

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

Ada beberapa kajian teori yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @dawuhguru.

1. Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) merupakan sebuah upaya untuk menjelaskan berbagai informasi yang berada di balik data yang telah disajikan di media atau teks. Analisis isi juga dapat diartikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis suatu isi dari sebuah teks, yang dimaksud “isi” di sini berupa kata, makna, gambar, simbol atau tanda, ide, tema, atau beberapa pesan yang dikomunikasikan.¹

Metode penelitian dalam analisis isi tidak harus menggunakan objek manusia sebagai penelitian. Analisis isi dapat menggunakan simbol atau teks yang ada dalam media, simbol atau teks ini nantinya yang akan dianalisis sebagai objek penelitian. Sumber data dalam sebuah penelitian tidak harus berupa manusia bisa saja bersumber pada media massa. Media massa sendiri meliputi media cetak dan media elektronik. Berbagai informasi yang terdapat di media massa dapat dijadikan sebagai topik atau masalah dalam penelitian.² Menurut beberapa tokoh analisis isi diartikan sebagai berikut:

1) Analisis isi menurut Holsti

Suatu teknik menarik kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik suatu pesan secara objektif dan sistematis.

2) Analisis isi menurut Berelson

Suatu teknik penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis isi komunikasi secara objektif dan sistematis.

¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

3) Analisis isi menurut Stone

Suatu teknik penelitian untuk membuat rujukan sebagai pengenalan karakteristik di dalam teks secara sistematis dan objektif.

4) Analisis isi menurut Krippendorff

Suatu teknik penelitian untuk membuat kesimpulan dengan data yang valid dan dapat dijadikan contoh, data tersebut bersumber dari konteks isi.³

Dalam menganalisis sebuah isi, peneliti dapat memperoleh suatu keterangan dari isi komunikasi. Keterangan atau penjelasan ini disampaikan dalam bentuk tanda, simbol, dan lambang. Analisis ini dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti, surat kabar, buku, puisi, lagu, dan sebagainya. Inti dasar dari penelitian analisis isi adalah pesan (*message*).

Menurut Leewun dan Jewit pesan itu sendiri meliputi *words, action, and pictures*, sehingga peneliti memiliki lingkup yang luas untuk menggali masalah-masalah yang terdapat dalam objek penelitian komunikasi.⁴ Teknik penelitian ini diterapkan untuk mendapatkan pandangan mengenai isi pesan komunikasi yang dapat berupa pesan-pesan dakwah seperti, akhlak, akidah, dan syari'ah.

Metode analisis isi dianggap tepat untuk digunakan dalam bidang ilmu komunikasi karena yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah isi pesan yang terdapat dalam media komunikasi. Cara kerja metode ini dianggap hampir sama dengan metode survey, yang membedakan dari metode keduanya adalah objek penelitian. Pada metode survey objek penelitiannya berupa orang atau individu, sedangkan metode analisis isi yang menjadi objek adalah isi pesan.

Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu cara mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus dari suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam analisis isi adalah:

³ Jurnal Ahmad.Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi* 5, no. 9, (2018), 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>

⁴ Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2014)

1) Seleksi Data

Dalam langkah ini, keseluruhan teks dibuat seperti kesimpulan, kemudian memilih teks yang berhubungan langsung dengan tema atau judul.

2) Menentukan Unit Analisis

Setelah melakukan analisis, beberapa pesan yang terkandung dalam teks dapat peneliti catat di buku atau media lainnya. Peneliti dapat melakukan seleksi dengan membaca setiap *quotes* yang terdapat pada foto atau video pada akun Instagram @dawuhguru, kemudian mengkatgeorikan *quotes* tersebut dalam pesan-pesan dakwah.

3) Mengembangkan Kategori-kategori isi

Kategori yang telah dibuat dapat dikembangkan menjadi bagian-bagian yang selanjutnya dikelompokkan sehingga dapat sesuai dengan setiap kategorinya.

4) Analisis Data

Setelah menjadi beberapa kategori yang menjadi bagian dari data kualitatif, bentuk kategori tersebut dijadikan petunjuk terhadap apa yang dikomunikasikan dan menentukan banyaknya pesan-pesan tersebut disebutkan.⁵

b. Syarat Analisis Isi

Teknik analisis isi dapat diterapkan jika telah memenuhi beberapa syarat seperti di bawah ini:

1. Data atau objek yang akan diteliti merupakan hasil dari data yang telah terdokumentasi, seperti koran, buku, catatan, dan lain-lain.
2. Terdapat keterangan yang digunakan sebagai pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menjelaskan mengenai data dan metode pendekatannya.
3. Peneliti dapat mengolah data yang telah dikumpulkan karena beberapa dokumentasi memiliki ciri yang khas.

c. Tujuan Analisis Isi

1. Menggambarkan Karakteristik Pesan (*Describing the Characteristic of Message*)

Analisis isi banyak dimanfaatkan untuk menggambarkan karaktersitik dari sebuah pesan. Menurut Holsti, analisis isi dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*” dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan “*what*” dalam

⁵ Eriyanto. *Analisis Isi*. (Jakarta : Prenada Media Group, 2021)

analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang apa isi dari suatu pesan, tren, dan perbedaan pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan “*to whom*” digunakan untuk menguji kebenaran mengenai isi suatu pesan yang ditujukan kepada khalayak yang berbeda. Pertanyaan “*how*” digunakan untuk menggambarkan suatu bentuk atau teknik-teknik pesan. Dalam analisis isi terdapat empat cara yang dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik suatu pesan.

