirannya untuk melihat sejarah dari berbagai sudut pandang. Ia juga mendapat pengetahuan baru tentang sejarah Islam yang hanya ia temukan di akun tersebut. Adapun baginya postingan yang berkesan begitu banyak.

Gambar 4.10
Screenshoot komentar postingan akun @islamichistories



Selain hasil wawancara, beragam komentar pada setiap postingan dapat pula dikategorikan sebagai respon *followers* terhadap penyampaian pesan dakwah pada akun @islamichistories. Adapun respon tersebut relatif beragam, ada yang memberi dukungan terhadap postingan tersebut, ada yang memberi tambahan materi terkait postingan sebagai bahan diskusi, ada yang mengajukan pertanyaan tambahan seputar tema postingan. Tanggapan-tanggapan tersebut terdapat pada postingan tentang “Apa yang Terjadi di Nusantara Saat Masa Rasulullah Hidup?”. Terdapat pula tanggapan yang kontra dengan postingan, hal ini tampak pada postingan berjudul “Ya, Gurun Jazirah Arab yang Kembali Menghijau adalah Tanda Akhir Zaman, Tetapi..”, yang diunggah pada tanggal 15 Januari 2022. Selain itu, berdasarkan wawancara dari pendiri akun, terdapat pula beberapa *netizen* yang memberikan respon negatif dengan memblokir akun @islamichistories.

C. Analisis Data Penelitian

Berdasar pada pemaparan teori, studi pustaka, hasil wawancara, serta observasi terhadap akun instagram @islamichistories, kemudian akan dilakukan proses analisis. Pelaksanaan analisis didasarkan pada teori yang sudah ada atas dasar data yang didapat dari objek penelitian.

1. Analisis Tentang Strategi Komunikasi Massa Akun @Islamichistories Dalam Menyampaikan Sejarah Islam

Sesuai dengan temuan data-data pada saat penelitian, analisis strategi komunikasi pada akun @islamichistories didasarkan pada analisis perspektif Anwar Arifin. Secara garis besar, Anwar Arifin mengkategorikan strategi komunikasi pada empat poin penting, yaitu mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode, serta seleksi dan penggunaan media.

a. Mengetahui Khalayak

Pada strategi pertama, dalam mencapai komunikasi yang efektif diperlukan pengenalan terhadap khalayak. Sehingga pada bagian ini, peneliti menganalisis siapa saja yang menjadi khalayak atau sasaran dalam komunikasi yang dilakukan pada akun @islamichistories, serta bagaimana karakteristik khalayak tersebut.

1) Netizen

Hingga dilakukannya penelitian ini, akun @islamichistories telah memiliki pengikut sebanyak 153 ribu. Namun tentunya khalayak yang menjadi sasaran dalam proses komunikasinya tak hanya *netizen* yang menjadi pengikut akun tersebut, namun lebih dari pada itu, mengingat media sosial yang jangkauan audiensnya begitu luas dan tak terbatas. Pada analisis ini, kategori *netizen* yang menjadi khalayak dalam komunikasi terbagi menjadi 4, diantaranya ialah:

Pertama, pengguna instagram yang mengikuti akun @islamichistories, namun bersifat pasif terhadap konten akun tersebut. Dari sekian banyak *followers* akun @islamichistories tentunya tak semua ikut berpartisipasi aktif dalam merespon semua unggahan akun. Justru kategori khalayak pasif ini yang paling sering ditemukan. Mereka hanya ikut membaca konten-konten tersebut, namun biasanya tidak ikut memberikan tanggapannya melalui komentar. Tanggapan yang diberikan biasanya hanya berupa *like*.

Kedua, pengguna instagram yang tidak mengikuti akun @islamichistories, yang secara tidak sengaja menemukan konten akun tersebut. Sistem algoritma yang dimiliki oleh beberapa *platform* internet, dalam hal ini instagram, sangat berpengaruh bagi khalayak jenis kedua ini. Biasanya, apa yang sering kita akses di instagram, maka akan muncul pada fitur *explore* yang dimiliki instagram. Karenanya, sangat memungkinkan terdapat pengguna instagram yang sering mengakses konten sejarah Islam, kemudian menemukan konten sejarah Islam di akun @islamichistories pada fitur *explore* di instagramnya. Dengan begitu, mereka termasuk khalayak yang menjadi sasaran komunikasi akun @islamichistories.

Ketiga, pengguna instagram yang tidak mengikuti akun @islamichistories, namun dengan sengaja mencari akun tersebut karena menyukai

tema sejarah yang dibahas. Poin ketiga ini berkaitan erat dengan tema atau pesan komunikasi dalam akun @islamichistories. *Netizen* yang menjadi khalayak komunikasi ini dapat juga merupakan pengguna instagram yang tertarik pada pembahasan sejarah Islam atau ingin belajar tentang sejarah Islam, sehingga ia mencari akun instagram yang kontennya fokus pada pengetahuan-pengetahuan tentang sejarah Islam. Jenis *netizen* ini juga memungkinkan untuk menjadi *followers* akun. Seperti kereterangan dari salah satu *followers*, Jundullah, yang mengetahui akun @islamichistories setelah mencarinya sendiri pada fitur pencarian di instagram. Karena menyukai konten akun tersebut, akhirnya ia mengikutinya.

Keempat, pengguna instagram yang mengikuti akun @islamichistories dan secara aktif memberikan responnya terhadap konten-konten yang diunggah. Jenis *netizen* seperti ini tentunya sangat mudah ditemukan di kolom komentar akun @islamichistories. Biasanya komentar yang diberikan berupa dukungan, pertanyaan sesuai tema yang diangkat, hingga tambahan materi untuk berdiskusi. Banyak pula pengikut yang rutin mengirim DM untuk berdiskusi dengan sangat mendalam membahas seputar sejarah Islam.