a) Menggambarkan suatu pesan

Analisis isi menggambarkan pesan dari sumber yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Analisis isi biasanya digunakan untuk menggambarkan tren suatu pesan. Untuk menerapkan cara ini yang dilakukan peneliti adalah mengambil suatu kasus dan sumber, kemudian melihat perbedaan pesan dari satu waktu ke waktu yang lain. Dengan cara ini nantinya akan dapat terlihat tren perubahan dari suatu pesan.

b) Melihat sebuah pesan dari situasi yang berbeda

Situasi yang dimaksud adalah berupa konteks yang berbeda seperti politik, sosial, dan budaya. Dalam menggunakan analisis isi peneliti dapat memasukkan pesan dari sumber yang sama, tetapi dalam situasi yang berbeda. Cara ini biasanya digunakan peneliti untuk melakukan perbandingan isi pesan antar negara atau antar budaya.

c) Melihat pesan dari khalayak berbeda

Khalayak meliputi pembaca, pendengar atau pengguna media yang memiliki karakteristik yang berbeda. Cara menerapkan analisis ini adalah memasukkan pesan dari sumber yang sama, tetapi untuk khalayak yang berbeda, contohnya adalah peneliti yang berusaha untuk melihat perbedaan dari isi berita untuk pembaca dengan segmen yang berbeda. Yang menjadi fokus dari cara ini adalah melihat isi pesan yang berbeda untuk khalayak yang berbeda pula.

d) Melihat pesan dari komunikator yang berbeda

Cara ini digunakan para peneliti ketika ingin melihat suatu kejadian yang sama dan mengetahui

bagaimana cara setiap komunikator menghasilkan isi (*content*) yang berbeda dari kasus yang sama, contohnya adalah pemberitaan media atas suatu kejadian atau kasus.

2. Menarik Kesimpulan dari Suatu Pesan

Analisis isi juga dapat digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Fokus di sini bukanlah deskripsi dari sebuah pesan, melainkan jawaban dari pertanyaan mengapa pesan (isi) bisa muncul dalam bentuk tertentu.⁶

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah dalam Bahasa arab terdiri dari huruf و, ع, د (*dal*, 'ain, dan wawu) yang memiliki arti kecenderungan sesuatu yang disebabkan oleh suara dan kata-kata. Dari kata Bahasa arab tersebut dapat digabungkan menjadi kata (*da'a-ya'udu-da'watan*) yang berarti menyeru, memanggil, mengajak.⁷

Dalam Al-Qur'an terdapat beberapa kata yang memiliki arti hampir sama dengan dakwah, yaitu *tabligh*, *nasihat*, *tarbiyah*, *tabsyir*, dan *tanzdir*. Menurut Syeikh Ali Mahfuzh dakwah adalah suatu kegiatan mendorong manusia supaya melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk dari Allah SWT dan mencegah untuk melakukan keburukan. Dakwah dapat diartikan sebagai menyerukan ajaran agama islam yang memiliki tujuan supaya orang tersebut juga melaksanakan ajaran agama islam dengan sepenuh hati. Para ulama mendefinisikan dakwah berbeda-beda, adapun dakwah menurut para ulama adalah:

1) Menurut Ali Makhfud

Dalam kitabnya "*Hidayatul Mursyidin*" dakwah adalah kegiatan yang mendorong manusia untuk melakukan kebajikan dan mencegah keburukan agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

2) Menurut Muhammad Khidr Husain

Dalam bukunya "*al-Dakwah ila al-Islah*" dakwah adalah usaha untuk memotivasi orang agar mengikuti jalan sesuai dengan petunjuk agama dan menerapkan amar ma'ruf nahi munkar.

⁶ Eriyanto, *Analisis Isi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2021), 32-41

⁷ Mustaffirin, *Dakwah Bi Al-Qalam Nabi Muhammad SAW* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2022), 10.

3) Menurut Ahmad Ghalwasy

Dalam bukunya “*ad Dakwah al-Islamiyyah*” ilmu dakwah adalah ilmu yang dipakai untuk mengetahui berbagai cara dalam menyampaikan ajaran islam, baik itu akidah, akhlak, dan syariah.

4) Menurut Toha Yahya Oemar

Dakwah adalah kegiatan mengajak manusia kepada jalan yang benar dan sesuai dengan perintah Allah SWT untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.⁸

5) Menurut Quraish Shihab

Dakwah ialah seruan atau ajakan kepada kebaikan atau usaha untuk mengubah manusia menjadi lebih baik, baik terhadap pribadi ataupun lingkungan sekitar. Hakikat dakwah berdasarkan Al-Qur’an sebagai sumber ajaran islam terdapat pada QS. An-Nahl: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ
(التَّحْلُ: ١٢٥)

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.⁹ (Q.S An- nahl:125)

Dari ayat tersebut, hakikat dakwah dapat dirumuskan sebagai suatu kewajiban mengajak manusia dengan cara *hikmah*, *mau'idhah hasanah*, dan *mujadalah* untuk menuju ke jalan Allah SWT. Kegiatan dakwah harus dilakukan dengan serius dan juga dituntut secara sistematis dan akademis, karena kegiatan dakwah dilihat dari segi pelakunya.¹⁰

⁸ Wahyu Illahi M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 15

⁹ Qur'an Kemenag Q.S An-Nahl ayat 125
<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=125&to=128> diakses pada 26 Oktober 2023

¹⁰ Yuli Umro'atin, *Dakwah Dalam Al-Qur'an* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020), 15-19

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah sebagai berikut:

1) Da'i

Da'I merupakan seseorang yang bertugas menyampaikan dakwah baik secara lisan, tulisan, maupun tingkah laku. Baik dilakukan secara individu, kelompok atau melalui sebuah organisasi kelembagaan. Menjadi seorang da'I harus memenuhi syarat berikut: Menguasai kandungan Al-Qur'an dan Hadits, menguasai hal-hal yang berhubungan dengan tugas seorang da'I, menguasai ilmu pengetahuan dan ilmu agama, taqwa kepada Allah SWT.