2) Heterogen

Netizen sebagai sasaran komunikasi di akun @islamichistories memiliki karakteristik yang beragam. Keberagaman audiens ini mulai dari perbedaan jenis kelamin, umur, pendidikan, hingga tempat tinggal. Dari segi jenis kelamin, audiens dalam komunikasi ini terdiri dari laki-laki maupun perempuan. Namun, dalam perjalanannya, audiens perempuan merupakan mayoritas, dengan persentasenya yang diperkirakan sebanyak 70-80%. Dari segi umur, tentunya tak ada batasan umur dalam mengakses akun tersebut, namun sebanyak 80% audiens berumur 20-30 tahun. Hal ini lantaran tema yang diangkat yakni tentang sejarah yang memerlukan banyak penalaran dan analisis. Namun,

tentunya banyak pula audiens berusia dibawah maupun diatas 20-30 tahun, meskipun presentasinya tak sebanyak usia 20-30 tahun. Dari segi pendidikan, pendiri akun manargetkan audiens berpendidikan S1, namun realitanya pendidikan audiens juga beragam. Dari segi domisili atau tempat tinggal, audiens yang ditargetkan merupakan orang Indonesia, ternyata lebih dari pada itu. Domisili audiens dari beragam negara, bisa dikatakan bahwa audiens ini telah mencapai seluruh dunia.

Melihat bagaimana keberagaman khalayak tersebut tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi pendiri akun @islamichistories untuk menyampaikan komunikasinya agar dapat diterima oleh khalayak. Karena itu, pendiri akun juga siap dengan konsekuensinya apabila banyak yang kontra dengan pesan sejarah Islam yang disampaikan.

b. Menentukan Pesan

Pesan komunikasi dalam akun @islamichistories berupa pengetahuan tentang sejarah Islam. Tujuan awal dari penentuan pesan sejarah Islam ini adalah karena pendiri akun, yakni Heri dan Wahyu, yang mempunyai minat yang sama tentang sejarah Islam. Hal ini mengingat keduanya yang berperan sebagai komunikator, karena penting bagi komunikator untuk memiliki *interest* dan penguasaan terhadap materi. Selain itu, hal ini juga bersangkutan dengan urgensi mempelajari sejarah Islam bagi umat Muslim. Mempelajari sejarah Islam dapat memunculkan semangat dalam membentuk kejayaan peradaban Islam baru dan lebih baik.⁴ Sementara itu, dari segi individu, mempelajari sejarah Islam membuat seseorang memahami perkembangan peradaban Islam sejak lahirnya hingga sekarang, beserta problematika yang menyertainya. Oleh karena itu, mempelajari sejarah

⁴ Widodo, "Objek Kajian Dan Urgensi Mempelajari Sejarah Dan Peradaban Islam," *Jurnal Pedagogy* 10, no. 3 (2017): 2, diakses pada 20 Januari 2022, <http://jurnal.staimuhblora.ac.id/index.php/pedagogy/article/view/62>.

Islam dapat membantu menyelesaikan problematika kehidupan yang ditemukan di masa kini.

1) Sumber pesan

Dalam penyampaian pesan sejarah Islam, akun @islamichistories tak hanya memiliki satu sumber pesan saja, melainkan beberapa sumber yang kredibel. Mengingat kredibilitas sumber ini sangat berpengaruh terhadap penerimaan pesan (*decoding*) oleh khalayak. Schiffman & Kanuk (1995) mengungkapkan, bilamana sumber pesan dapat dipercaya (*well respected*), maka pesan yang disampaikan pun akan mudah diterima khalayak. Sebaliknya, dengan digunakannya sumber pesan yang kurang meyakinkan ataupun tidak jujur, maka khalayak akan bersikap skeptis atau bahkan enggan menerima pesan tersebut.⁵

Sebagai akun yang berfokus pada penyampaian sejarah Islam, sumber primer yang digunakan dalam akun @islamichistories tentunya ialah Al-Qur'an. Selain berisi ajaran aqidah, syariah, akhlak, isyarat-isyarat, ancaman dan janji, Al-Qur'an juga mengandung kisah-kisah terdahulu tentang Nabi-nabi dan para pengikutnya yang dapat dijadikan pelajaran bagi umat-umat selanjutnya. Hal ini dijelaskan dalam Surah Yusuf ayat 3 yang berarti "*Kami menceritakan padamu kisah yang paling baik dengan cara mewahyukan Al-Qur'an ini padamu, dan sesungguhnya kamu sebelum Kami mewahyukan)nya ialah termasuk orang-orang yang belum mengetahuinya*".⁶ Ayat tersebut menerangkan bahwa Allah SWT telah menceritakan kisah-kisah umat terdahulu yang berisi kebenaran, dengan penjelasan yang baik melalui Al-Qur'an.

⁵ Kussudyarsana, "Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan," *Benefit* 8, no. 2 (2004): 153–154, diakses pada 20 Januari 2022, 10.23917/benefit.v8i2.1198.

⁶ "Surat Yusuf Ayat 3 Arab, Latin, Terjemah, dan Tafsir," *tafsirweb.com*, diakses Januari 31, 2023, <https://tafsirweb.com/3741-surat-yusuf-ayat-3.html>.

Adapun menurut pandangan psikologi sosial, kredibilitas sumber pesan (*source of credibility*) ini terdiri dari tingkat keahlian (*level of expertise*) dan kejujuran (*trustworthiness*).⁷

Berdasarkan tingkat keahliannya (*level of expertise*), akun @islamicgistories menggunakan sumber pesan yang berasal dari kajian oleh para uztadz. Diantara banyaknya kajian yang diikuti oleh tim Islamic Histories, kajian oleh Ustadz Asep Sobari menjadi referensi utama dalam penyampaian pesan sejarah Islam. Beliau ialah ustadz lulusan Universitas Madinah, yang berfokus pada dakwah sejarah Islam melalui channel YouTube Sirah TV, yakni channel milik Sirah Community Indonesia (SCI). Karena itu, sebagai referensi dalam penyampaian sejarah Islam, beliau dapat dipastikan tingkat keahliannya.

Sementara itu, berdasarkan kejujurannya (*trustworthiness*), pesan yang disampaikan akun @islamichistories berasal dari sumber-sumber yang terbukti kejujurannya, karena menyajikan hal berupa fakta. Karena itu, berbeda dengan poin tingkat keahlian, poin kejujuran ini mengacu pada apa yang menjadi pembahasan, bukan siapa yang menyampaikan. Sumber pesan berbentuk kejujuran yang digunakan akun @islamichistories diantaranya adalah;

- a) Buku sejarah Islam. Buku sejarah Islam merupakan sumber yang terpercaya, karena menyajikan kisah sejarah Islam disertai dengan bukti-buktinya. Contohnya, pendiri @islamichistories pernah memakai buku *Encyclopedia of* ⁸*Plague* untuk menjelaskan tentang cara Kesultanan Utsmani menangani wabah di masa itu. Ternyata, Kesultanan Utsmani pun sudah menerapkan vaksinasi versi awal. Hal ini melihat adanya bukti berupa

⁷ Kussudyarsana, "Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan," 154.

⁸ "Surat Yusuf Ayat 3 Arab, Latin, Terjemah, dan Tafsir."

beberapa surat dari Lady Mary Wortley Montagu, yaitu istri Duta Besar Inggris yang saat itu tinggal di Istanbul.

- b) Artikel. Mayoritas artikel yang digunakan disini ialah artikel berbahasa Inggris, karena keberadaan artikel sejarah Islam berbahasa Indonesia yang masih sangat jarang. Padahal, dalam membuat isi pesan harus mencari banyak sumber pesan yang kredibel sebagai pertimbangan.
- c) Film Dokumenter. Sumber film dokumenter sejarah Islam ini diambil lembaga-lembaga penelitian dan media yang terpercaya seperti BBC, National Geographic, NET TV lifestyle, serta Kompas TV.
- d) Jurnal Ilmiah. Karena berasal dari suatu penelitian, sumber berupa jurnal ilmiah ini menyajikan data-data fakta. Adapun pengambilan sumber dari jurnal ilmiah ini dikarenakan banyaknya pembahasan sejarah Islam dalam jurnal-jurnal ilmiah, namun keadaannya masih jarang diketahui. Terlebih, jurnal ilmiah bersifat lebih *fresh* karena merupakan hasil penelitian terbaru yang relevan dengan masa sekarang.

2) Jenis pesan

Secara garis besar, penyampaian dakwah sejarah Islam pada akun Islamic Histories ini menggunakan pesan verbal, baik yang disampaikan secara lisan ataupun tulisan. Dalam wujud lisan, pesan disampaikan melalui bentuk video. Adapun pada bentuk tulisan, pesan ini disampaikan melalui gambar. Meskipun begitu, penyampaian pesan dalam bentuk tulisan lebih banyak ditemukan dalam akun ini. Sementara itu, pesan sejarah Islam pada akun @islamichistories dikategorikan pula sebagai pesan tidak langsung. Berbeda dengan pesan langsung, dimana dalam proses komunikasi pesan tersalurkan langsung dari komunikator kepada komunikan, pesan pada akun @islamichistories disampaikan melalui perantara media instagram.

Dalam hal ini, Wahyu selaku pendiri akun merupakan komunikator, namun dalam proses komunikasinya kepada khalayak, ia menggunakan akun @islamichistories. Sehingga pesan serta informasi yang ia sampaikan pun mengatasnamakan akun tersebut.

Adapun berdasarkan kandungannya, terdapat dua kategori jenis pesan yang disampaikan, yaitu pesan informasi dan persuasi. Pesan informasi disini berupa unggahan yang menyajikan pengetahuan-pengetahuan baru kaitannya dengan sejarah Islam, yang relevan dengan masa kini. Sementara pesan persuasi mengandung ajakan yang terjadi tanpa paksaan agar seseorang mengerjakan suatu kebaikan sesuai dengan tema yang disampaikan saat itu. Masing-masing pesan informasi dan persuasi yang ada dalam akun tersebut diantaranya;

Pertama, pesan informatif merupakan pesan yang berdasarkan fakta, tanpa mengada-ada, jelas, terperinci, serta ditujukan kepada khalayak luas untuk perluasan wawasan.⁹ Dari banyaknya postingan yang mengandung informasi, terdapat 3 postingan yang diteliti, yakni postingan pada tanggal 20 Juli 2022, 19 Juli 2022, dan 22 Oktober 2022. Ketiga postingan tersebut mengandung pesan informasi yang berdasarkan fakta, dan terperinci. Postingan pada 20 Juli 2022, menjelaskan kondisi Indonesia ketika Rasulullah hidup, bahwasannya ternyata pada Rasulullah hidup, di Indonesia baru berdiri Kerajaan Hindu Buddha, seperti Kerajaan Sriwijaya, Kalingga, Tarumanegara, dan Kutai Martadipura.

Lalu, 19 Juli 2022 menyampaikan informasi tentang kejadian-kejadian di dunia ketika Rasulullah masih hidup. Berbeda dengan postingan sebelumnya

⁹ Dina Maryana, "Analisis Public Relation Informatif Bpjs Kesehatan Dalam Memberikan Pelayanan Pada Pengguna Jaminan Kesehatan Nasional (Jkn) Di Rsud a.W. Sjahranie Samarinda," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 4, no. 1 (2016): 273, diakses pada 24 Januari 2022, <https://portal.fisip-ummul.ac.id/site/?p=3846>.

yang menceritakan kondisi Indonesia ketika Rasulullah hidup, postingan ini menyajikan informasi kejadian bersejarah di berbagai negara. Adapun postingan pada 22 Oktober 2022, menyajikan informasi tokoh-tokoh Islam yang berkontribusi dalam perkembangan komputer, diantaranya Ibn Al Haytham (Ahli banyak ilmu dari Iraq, dan penemu konsep optik), Muhammad Ali al-Khwarizmi (Matematikawan Persia, dan penemu konsep algebra), Aabdurrahman al-Sufi (Aastronom Persia penemu galaksi Andromeda), Ibnu Al Nafis (Seorang Syria yang melakukan pekerjaan sirkulasi dalam kedokteran), Ibnu Rusyd (Ulama, pakar perbandingan madzhab), Ibnu Sina (Dokter, filsuf, *polymath* dari Persia), dan Omar Khayam (Matematikawan dan penyair Persia)

Kedua, pesan persuasif merupakan pesan yang secara sadar dilakukan untuk mengubah pikiran dan tindakan seseorang dengan cara memanipulasi suatu motif sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.¹⁰ Pesan persuasi dalam akun @islamichistories terdapat pada postingan 22 Oktober 2022, 17 September 2022, 23 Juli 2019. Meskipun tak secara jelas mengajak pengikut untuk melakukan sesuatu, namun makna-makna yang tersirat dalam postingan tersebut dapat dikatakan mampu mempengaruhi khalayak.