2) Mad'u

Mad'u adalah seorang atau sekelompok orang yang menjadi objek atau sasaran pada kegiatan dakwah. Seluruh manusia tanpa terkecuali dapat menjadi seorang mad'u tanpa memandang jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dan lain sebagainya. Hal tersebut sesuai dengan agama islam yang memiliki sifat universal. Jika ditinjau dari kerisalahan Rasulullah SAW objek dakwah dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

Pertama, golongan umat yang belum dapat menerima, menyakini, dan mengamalkan ajaran agama islam. *Kedua*, umat *ijabah* yaitu golongan umat memeluk agama islam secara Ikhlas, dan umat *ijabah* berkewajiban untuk berdakwah kepada orang lain.¹¹

c. Tujuan Dakwah

Tujuan dari dakwah adalah menyampaikan atau menyerukan sebuah kebenaran ajaran agama islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits, dan tidak lupa juga mengajak manusia untuk mengamalkannya. Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua, tujuan dakwah berdasarkan materi dan tujuan dakwah berdasarkan objek dakwah. Dari aspek objek dakwah terdapat empat tujuan yaitu: tujuan individu, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan untuk seluruh manusia di dunia.

Menurut Masyhur Amin, tujuan dakwah dari aspek materi memiliki tiga tujuan yaitu: *Pertama*, tujuan akidah yaitu tertanamnya keyakinan dalam hati manusia. *Kedua*, tujuan hukum, bertujuan membentuk umat manusia yang

¹¹ Syamsuddin, *Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 13-14

tidak melanggar hukum-hukum yang telah ditentukan oleh Allah SWT. *Ketiga*, tujuan akhlak, yaitu terwujudnya muslim yang berakhlakul karimah. Hakikat dari dakwah sendiri adalah dakwah islam dapat dijadikan sebagai aktivitas mengajak kepada jalan islam atau jalan yang benar, dalam Al-Qur'an sudah dijelaskan dan gambaran dalam Surah Fushshilat (41) ayat 33:¹²

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ
الْمُسْلِمِينَ (فصّلت: ٤١)

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan kebajikan, dan berkata, “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?”¹³ (Q.S Fushshilat : 41)

d. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. dalam hal ini yang dijadikan sebagai pesan dakwah adalah ajaran tentang islam itu sendiri. Materi yang disampaikan bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits, baik disampaikan secara lisan maupun tertulis.¹⁴

Al-Qur'an dan Hadits merupakan dua sumber pokok ajaran islam yang keseluruhan isinya merupakan materi dakwah. Selain dari dua sumber tersebut, materi dakwah juga dapat diambil dari sumber lainnya seperti ijma' dan qiyas. Menurut M. Hafi Anshari, dalam Al-Qur'an dan Hadits pesan dakwah dibagi menjadi tiga yaitu, Akidah, syariah, dan akhlak.¹⁵

1) Pesan Akidah

Akidah adalah keyakinan seseorang kepada sesuatu tanpa ada keraguan di dalamnya. Akidah juga dipahami sebagai ajaran yang membahas tentang keimanan. Dalam hidup manusia akidah memiliki posisi teratas karena

¹² Syamsuddin, Sosiologi Dakwah (Jakarta: Kencana, 2016).11-12

¹³ Qu'an Kemenag Q.S Fushshilat ayat 33
<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/41?from=33&to=54> diakses pada 04 November 2023

¹⁴ Wahyu Illahi M. Munir, Manajemen Dakwah (Jakarta: Kencana, 2006), 19

¹⁵ Abdul Wahid. *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. (Jakarta : Prenamedia Grup, 2019)

menentukan arah dan tujuan hidup manusia. Akidah sendiri meliputi keimanan kepada Allah SWT, malaikat, rasul, kitab-kitab, hari kiamat, serta qadha dan qadar. Seperti yang dijelaskan oleh hadits di bawah ini:

الايمان أن تؤمن بالله وملائكته ورسوله واليوم الآخر والقدر خيره وشره (رواه مسلم)

Artinya: Iman ialah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk. (H.R. Muslim)

Inti dari keimanan adalah percaya terhadap adanya hubungan manusia dengan tuhan yang harus ditaati yaitu dengan melakukan kewajiban-kewajibannya. Dalam bidang Akidah tidak hanya mempelajari hal-hal yang wajib diimani, tetapi juga mempelajari hal-hal yang harus dihindari, karena merupakan larangan dalam agama islam.¹⁶

Iman berkaitan erat dengan akal dan wahyu. Orang yang memiliki iman yang kuat cenderung akan berbuat baik, karena ia mengetahui mana perbuatan yang baik dan buruk. Iman yang kuat dapat mendorong setiap orang untuk berbuat amal shaleh. Posisi inilah yang berkaitan dengan *amar ma'ruf nahi munkar* yang dapat menjadi tujuan utama dari dakwah.

2) Pesan Syari'ah

Hukum atau syari'ah sering kali disebut sebagai cermin dari peradaban, ketika ia tumbuh dengan matang dan sempurna maka peradaban akan mencerminkan dirinya dengan hukun-hukumnya. Syari'ah merupakan ajaran islam yang bersifat *universal*, dimana di dalamnya membahas mengenai hak-hak kaum muslim dan non muslim bahkan mencakup seluruh umat manusia.¹⁷

Syari'ah berhubungan erat dengan amal manusia, karena memberikan aturan antara manusia dengan tuhan dan aturan manusia satu dengan manusia yang lain. Syari'ah mencakup ibadah kepada Allah yang

¹⁶ Mustofa Hilmi, "Humor Dalam Pesan Dakwah," Jurnal Ilmu Dakwah 38. No. 1 (2018): 101-2

¹⁷ Wahyu Illahi M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 26-27

meliputi salat, puasa, zakat, haji, dan ibadah-ibadah lainnya. Sebagaimana dengan hadits di bawah ini:

الاسلام أن تعبد الله ولتشارك به شيئاً وتقيم الصلاة وتؤدي الزكاة

المفروضة وتصوم رمضان وتحج البيت (رواه البخاري مسلم)

Artinya: Islam adalah bahwasannya engkau menyembah kepada Allah, dan janganlah engkau mempersekutukan-Nya dengan suatu pun, mengerjakan shalat, membayar zakat-zakat yang wajib, berpuasa pada bulan Ramadhan, dan menunaikan ibadah haji di Makkah Baitullah. (H.R. Bukhari Muslim)

Pengertian syariat memiliki dua hubungan yaitu hubungan antara manusia dengan tuhan yang disebut ibadah dan hubungan manusia dengan manusia yang lain yang disebut mu'amalah.

- a) Ibadah, berasal dari kata ibada' yang berarti menyembah. Sedangkan secara istilah ibadah berarti ketundukan seseorang kepada keagungan dan kekuasaan tuhan.
- b) Mu'amalah, secara bahasa mu'amalah berasal dari kata *amala-yuamilu-muamalatan* yang memiliki arti bertindak, saling berbuat, dan saling mengalahkan. Sedangkan mu'amalah menurut istilah adalah segala peraturan terhadap hubungan dengan manusia dengan kehidupannya. Mu'amalah jauh lebih luas daripada ibadah, berikut adalah alasannya:
 - a) Dalam Al-Qur'an atau Hadits banyak yang menjelaskan tentang mu'amalah.
 - b) Adanya pernyataan jika ibadah waktunya bersamaan dengan mu'amalah maka ibadah boleh diperpendek atau ditunda (bukan ditinggalkan).
 - c) Ibadah yang mengutamakan kepentingan sosial mendapatkan pahala yang lebih besar daripada ibadah yang bersifat individual.
 - d) Jika ibadah yang dilakukan tidak sempurna atau batal karena melanggar hukum maka tebusannya adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan mu'amalah. Sebaliknya, jika orang tidak

baik dalam mu'amalahnya maka urusan ibadah tidak akan menutupi.¹⁸

c) Pesan Akhlak

Akhlak menurut bahasa berasal dari kata *Al-Khuluk* yang berarti tabiat, perangai, tingkah laku, kebiasaan, dan kelakuan. Sedangkan akhlak menurut istilah adalah sifat atau perilaku yang tertanam dalam diri manusia yang dapat berupa sikap baik dan sikap buruk. Menurut Ibnu Maskawaih, akhlak adalah perilaku yang terdapat dalam diri manusia yang mendorongnya untuk melakukan perbuatan tanpa adanya pemikiran dan pertimbangan.

Akhlak berkaitan erat dengan perbuatan. Jika kita melakukan suatu perbuatan baik maka kita dapat diartikan memiliki akhlak yang baik, begitu pula sebaliknya, jika kita melakukan suatu perbuatan yang buruk, maka kita dianggap memiliki akhlak yang buruk pula.¹⁹ Akhlak dapat menyempurnakan keimanan dan keislaman seseorang. Pesan akhlak menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan setiap manusia.²⁰

Secara garis besar akhlak dibagi menjadi dua yaitu: *Pertama*, akhlak mahmudah (*fadhilah*), adalah segala sikap atau perilaku yang baik. *Kedua*, akhlak mazmumah (*qabihah*), adalah segala sikap atau tingkah laku yang buruk atau kurang baik. Imam Al-Ghazali menggunakan istilah "*munjiyat*" untuk akhlak mahmudah dan "*muhlikat*" untuk akhlak mazmumah. Dalam ilmu tasawuf juga dikenal dengan istilah: *takhalli*, *tahalli*, dan *tajalli*. *Takhalli* adalah membersihkan jiwa dari perbuatan yang kotor. *Tahalli* adalah menghias diri dengan perbuatan yang baik dan terpuji. Sedangkan *tajalli* adalah dengan hati yang suci dan perbuatan yang

¹⁸ Anis Fitriani, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah," 2018, 33–35. (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah), diakses pada 26 Oktober 2023

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42476>

¹⁹ Sri Wahyu & Mohammad Alawi Wardani, "Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Religius 'Bulan Terbelah Di Langit Amerika,'" *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XIII, no. 2 (2021): 199..DOI: [10.20414/jurkom.v13i2.4568](https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i2.4568)

²⁰ Mustofa Hilmi, "Humor Dalam Pesan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38, no. 1 (2018), 103

baik kita akan merasakan jika Allah SWT terdapat dalam hati kita.²¹

e. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran islam kepada *mad'u*. Para ulama menggunakan berbagai media untuk menyampaikan dakwah. Hamah ya'qub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu:

- a) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana karena hanya menggunakan lidah dan suara, contohnya adalah pidato, ceramah, kuliah, dan sebagainya.
- b) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar, dan sebagainya.
- c) Lukisan adalah media dakwah yang disampaikan melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d) Audiovisual adalah media dakwah yang dapat dinikmati oleh indra pendengaran, penglihatan, atau keduanya, seperti televisi, film, internet, dan sebagainya.
- e) Akhlak adalah media dakwah melalui perilaku yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dilihat secara langsung dan dapat didengarkan oleh *mad'u*.²²

3. Media Sosial

a. Sejarah Media Sosial

Sejarah sosial media dimulai pada tahun 70-an ditandai dengan ditemukannya sistem papan bulletin yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dengan orang lain melalui surat elektronik. Surat elektronik dapat diunggah dan diunduh melalui perangkat lunak, semua ini masih dilakukan menggunakan telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1995 munculah situs *GeoCities*, *GeoCites* melayani penyewaan penyimpanan data-data *website* agar *website* dapat diakses darimana saja, atau dapat disebut dengan istilah web hosting. *GeoCites* menjadi sejarah awal berdirinya *website*. Pada tahun 1997 sampai 1999 adalah awal mula muncul sosial media yang pertama yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Secara bersamaan di tahun tersebut juga muncul situs blog pribadi yaitu *Blogger*.