Postingan pada tanggal 22 Oktober 2022 mengandung makna tersirat berupa ajakan untuk menyumbang atau bersedekah. Headline berita yang diposting yakni tentang “Indonesia Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia 2022” dan juga *caption* “84% orang Indonesia menyumbang 2021. Sementara rata-rata global hanya 35%. Kegiatan menyumbang ini diinspirasi salah satunya oleh ajaran agama”. diharapkan mampu memotivasi siapapun yang membacanya untuk menerapkan

¹⁰ M. Jamiluddin Ritonga, *Tipologi Pesan Persuasif* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 5.

sikap dermawan, dengan cara menyumbang atau bersedekah.

Lalu postingan 17 September 2022, yang berusaha memengaruhi khalayak untuk melakukan *zuhud*. Imam al-Qusyairi mengartikan *zuhud* dengan meninggalkan kenikmatan yang ada di dunia dan tidak mempedulikan siapa orang yang akan menikmatinya. Dengan kata lain, *zuhud* ialah mengkosongkan diri dari berbagai kesenangan di dunia untuk menjalankan ibadah.¹¹ Adapun *quote* Syaikh Saas at-Tsastry yang dikutip pada postingan tersebut, menjelaskan bahwa *zuhud* bukan berarti meninggalkan dunia. Justru seorang harus mampu memanfaatkan dunia untuk mengejar akhiratnya kelak. Karena itu, postingan ini mengandung ajakan bagi orang yang kaya harta untuk melakukan *zuhud* dengan cara menggunakan hartanya untuk kebaikan untuk menuju kebahagiaan di akhirat. Sedangkan bagi orang yang miskin, bisa saja untuk melakukan *zuhud*, contohnya disebutkan dalam kolom komentar beberapa sahabat nabi yang tergolong miskin namun melakukan *zuhud*, yakni Ali, Abu Dzar, dan Abu Ubaidah.

Selanjutnya, postingan pada tanggal 23 Juli 2019 yang mengandung ajakan untuk mempelajari sejarah Islam, sebagai sarana untuk memperkuat identitas dan jati diri sebagai umat Muslim. Penyampaian pesan persuasi dalam proses dakwah sangatlah penting, hal ini kembali pada pengertian dakwah itu sendiri. Seperti definisi dakwah yang diungkapkan oleh Asep Muhidin, yakni suatu usaha untuk mengajak dan menyeru umat manusia menuju jalan Allah atau sistem Islami.¹²

¹¹ Muhammad Hafiu, "Zuhud Dalam Ajaran Tasawuf," *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam* 14, no. 1 (2017): 78, diakses pada 8 Januari 2022, . <https://doi.org/10.14421/hisbah.2017.141-07>.

¹² Nur Alhidayatillah, "Dakwah Dinamis Di Era Modern," *Jurnal pemikiran islam* 41, no. 2 (2017): 226, diakses pada 10 Januari 2022, <http://dx.doi.org/10.24014/an-nida.v4i1i2.4658>.

c. Menetapkan Metode

Metode komunikasi sering disebut sebagai teknik komunikasi, yaitu suatu sistem yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi dari komunikator menuju komunikan melalui suatu media tertentu. Keberadaan metode komunikasi ini digunakan untuk menunjang terjadinya komunikasi yang efektif. Dengan kata lain, melalui metode yang telah ditetapkan ini, diharapkan komunikasi dapat berjalan efektif dan dapat mencapai keberhasilan dengan tercapainya suatu tujuan komunikasi.

1) Metode dan jadwal pengunggahan konten

Dalam proses komunikasinya, pendiri akun @islamichistories telah menetapkan beberapa metode agar komunikasi dapat meraih tujuan yang sudah ditentukan. Untuk menjangkau tujuan komunikasinya, pendiri akun @islamichistories menitikberatkan pada bagaimana konsep akun itu sendiri. Secara keseluruhan, konsep akun @islamichistories berfokus pada sejarah ilmu pengetahuan dan sejarah peradaban Islam, hal ini dilakukan untuk menarik perhatian sasaran komunikasi, mengingat keberadaan akun instagram sejarah Islam yang membahas hal tersebut masih jarang ditemukan. Hal ini juga berkaitan dengan keterangan di *bio* akun tersebut, “Mendekatkan sirah ke keseharian”, yang artinya akun @islamichistories membahas tentang sejarah Islam yang dekat dengan keseharian masyarakat, sehingga lebih menarik dan mudah dipahami oleh sasaran komunikasi (komunikan). Karena mempelajari sejarah Islam tak hanya sekedar mengerti tanggal, bulan, tahun, maupun abad terjadinya peristiwa bersejarah dalam Islam, melainkan juga paham akan realitas Muslim dalam mempelajari suatu peristiwa dalam sejarah Islam.¹³

¹³ Widodo, “Objek Kajian Dan Urgensi Mempelajari Sejarah Dan Peradaban Islam,” *Jurnal Pedagogy* 10, no. 3 (2017): 2, diakses pada 20 Januari 2022
<http://jurnal.staimuhblora.ac.id/index.php/pedagogy/article/view/62>.

Akun Islamic Histories ini mencoba mengambil fokus lain dalam menceritakan sejarah Islam. Misalnya saja, saat mempelajari sejarah Islam melalui pendidikan formal biasanya akan dibahas hal-hal seperti peperangan pada masa Rasulullah. Selain telah diajarkan di pendidikan formal, hal seperti ini juga banyak dibahas oleh akun instagram sejarah Islam lainnya. Di akun @islamichistories terdapat postingan seputar peperangan Islam, namun fokusnya bukan membahas pada proses dan waktu terjadinya peperangan tersebut. Seperti pada postingan tanggal 23 Juni 2022 tentang Perang Badar yang mengulik 6 fakta menarik Perang Badar.

Terdapat pula lima postingan yang membahas tentang Perang Salib, postingan pertama diunggah pada 5 September 2022 berjudul “Hancurnya Ekonomi Menjelang Perang Salib” postingan kedua diunggah pada 7 September 2022 berjudul “Rusaknya Aspek Sosial Menjelang Perang Salib”, postingan ketiga diunggah pada 8 September 2022 berjudul “Perselisihan Antar Kelompok Menjelang Perang Salib”, postingan keempat yang diunggah pada tanggal yang sama berjudul “Perpecahan Politik Menjelang Perang Salib”, serta postingan kelima yang diunggah pada 14 September 2022 berjudul “Perang Salib : Renungan Akhir”

Adapun dari segi bentuk kontennya, metode yang digunakan akun @islamichistories dalam berkomunikasi ialah melalui gambar. Meskipun terdapat pula beberapa konten video dalam akun tersebut, namun fokus penyampaian pesannya tetap pada gambar. Mulanya, bentuk konten hanya berupa satu gambar berisi tulisan judul atau tema yang akan dibahas, kemudian penjelasan dari judul tersebut terdapat pada caption. Seperti postingan pada 29 Juli 2019 yang berjudul “Kenapa Nabi Menamai Muslim Madinah Dengan Nama Kaum Anshar?”. Hingga kemudian postingan berupa gambar ini disusun lebih rapi. Penjelasan berbentuk narasi ini disertakan dalam gambar, sehingga gambar terdiri dari beberapa *slide*, dengan *slide* pertama berisi judul,

slide selanjutnya penjelasan judul, hingga *slide* terakhir berisi sumber atau referensi dari penjelasan tersebut.

Dari segi isi konten, terdapat beragam jenis konten yang digunakan, yakni analisis, quote, biografi, serta data fakta. Konten analisis mencoba menganalisis peristiwa sejarah Islam dengan sumber yang jelas dikaitkan dengan tema yang dibahas. Salah satu contohnya adalah pada postingan “Semasa Rasulullah Hidup itu Ada Kejadian Apa Aja di Dunia?”, yang menganalisis kejadian besar yang terjadi di dunia pada tahun-tahun ketika Rasulullah hidup, mulai dari sejak kelahiran Rasulullah, saat penerimaan wahyu pertama, saat Rasulullah hijrah ke Madinah, dan berhenti ketika Rasulullah wafat. Kemudian, konten *quote* berisi *quote* dari tokoh-tokoh Islam, seperti pada postingan yang berisi *quote* dari Syaikh Saad at-Tsastry tentang *zuhud*. Konten biografi berisi kisah perjalanan hidup tokoh-tokoh beragama Islam dalam perputaran sejarah. Contohnya pada postingan “Google Doode : Kisah Menarik Rasuna Said”, yang menceritakan kisah Rasuna Said sebagai wanita muslim pejuang kemerdekaan Indonesia. Konten data fakta terlihat dalam postingan “Ballon D’Or 2022” yang menyajikan data ranking 25 teratas pemain sepak bola terbaik dunia tahun 2022, dan menjelaskan fakta bahwa 3 dari 5 peringkat teratas tersebut ialah seorang Muslim, yakni Benzema, Sadio Mane, dan Mohamed Salah.

Terkait jadwal sendiri, tak ada jadwal khusus dalam pengunggahan konten di akun @islamichistories. Namun, dalam postingannya, pendiri @islamichistories juga mempertimbangkan dimensi waktu. Dengan mengunggah postingan sejarah Islam berkaitan dengan apa yang sedang ramai di masa itu, serta sistem “*today in history*” yang mengunggah konten berdasarkan apa sejarah Islam yang tengah terjadi pada hari itu. Seperti postingan yang diunggah pada tanggal 15, 16, dan 17 November 2022 bertepatan dengan digelarnya

Piala Dunia, yang merupakan serangkaian postingan bertema “*World Cup Series*”. Selanjutnya, postingan yang diunggah pada tanggal 19, 20, 21, 22, 23 September 2022 tentang “Series Sejarah Kepolisian” yang membahas sejarah kepolisian dalam Islam. Dimana pada saat pengunggahan konten tersebut lembaga kepolisian di Indonesia tengah ramai disorot dikarenakan suatu kasus. Adapun sistem pengunggahan konten “*today in history*” terlihat dalam konten yang diunggah pada 12 November bertepatan dengan hari ayah. Karena itu, postingan ini membahas tentang ayah dan pendidikan anak.

Meskipun tak ada jadwal yang *pakem* dalam pengunggahan konten, namun mempertimbangkan kedua sistem tersebut, diharapkan proses komunikasi yang dilakukan dapat berjalan efektif, karena pesan komunikasinya yang *up to date*, mengikuti apa yang tengah terjadi pada masa itu.

2) Fitur-fitur instagram yang digunakan

Berdasarkan temuan data, proses komunikasi pada akun @islamichistories memanfaatkan beberapa fitur yang ada di instagram diantaranya;

Pertama, fitur *feed*. Fitur ini digunakan untuk mengunggah konten berupa gambar, baik satu gambar maupun beberapa gambar dalam satu unggahan. Selain itu, fitur *pin feed* juga digunakan untuk menyematkan 3 postingan. Yakni postingan rekomendasi Instagram yang membahas sejarah Islam, postingan “Apa yang Terjadi di Nusantara Saat Masa Rasulullah Hidup”, serta postingan “Semasa Rasulullah Hidup itu Ada Kejadian Apa Aja di Dunia.”

Kedua, fitur *reels*. Fitur ini digunakan untuk mengunggah konten berupa video. Dibandingkan dengan fitur *feed*, penggunaan fitur *reels* ini masih terbatas. Belum banyak konten dalam akun @islamichistories yang berbentuk video.

Ketiga, Q&A (*Question and Answer*). Fitur ini digunakan untuk berinteraksi dengan *followers* dengan cara bertanya jawab antara *followers* dengan admin. Sebagian besar pertanyaan yang dijawab

membahas tentang peristiwa dalam sejarah Islam, hingga rekomendasi podcast, film, untuk mempelajari sejarah Islam.