²¹ Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan, *Ilmu & Aplikasi Pendidikan* (Imperial Bhakti Utama, 2007), 22

²² Wahyu Illahi M. Munir. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta : Kencana, 2006), 25-26

Blogger ini dapat kita manfaatkan untuk membuat halaman situs kita sendiri.

Pada tahun 2002 munculah Friendster yang menjadi sosial media paling *booming* dan sempat menguasai sosial di era tersebut. Setelah itu pada tahun 2003 hingga saat ini sudah bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihannya sendiri-sendiri, seperti *LinkedIn*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google+*, dan lain sebagainya.²³

b. Pengertian Media Sosial

Media sosial (*Social Networking*) merupakan media online yang dapat digunakan dengan mudah dan setiap penggunanya dapat ikut berperan dan menciptakan isi media sosial yang meliputi *blog*, *social network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual, dan jejaring sosial, media sosial tersebut merupakan media sosial yang paling banyak penggunaannya di seluruh dunia.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial dapat diartikan “sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan terciptanya dan pertukaran *user-generated content*”.

Sementara itu jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang dapat membuat *web page* pribadi sehingga dapat terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan dapat terjalinnya proses komunikasi. *Facebook*, *MySpace*, *Twitter*, dan *Instagram* merupakan jejaring sosial terbesar sampai saat ini. Adanya media sosial dapat menarik Masyarakat untuk ikut serta berkontribusi dan memberikan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.²⁴

d. Jenis-jenis Media Sosial

1) *Social Networking*

Social networking merupakan tempat untuk berinteraksi melalui sosial media. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaannya membentuk

²³ Cahyono, Anang Sugeng (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, 143 <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>

²⁴ R. Nunung Nurwati, & Meilanny Budiarty Santoso Wilga Secsio Ratsja Putri, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja." *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (n.d): 50

sebuah jaringan pertemanan yang baru. Terbentuknya jaringan pertemanan dipengaruhi oleh kesamaan hobi atau bisa dikatakan sefrekuensi. Contoh dari jaringan sosial adalah *Facebook* dan *Instagram*.

2) *Blog*

Blog merupakan sosial media yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, menulis sebuah informasi atau ilmu pengetahuan. *Blog* juga dapat digunakan sebagai media untuk mengumpulkan tugas kuliah.

3) *Microblogging*

Microblogging adalah jenis sosial media dapat digunakan untuk menulis dan mengunggah aktivitas mereka. Secara historis, kehadiran dari *Microblogging* tidak jauh dari munculnya *twitter* yang hanya memberikan ruang maksimal 140 karakter.

4) *Media Sharing*

Sosial media ini dapat digunakan untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari jenis media ini adalah *Youtube*, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snapfish*.

5) *Social Bookmarking*

Sosial media ini bertugas untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs *social bookmarking* yang paling populer di Indonesia adalah *LintasMe*.

6) *Wiki*

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs yang diproduksi secara bersama dan setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting konten yang telah dipublikasikan.²⁵

Instagram merupakan salah satu media sosial yang termasuk dalam *Social Networking*. Dimana didalamnya terjalin komunikasi lewat sosial media seperti kegiatan dakwah. Dakwah dalam media sosial diberi kesempatan untuk saling menjalin komunikasi, baik lewat kolom komentar ataupun *Direct Message*.

²⁵ Dinda Sekar & Reni Nuraeni Puspitarini, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif PadaHappy Go Lucky House)," Jurnal Common 3, no. 1 (2019): 73-74

4. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*” dan “*gram*” yang berasal dari kata “*telegram*”. Dari kata tersebut masing-masing memiliki arti sendiri, untuk kata “*instan*” atau “*insta*” berarti jika Instagram dapat menampilkan foto-foto secara cepat dan singkat, sedangkan untuk kata “*gram*” berarti cara kerja Instagram dinilai sama dengan cara kerja telegram. Telegram dapat menyebarkan informasi dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto sehingga informasi dapat tersampaikan dengan cepat. Oleh karena itu Instagram berasal dari kata “*instan*” dan “*telegram*”.²⁶

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk membagikan sebuah foto atau video. Instagram saat ini sudah berinovasi sehingga dapat terhubung langsung dengan *facebook*. Inovasi tersebut dapat memungkinkan teman *facebook* dapat mengetahui akun kita sehingga mereka dapat kapan saja untuk mengikui akun yang kita miliki. Kepopuleran yang telah berhasil dicapai oleh Instagram akhirnya menjadikan aplikasi tersebut sebagai salah satu media sosial untuk berdakwah, dimana para pengguna aplikasi tersebut bisa mengunggah konten dakwah baik berupa foto atau video yang dikemas semenarik mungkin.²⁷

b. Fitur-fitur Instagram

Instagram memiliki lima menu utama yang ditampilkan di beranda Instagram. Sehingga saat kita masuk kita akan langsung melihat lima fitur tersebut. Lima fitur tersebut diantaranya adalah:

1) *Home*

Ketika baru masuk ke aplikasi Instagram, kalian akan diarahkan ke halaman home. Di halaman ini terdapat seluruh *feed post* (postingan) yang diunggah oleh semua akan yang kalian *follow* atau kalian ikuti, baik unggahan tersebut dalam bentuk foto, maupun video.