Keempat, fitur folder postingan Instagram. Fitur ini digunakan untuk mengelompokkan postingan-postingan instagram dengan tema yang sama agar lebih mudah diakses. Beberapa postingan yang dikelompokkan tersebut seperti review buku, review film, review buku dan film, serta konten yang berupa series. Konten series tersebut diantaranya Polisi di Sejarah Islam, Wakaf di Utsmani, dan Model Kebangkitan Umat Islam.

d. Seleksi dan Penggunaan Media

Seleksi terhadap media komunikasi perlu memerhatikan beberapa hal seperti karakteristik media yang akan digunakan, tujuan dari isi pesan yang akan disampaikan, serta jenis media yang menjadi kepemilikan khalayak.¹⁴ Karena itu, dalam proses komunikasinya, pendiri Islamic Histories memilih media instagram dengan mengenali keunggulan dan kelemahan media tersebut.

1) Instagram

Mulanya, instagram digunakan sebagai media promosi untuk menyebarluaskan podcast Islamic Histories. Namun, ternyata akun instagram @islmichistories lebih banyak mendapat perhatian publik. Adapun pemilihan instagram sebagai media komunikasi memerhatikan tiga hal, yakni karakteristik instagram itu sendiri, isi dari pesan yang akan diberikan, serta bagaimana instagram sebagai media yang menjadi kepemilikan khalayak.

Kaitannya dengan hal tersebut, instagram sebagai bagian dari media sosial memiliki suatu karakteristik yang membedakan dengan media komunikasi lainnya. Nasrullah mengungkapkan beberapa karakteristik media sosial, diantaranya ialah jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi

¹⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2014), 146.

sosial (*simulation of society*), serta konten oleh pengguna (*user-generated content*).¹⁵ Adapun berdasarkan isi pesannya, akun @islamichistories mengangkat pesan tentang sejarah Islam. Dan dari segi kepemilikan media, presentase pengguna instagram di Indonesia tercatat sebanyak 81,3%, dari jumlah keseluruhan pengguna media sosial yakni 191 juta.¹⁶

Melihat tiga hal tersebut, maka media instagram dapat dikatakan cukup efektif sebagai media komunikasi oleh pendiri Islamic Histories. Karakteristik instagram sebagai media sosial yang dapat menghubungkan khalayak luas (*network*), berlangsungnya proses pertukaran dan penyebaran informasi oleh penggunanya (*information*), informasinya yang tersimpan dan dapat diakses kapan saja (*archive*), interaksi yang terjadi antar pengguna (*interactivity*), terbentuknya masyarakat di dunia virtual (*simulation of society*), serta keterlibatan para pengguna dalam memproduksi konten (*user-generated content*), menjadi nilai *plus* bagi media ini. Pesan yang sejarah Islam oleh akun @islamichistories dapat diakses oleh semua orang yang memiliki akun instagram, dan memungkinkan terjadinya penyebaran pesan yang disampaikan tersebut oleh khalayak. Selain itu, konten-konten yang disebar di instagram juga akan selalu tersimpan apabila tidak dihapus oleh pengunggah konten, dan dapat diakses kapan saja.

Adapun jumlah pengguna instagram yang sangat banyak memungkinkan pesan komunikasi yang disampaikan akan tersebar lebih luas, dan banyak dijangkau khalayak, dibandingkan dengan menyebarkan pesan menggunakan media lainnya.

¹⁵ Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas," *EduLib* 8, no. 1 (2018): 4, diakses pada 22 Januari 2022, 10.17509/edulib.v8i1.10208.

¹⁶ Santoso, "Hasil Survei Mengungkapkan Media Sosial yang Paling Digemari di Indonesia."

Terlebih lagi, pada tahun 2023, dari 12,8 miliar pengguna aktif instagram bulanan di dunia, 70% pengguna berusia dibawah 35 tahun.¹⁷ Hal ini selaras dengan hasil wawancara yang didapat dari pendiri akun, dimana pesan dalam akun @islamichistories ini ditujukan pada khalayak berusia 20-30 tahun. Karenanya, instagram dapat menjadi media yang efektif bagi pendiri Islamic Histories dalam menyebarkan pesan sejarah Islam

2) Keunggulan dan kelemahan

Dalam memilih instagram sebagai media komunikasinya, komunikator perlu memahami bagaimana keunggulan dan kelemahan instagram itu sendiri. Aftonia pada tahun 2016 menyebutkan keunggulan dan kelemahan dari media sosial instagram. Keunggulan tersebut diantaranya adalah 1) bersifat privasi, 2) mempunyai fitur yang beragam dalam mengedit foto, 3) memperlihatkan pengikut (*follower*) dan yang mengikuti (*following*), 4) lebih banyak penggunanya dari pada media sosial lainnya, 5) dapat mengikuti orang atau akun tanpa terbatas, 6) dapat melakukan promosi dengan mudah, 7) penggunaannya yang mudah, 8) jika kita akan membentuk bisnis, banyak orang yang memakai instagram, 9) dapat dengan mudah mengakses foto setiap orang maupun artis, 10) dapat terkoneksi dengan media sosial lainnya.¹⁸

Adapun yang menjadi kelemahan dari media sosial ini ialah 1) hanya memiliki dua konten, video dan foto, 2) durasi maksimal video yang hanya sebentar, yaitu 1 menit, 3) ukuran foto yang dibagikan relatif kecil, sehingga akan nampak

¹⁷ Matt Ahlgren, "40+ Statistik, Fakta, & Tren Instagram Untuk 2023," *websiterating.com*, last modified 2023, diakses Januari 22, 2022, <https://www.websiterating.com/id/research/instagram-statistics/#:~:text=Statistik Demografi Instagram,-Apa yang dimiliki&text=Pengguna berusia 25 tahun rata,Instagram tinggal di luar AS.>

¹⁸ Asep Achmad Muhlisan, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Praktik Pemahaman Lintas Budaya," dalam *Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Jepang "Kontribusi Perkembangan Media Sosial Bagi Pembelajaran dan Penelitian Dalam Bahasa dan Budaya Jepang,"* 2018, 56.

kurang jelas, 4) tidak menyajikan *cover picture*, melainkan hanya *profile picture* saja, 5) banyaknya pengguna instagram membuat persaingan yang begitu ketat, 6) kurang praktis dalam melakukan transaksi, 7) harus *update* aplikasi secara berkala.¹⁹

Berdasarkan wawancara dengan pendiri akun, kelemahan dari instagram sebagai media komunikasi ialah mengacu pada poin pertama, yakni konten instagram yang terbatas pada konten foto dan video. keterbatasan dalam konten foto, dimana hanya dapat mengunggah 10 foto dalam satu unggahan membuat pengunggah harus menyederhanakan isi konten. Padahal konten sejarah Islam yang disampaikan sangat kompleks dan perlu pembahasan yang mendalam. Karena itu, orang yang hanya belajar sejarah Islam dari instagram maka tidak bisa memahami sesuatu peristiwa sejarah yang disampaikan secara mendalam. Namun, penyampaian konten instagram yang terbatas ini juga dapat menjadi suatu keunggulan. Karena dengan begitu, orang yang mempelajari sejarah Islam melalui instagram dapat fokus pada satu pembahasan saja.

2. Analisis Tentang Bentuk Penyampaian Dakwah Sejarah Islam Oleh Akun @Islamichistories

Bentuk penyampaian dakwah Islam oleh akun Instagram @islamichistories dapat dikatakan sebagai dakwah *mauidzah hasanah*. Hal ini mengacu pada pesan atau materi dakwah yang disampaikan, yakni terkait sejarah Islam. Secara umum, *mauidzah hasanah* memiliki arti ungkapan yang bersifat bimbingan, pengajaran, pendidikan, peringatan, berita gembira, kisah-kisah, wasiat (pesan yang bersifat positif) yang dapat digunakan sebagai pegangan dalam hidup demi mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat. Berdasarkan definisi tersebut, terdapat empat wujud dari dakwah *mauidzah*

¹⁹ Muhlisan, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Praktik Pemahaman Lintas Budaya," 57.

hasanah, yakni nasihat atau petuah, kisah-kisah, bimbingan atau pengajaran, kabar gembira dan peringatan, serta wasiat.²⁰

Kaitannya dengan hal tersebut, dakwah pada akun Instagram @islamichistories termasuk bentuk dakwah dengan berkisah. Di dalam Al-Qur'an dijelaskan banyaknya metode dalam mengajak atau menyeru manusia menuju jalan yang lurus (kebaikan), diantaranya adalah melalui cerita atau kisah. Seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @islamichistories yang melakukan dakwahnya melalui cerita-cerita bersejarah. Al-Qur'an dan Hadits memuat berbagai kisah bersejarah yang dapat dijadikan bahan dalam berdakwah. Kisah-kisah sejarah yang termuat dalam Al-Qur'an dan Hadits mempunyai nilai-nilai penting yang dapat diambil sebagai pelajaran bagi manusia. Dakwah dengan menceritakan kisah-kisah terdahulu ini dapat menyentuh hati *mad'u* secara mendalam.²¹ Dari sekian banyak postingan sejarah Islam dalam akun @islamichistories, terdapat tiga contoh bentuk dakwah *mauidzah hasanah*, dimana dalam menentukan materi dakwah, akun tersebut bersumber pada cerita-cerita yang dimuat dalam Al-Qur'an.

Pertama, postingan tentang Kota Thaif, yang menjelaskan tentang kondisi geografis kota tersebut, Thaif sebagai kota yang kokoh dan kuat, kota yang subur dan kaya, kota industri dimana terkenal dengan industri buah anggur, hingga Thaif yang kala itu merupakan kota penyembah berhala. Jika dilihat lebih jauh, Kota Thaif pernah disebutkan dalam Al-Qur'an, tepatnya pada Surah Az-Zukhruf ayat 31 yang berbunyi²² :

وَقَالُوا لَوْلَا نُزِّلَ هَذَا الْقُرْآنُ عَلَىٰ رَجُلٍ مِّنَ الْقَرْيَتَيْنِ عَظِيمٍ

Artinya : Dan mereka berkata: “Kenapa Al-Qur'an ini tidak diturunkan kepada seseorang yang besar dari salah satu dua negeri (Makkah dan Thaif) ini?”

²⁰ Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 16.

²¹ Munir, *Metode Dakwah*, 291.

²² “Surat Az-Zukhruf Ayat 31 Arab, Latin, Terjemahan dan Tafsir,” *tafsirweb.com*, diakses Desember 30, 2022, <https://tafsirweb.com/9227-surat-az-zukhruf-ayat-31.html>.

Kedua, postingan yang membahas tentang ayah dan pendidikan anak. Postingan ini menjelaskan tentang kondisi di zaman sekarang dimana pendidikan anak selalu dikaitkan dengan ibu-nya. Sementara ayah dianggap sebagai sosok yang cukup berperan sebagai pencari nafkah. Padahal merujuk pada penjelasan dan Al-Qur'an, banyak kisah terdahulu yang dapat menjadi panduan ayah dalam mendidik anaknya. Seperti cerita Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail, Nabi Yaqub dan Nabi Yusuf, Luqmanul Hakim, Nabi Zakaria dan Yahya, dsb. Selain dalam Al-Qur'an, postingan tersebut juga menjelaskan, jika kita menggali ke dalam Hadits-hadits, kisah para sahabat, dan cerita-cerita sejarah Islam, maka banyak contoh luar biasa terkait bagaimana peran ayah dalam mendidik anaknya. Sebagai contoh, salah satu kisah hubungan ayah dengan anak ini disebutkan dalam Surah Al-Baqarah ayat 132 yang berbunyi;²³

وَوَصَّىٰ بِهَا إِبْرَاهِيمُ بَنِيهِ وَيَعْقُوبُ بَنِيَّ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَىٰ لَكُمْ الدِّينَ فَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ

Artinya : Dan Ibrahim sudah mewasiatkan ucapan tersbut kepada para anaknya, begitu pula Yaqub. (Ibrahim berkata): “Hai anak-anakku! Sejatinya Allah telah memilih agama ini bagimu, maka janganlah kamu mati kecuali dalam memeluk agama Islam”