²⁶ Dewi Untari & Dewi Endah Fajariana, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)," *Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2, no. 2 (2018): 274

²⁷ Irfan & Anatasya Maharani Ardiansah, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing* (Bandung: Cendekia Press, 2020), 22

Jika kalian hanya mengikuti satu orang, maka dalam halaman Instagram nantinya akan diperbarui setiap saat dengan menampilkan postingan dari akun-akun yang lain. Jika kalian ingin melihat konten atau postingan yang dibuat oleh satu akun, maka kalian bisa masuk ke dalam akun profil mereka.

2) *Explore*

Fitur ini digunakan untuk mencari konten berdasarkan kata kunci tertentu. Setelah membuka fitur *explore* kalian akan melihat konten-konten yang sedang viral atau yang sering kalian tonton saat membuka Instagram. Isi dari fitur *explore* dapat kalian perbarui kapan saja, karena positngan yang akan keluar selalu berbeda tiap kali kalian perbarui. Selain itu, fitur *explore* dapat kalian gunakan untuk mecari akun, reels, audio, tagar, dan tempat dengan cara ketik akun atau kata kunci lainnya yang ingin kalian cari.

3) *Reels*

Dalam fitur *reels* kalian dapat merekam dan mengedit video pendek yang kalian miliki. Selain itu, kalian dapat belajar untun menambahkan musik, efek, dan memindahkan suara ke dalam klip yang kalian rekam, kalian juga dapat mengatur siapa saja yang dapat melihat reels atau siapa saja yang menggunakan audio yang kalian buat. Biasanya dalam *reels* banyak sekali menampilkan video-video dakwah baik video yang terdapat da'i atau hanya sebatas kata-kata bijak yang disampaikan oleh seorang da'i.

4) Membagikan foto dan video

Dengan fitur ini kalian dapat menggunakan Instagram untuk berbagi foto atau video. Sebelum mengunggah foto kalian juga dapat menambahkan efek, lokasi, menandai akun teman anda, dan menambahkan lagu. Ketika mengunggah foto kalian dapat langsung mengunggah dengan jumlah banyak, paling banyak 10 foto.

5) *Profil*

Di dalam fitur ini kalian dapat menemukan foto, video, dan pengaturan akun kalian di Instagram. Dalam fitur ini kalian dapat melihat apapun yang sudah kalian

bagikan, melihat daftar orang yang mengikuti kalian, dan dapat melihat akun yang kalian ikuti.²⁸

Selain lima fitur utama tersebut, Instagram memiliki fitur pendukung lainnya. Fitur ini sebagai pelengkap untuk meningkatkan kreativitas pengguna supaya menarik minat penonton. Adapun fitur-fitur tersebut antara lain:

6) *Instagram Stories*

Fitur ini menjadi salah satu fitur favorit pengguna Instagram, karena dalam fitur ini selain untuk mengunggah foto atau video aktivitas kita, kita juga dapat melakukan promosi lewat Instagram stories. Indonesia menjadi *Instagram stories creator* terbesar di dunia dan sudah ada 400 juta Instagram stories yang sudah diunggah.

Fitur ini biasanya digunakan para dai'I untuk membagikan jadwal-jadwal kajian mereka, membagikan cuplikan video dakwah, serta mengunggah foto dengan disertai *quotes* Islami, masa mengunggah foto atau video dalam story hanyalah 24 jam setelah 24 jam story akan terhapus dengan sendirinya.

7) *Caption*

Caption adalah tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto atau video yang diunggah. Pengguna dapat membuat caption yang valid dan jelas untuk menarik perhatian *followers*.

8) *Komentar*

Fitur ini terletak di bawah postingan foto atau video yang sudah diunggah, tepatnya di bagian Tengah. Fungsi fitur ini untuk mengomentari postingan foto atau video yang dianggap menarik. Untuk pengguna Instagram hendaknya dapat memberikan komentar yang baik dengan tidak menghujat orang lain lewat kolom komentar. Komentar dapat dijadikan sebuah masukan atau saran untuk kebaikan postingan atau akun kedepannya. Fitur komentar dapat dinonaktifkan jika tidak ingin menimbulkan suatu masalah.

²⁸ About Instagram, diakses pada 08 November 2023
<https://help.instagram.com/424737657584573>

9) *Hastags*

Hastags adalah tanda dalam Instagram yang memudahkan pengguna dalam mengelompokkan foto atau video yang diunggah supaya memudahkan pengguna lain dalam mencari foto atau video yang diinginkan. Misalnya dalam mengunggah foto atau video dakwah dengan menyertakan *hastags* maka dengan otomatis unggahan tersebut akan terkelompokkan dengan beberapa unggahan dari akun yang lain.

10) *Like*

Like adalah fitur Instagram yang bertujuan memberikan tanda suka terhadap postingan foto atau video yang dirasa menarik perhatian *followers*, tanda suka dalam Instagram disimbolkan dalam bentuk love yang berada di bawah unggahan dibagian kiri. Selain dengan tombol love, kita juga dapat men-tap foto atau video dua kali untuk memberikan like.

11) *Activity*

Fitur *activity* ini berisi tentang keterangan durasi atau waktu penggunaan Instagram. Dengan fitur ini pengguna dapat melihat berapa lama mereka menghabiskan waktunya untuk mengakses Instagram.

12) *Direct Message (DM)*

Fitur ini dapat digunakan untuk mengirim pesan, foto, atau video kepada pengguna yang lain. Dengan *Direct Message* juga dapat membuat grup dengan teman-teman dekat.

13) *Geotagging (Tag Lokasi)*

Dengan fitur ini kalian dapat menambahkan lokasi foto yang diunggah baik dalam feed ataupun story, dengan fitur tersebut dapat memudahkan orang lain mengetahui di mana lokasi foto tersebut diambil.