Ketiga, postingan yang membahas tentang 6 fakta menarik Perang Badar. Diantaranya latar belakang terjadinya dikarenakan direbutnya harta benda sahabat yang sedang berhijrah oleh para Kaum Quraisy, Jumlah pasukan yang jomplang dimana pasukan Quraisy lebih banyak, diadakannya rapat tingkat tinggi oleh para pengikut Rasulullah, Perang Badar menjadi bukti nyata loyalitas kaum Anshar yang tak tertandingi, diadakan diskusi untuk lokasi *camp* kaum Muslim, dan fakta terakhir ialah bagaimana Perang Badar diceritakan dalam Al-Qur'an . Karenanya, pengambilan tema Perang Badar ini juga mengacu pada

²³ “Surat Al-Baqarah Ayat 132 Arab, Latin, Teremah dan Tafsir,” *tafsirweb.com*, diakses Desember 30, 2022, <https://tafsirweb.com/574-surat-al-baqarah-ayat-132.html>.

disebutkannya perang ini dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 123-126.

Melihat contoh-contoh postingan yang disebutkan diatas, maka sudah jelas proses dakwah pada akun @islamichistories digolongkan sebagai *mauidzah hasanah*. Hal ini mengacu pada pesan dakwahnya yang berupa sejarah Islam. Pesan-pesan sejarah Islam yang disampaikan juga berasal dari berbagai kisah yang diceritakan dalam Al-Qur'an maupun Hadits.

3. Analisis Tentang Respon Followers Terhadap Penyampaian Sejarah Islam di Akun @Islamichistories

Respon *followers* terhadap penyampaian dakwah sejarah Islam di akun Instagram @islamichistories dapat menjadi tolok ukur terhadap keberhasilan strategi komunikasi massa yang dilakukan. Adapun menurut Nur dan Armando, terdapat tiga sikap atau *attitude* dari masyarakat dalam memberikan respon atau tanggapan terhadap sesuatu yang diunggah di Instagram, diantaranya adalah *effect*, *judgement*, dan *appreciation*.

Effect, merupakan respon berupa emosi atau perasaan yang ditunjukkan oleh masyarakat dalam bentuk verbal.²⁴ Respon ini dapat terlihat melalui komentar-komentar pada setiap postingan. Mulai dari komentar yang setuju terhadap postingan tersebut hingga menuliskan dukungannya terhadap akun @islamichistories, komentar yang tidak setuju dengan postingan tersebut dan memberikan pandangannya yang berbeda, juga komentar berupa pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan tema yang sedang dibahas.

Judgement, merupakan suatu tanggapan yang evaluatif terhadap penulis maupun pesan yang disampaikan.²⁵ Respon ini dapat dilihat dari komentar *netizen* yang menuliskan pengetahuan yang dimilikinya kaitannya dengan materi yang sedang menjadi pembahasan. Hal ini dapat menjadi evaluasi

²⁴ Adam Muhammad Nur and Armando Satriani Hadi, "Realisasi Appraisal Dalam Aspek Attitude Pada Media Online Instragram," *Jurnal Sasindo Unpam* 3, no. 2 (2016): 19, diakses pada 10 Januari 2022, <http://dx.doi.org/10.32493/sasindo.v3i2.15-24>.

²⁵ Nur dan Hadi, "Realisasi Appraisal dalam Aspek Attitude pada Media Online Instragram," 19.

terhadap kelengkapan materi yang disampaikan, serta memberikan tambahan referensi baru bagi pendiri akun @islamichistories dalam penyampaian dakwah sejarahnya.

Appreciation, merupakan penilaian dan tanggapan terhadap sesuatu yang disampaikan.²⁶ Respon ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan *followers*. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat dua hal yang menjadi sorotan *followers* dalam memberikan penilaian dan tanggapannya terhadap akun @islamichistories. Yakni penggunaan bahasa dan materi yang disampaikan. Dari segi penggunaan bahasanya, narasumber pertama, Hasby Ridhallah, menyampaikan akun @islamichistories menggunakan bahasa kekinian yang seru dan ringan, sehingga tidak memberatkan otak. Hal senada juga dikemukakan oleh narasumber kedua, Ahmad Fauzy yang mengatakan penggunaan bahasa dalam akun tersebut tidak kaku dan membosankan. Serta dakwahnya yang terkesan seperti *story telling*, dengan menyampaikan sesuatu secara santai dan terkesan akrab.

Sementara itu, dari segi penyampaian materinya, narasumber pertama mengatakan akun tersebut menarik perhatiannya karena pembahasannya berfokus pada hikmah terjadinya suatu peristiwa sejarah Islam, dibandingkan menceritakan peristiwa bersejarah yang harus banyak menghafal nama dan angka. Adapun menurut narasumber ketiga, Jundullah, yang menarik dari akun @islamichistories ialah selalu menyertakan sumber rujukan terhadap apa yang disampaikan. Akun @islamichistories juga menceritakan peristiwa sejarah Islam dari berbagai versi.

Tak sampai disitu, tiga dari dua narasumber juga menyebutkan postingan yang paling berkesan menurutnya. Hasby Ridhallah menyebutkan postingan “Siapa Sebenarnya yang Mengkhianati Nabi Isa? (Sudut Pandang Islam)” sebagai postingan paling berkesan baginya. Baginya pembahasan dalam postingan ini ialah *untold story* yang sangat penting, namun belum banyak menjadi fokus pembahasan dalam buku-buku dan sejarah populer. Menurutnya, sudut pandang itu penting. Perbedaan sudut pandang dalam memahami cerita

²⁶ Nur dan Hadi, “Realisasi Appraisal dalam Aspek Attitude pada Media Online Instragram,” 20.

yang sama, dapat menghasilkan *output* pembelajarn yang berbeda. Adapun Ahmad Fauzy menyebutkan postingan “Kalau Mau Belajar Sejarah Islam, Mulainya dari Mana”, sebagai postingan yang berkesan baginya. Postingan tersebut membantunya sebagai orang awam yang ingin mulai mempelajari sejarah Islam.