14) *Story Archive*

Dengan fitur ini pengguna dapat menyimpan foto atau video yang pernah diunggah di *story* ataupun di *feed* Instagram secara pribadi. Foto atau video yang telah diarsipkan hanya dapat diketahui oleh pemilik akun sendiri, orang lain tidak akan melihat arsipkan anda. Setelah unggahan atau postingan diarsip kalian juga

dapat mengembalikannya sehingga unggahan tersebut akan masuk di *feed* kalian.²⁹

15) *Followers* (pengikut)

Sistem komunikasi dalam Instagram adalah dengan kita menjadi pengikut akun pengguna lainnya. Dengan demikian komunikasi dalam Instagram akan terjalin dengan kita memberikan like atau komentar dalam foto atau video yang diunggah oleh akun yang diikuti. *Followers* juga menentukan apakah foto atau video yang diunggah diberikan tanda like dengan jumlah banyak, sehingga dapat menentukan apakah foto atau video tersebut dapat menjadi postingan yang populer.

16) *Arroba* (@)

Fitur ini digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambahkan tanda arroba (@) lalu memasukkan akun yang sudah dipilih. Pengguna tidak hanya dapat menandai pengguna lain dalam foto, tetapi juga dapat menandai dalam kolom komentar foto atau video. Dengan menandai orang lain dalam kolom komentar maka komunikasi akan terjalin.³⁰

17) *Instagram Live*

Adanya fitur ini dapat digunakan untuk siaran langsung dan dapat berinteraksi dengan pengikut kalian secara realtime. Setelah selesai melakukan siaran langsung tayangan tersebut dapat diarsipkan dapat pula langsung dihapus.

18) *Shop*

Fitur ini cocok sekali untuk pengguna Instagram yang memiliki bisnis, dengan fitur ini dapat mempromosikan dagangan atau barang yang dijual. Cara kerja fitur ini adalah Instagram menampilkan berbagai produk, sehingga nanti dapat dilihat dan dibeli langsung melalui Instagram.

19) *Meta Pay*

Dengan fitur ini dapat memberikan donasi melalui Instagram, beberapa pengguna saat ini sudah banyak

²⁹ Antasari, Citra & Renystiyah Dwi Pratiwi Antasari, “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu,” *KINESIK* 9, no. 2 (2022): 178–80.

³⁰ Iin Soraya, “Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta),” *Jurnal Komunikasi* 2, no. September (2017): 30–38, <http://www.antara.com>.

yang menggunakan *Meta Pay* untuk mempermudah pembayaran.

20) *Threads*

Dengan *threads* dapat memposting dan membalas utas yang bisa meliputi teks, tautan, foto, atau video. Fitur ini termasuk fitur terbaru dari Instagram. Orang yang mengikuti kalian dapat melihat dan membalas utas kalian di kabar mereka serta dari profil kalian. Orang lain dapat membalas postingan yang kalian buat untuk mengikuti diskusi atau menyukai, membagikan, mengutip, atau memposting ulang konten yang kalian buat.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa sumber penelitian yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Shera Maulidia Gusniati tahun 2020 dengan judul "*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hijabalila*". Penelitian yang dilakukan oleh Shera Maulidia Gusniati menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian Shera adalah melakukan analisis data pada *caption* mengenai isi pesan *dzatiah* pada akun @Hijabalila. Dalam penelitian ini Shera tidak menggunakan pesan dakwah akidah, akhlak, dan syariah, melainkan menggunakan pesan dakwah *dzatiah*. Persamaan penelitian ini terletak pada media yang digunakan untuk penelitian yaitu sama-sama menggunakan media sosial Instagram selain itu juga sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada akun Instagram yang digunakan sebagai penelitian, selain itu penelitian yang dilakukan Shera adalah menganalisis pesan dakwah *dzatiah* sedangkan pesan dakwah yang akan dilakukan peneliti adalah pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah. Subjek penelitian Shera adalah *caption* sedangkan subjek penelitian dari peneliti adalah postingan foto atau video.³²

³¹ About Instagram, diakses pada 11 November 2023 <https://help.instagram.com/424737657584573>

³² Shera Maulidia Gusniati, *Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @ Hijabalila*, (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020). Diakses pada tanggal 10 November 2023 <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51163/1/SHERA%20MAULIDIA%20G-FDK.pdf>Error! Bookmark not defined.Error! Bookmark not defined.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aurel Claudia Ghaezani tahun 2023 dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram Hawaariyyun*”. Hasil dari penelitian ini adalah pesan dakwah yang disampaikan dalam akun Instagram @Hawaariyyun secara keseluruhan mengandung pesan dakwah akidah, akhlak, dan syariah. Penelitian yang dilakukan mulai dari postingan periode bulan Mei 2022 - Juli 2022.

Persamaan dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis data, selain itu juga sama-sama menggunakan Instagram sebagai media penelitian dan melakukan penelitian mengenai pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unggahan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah subjek atau Instagram yang dijadikan sebagai bahan penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Aurel dengan menggunakan unggahan video *reels* sebagai bahan pengumpulan data, sedangkan pada penelitian ini menggunakan foto dan video sebagai bahan pengumpulan data.³³

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sekar Dwi Hapsari tahun 2021 dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Postingan Instagram Santri Online*”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sekar adalah pesan dakwah yang terdapat pada postingan Instagram santri online berisi pesan dakwah akidah, akhlak, dan syariah. Pada penelitian ini menggunakan unggahan periode bulan September – Desember 2020 dengan postingan sebanyak 23. Postingan akidah sebanyak 9, akhlak sebanyak 8 postingan dan syariah sebanyak 5 postingan. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif serta menggunakan metode analisis isi. Selain itu juga objek penelitian sama-sama menggunakan foto bergambar yang disertai dengan *quotes* atau kata-kata bijak. Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian atau akun sosial media Instagram yang digunakan sebagai penelitian. Dalam penelitian Sekar menggunakan akun santri online, sedangkan penelitian ini menggunakan akun @dawuhguru.³⁴

³³ Aurel Claudia Ghaezani, “Analisis Isi Pesan Dakwah Di Akun Instagram @Hawaariyyun,” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023). Diakses pada tanggal 10 November 2023 <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/66893/1/AUREL%20CLAUDIA%20GHAEZANI-FDK.pdf>

³⁴ Sekar Dwi Hapsari, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Postingan Instagram Santri Online,” (Skripsi UIN Salatiga, 2021), diakses pada 10 November 2023

4. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Thifal, dkk pada tahun 2023 dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @Basyasman*”. Hasil penelitian pada jurnal ini adalah pesan dakwah yang terdapat pada Instagram @basyasman dari periode 13 Januari 2022 - 21 Oktober 2022 membahas mengenai pesan dakwah Aqidah. Pesan dakwah Aqidah yang terkandung dalam Instagram @basyasman sebanyak 5 postingan yang membahas mengenai perintah dan anjuran untuk selalu menaati perintah allha dan menumbuhkan rasa cinta kepada Allah dan Rasul Allah dengan memtuhi rukun iman. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada media yang digunakan untuk penelitian yaitu menggunakan media sosial Instagram, selain itu juga metode penelitian yang digunakan juga sama yaitu menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh salsabila menggunakan video sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan gambar dan video sebagai objek penelitian, selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh salsabila hanya meneliti pesan dakwah akidah dengan menggunakan teori rukun iman, sedangkan penelitian ini menganalisis pesan dakwah Aqidah, akhlak, dan syariah.³⁵
5. Jurnal penelitian oleh Wahyu Khairul Ichsan tahun 2020 dengan judul “*Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Layla Majnun*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam novel Layla Majnun mengandung pesan-pesan dakwah yaitu pesan dakwah akidah, akhlak, dan syariah. Objek penelitian yang digunakan wahyu adalah menggunakan syair atau isi cerita yang terkandung dalam novel Layla Majnun. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik analisis yang sama yaitu analisis isi, selain itu kedua penelitian ini menganalisis pesan dakwah yang meliputi akidah, akhlak, dan syariah. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan wahyu menggunakan subjek penelitian novel, sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial sebagai subjek penelitian. Objek penelitian yang digunakan wahyu adalah syair atau isi cerita, sedangkan penelitian ini

http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=12193/1/SKRIPSI_SEKARDWIHAPSARIO52

³⁵ Salsabila Thifal, Dewi Anggrayni, and Salati Asmahasanah, “*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @ Basyasman*” 2, no. 3 (2023) <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/534>

menggunakan foto dan video yang terdapat dalam postingan media sosial Instagram.³⁶

Penelitian-penelitian yang saya gunakan sebagai rujukan belum ada yang melakukan fokus penelitian pada Analisis Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram @dawuhguru. Perbedaan antara penelitian diatas dengan penelitian yang digunakan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian. Subjek yang digunakan oleh peneliti adalah akun Instagram @dawuhguru. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang saya teliti terletak pada metode penelitian yaitu metode kualitatif deskriptif, serta teknik pengumpulan data yaitu teknik analisis isi. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, terdapat beberapa penelitian yang menggunakan objek berbeda yaitu video dan novel.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir adalah konsep pemikiran dari penelitian yang diambil berdasarkan fakta-fakta, observasi, dan kepustakaan. Kerangka berfikir dapat disajikan dalam bentuk bagan yang menunjukka alur berfikir dari peneliti serta adanya kaitan antar variable yang diteliti. Bagan tersebut dapat dinamakan paradigma atau model penelitian.³⁷

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang hukumnya wajib bagi seluruh umat islam. Dengan adanya dakwah kita disuruh untuk mengajak manusia untuk melakukan perintah Allah SWT dan meninggalkan larangannya. Saat memasuki usia remaja kita sudah bisa untuk melakukan dakwah dengan cara yang sederhana. Mengajak teman, keluarga, atau orang lain untuk melakukan kebaikan atau perbuatan yang *ma'ruf*.

Di era saat ini kita tidak hanya bisa berdakwah dengan tatap muka, kita bisa menggunakan media sosial untuk kegiatan berdakwah. Hal ini dapat dijadikan kesempatan para da'i untuk melakukan dakwah melalui media sosial, salah satu media sosial yang sering digunakan untuk berdakwah adalah Instagram. Da'i dapat memanfaatkan berbagai fitur di Instagram untuk media dakwah, bisa mengunggah foto atau video *reels* dakwah di *feed*

³⁶ Ichsan, Wahyu Khairul. "Analisis Pesan Dakwah Dalam Novel Layla Majnun." *At-Tanzir: Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 11, no. 2 (2020) <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/tanzir/article/view/436>

³⁷ Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Ed.1. Jakarta: Grafindo, 92

Instagram sehingga dapat ditonton oleh khalayak kapan saja tanpa ada batas waktu.

Dakwah melalui Instagram dapat memudahkan khalayak dalam memahami serta menerima informasi tentang agama Islam. Sebagai media dakwah, Instagram merupakan media alternatif karena dinilai menghemat waktu, biaya, serta mempermudah penyampaian kepada khalayak umum. Adanya kegiatan dakwah di Instagram dapat menambah nilai positif dari penggunaan sosial media, jika memiliki waktu kosong dapat dimanfaatkan untuk bermain Instagram dan menonton konten-konten dakwah.

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir

