

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Media Sosial

###### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial tidak asing ditelinga para pembaca. Sebuah laman sosial berbasis internet yang bisa dengan mudah diakses semua kalangan untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi, bertukar informasi sesuai kebutuhan dan keperluan. Tidak hanya saling berinteraksi, media sosial yang merupakan aplikasi berbasis internet ini juga bisa menciptakan suatu konten informasi atau menerima informasi dari pengguna yang lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media sosial adalah halaman atau aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan berbagi konten atau berpartisipasi dalam jejaring sosial. Secara sederhana, seperti yang dikatakan Gohar F Khan dalam bukunya *Social Media in Government*, media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan dan memungkinkan penggunanya untuk berkreasi dan berbagi informasi, opini dengan audiens dalam berbagai konteks dan kepentingan. Oleh karena itu, media sosial memiliki knock-on effect, sehingga proses komunikasi yang berlangsung tidak berhenti pada satu khalayak utama saja (multiplier effect).<sup>1</sup>

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer saat ini antara lain: Instagram, Twitter, Facebook, Path, Blog, Youtube, TikTok, Wikipedia. Definisi media sosial lainnya juga dijelaskan oleh Van Dijk, media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna, memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat

---

<sup>1</sup> Kementrian Kominfo RI, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, (Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik : Cetakan 1),

dianggap sebagai media online (fasilitator) yang mempererat hubungan serta ikatan sosial antar pengguna.<sup>2</sup>

Menurut Meike dan Young mendefinisikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>3</sup> Dari berbagai definisi yang diambil dari beberapa ahli, dapat kita tarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan media internet yang memungkinkan penggunaan merepresentasikan dirinya, berintraksi, memproduksi konten, membagikan konten dan informasi, berkomunikasi dengan user lain, bekerjasama, dan membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual.

#### **b. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial memiliki keunikan dibanding media lain. Media sosial juga memiliki ciri khusus dan batasan-batasan yang berbeda dari media lain. Karakteristik media sosial diantaranya :<sup>4</sup>

##### 1) Simulasi Sosial (Simulation of Society)

Media umum sebnagai media berlangsungnya warga sosial pada global virtual. media umum mempunyai keunikan serta pola yg pada poly kasus mampu berbeda dan tak dijumpai dalam tatanan rakyat yang real.

##### 2) Jaringan (Network)

Jaringan adalah infrastruktur yg menghubungkan anatara personal computer maupun perangkat keras (hardware) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa aterjadi Bila antar komputer terhubung

##### 3) Konten sang Pengguna (User Generated Content)

Konten pada media umum sepenuhnya milik serta sesuai kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna atau bahasa populernya User Generated Content ialah relasi simbiosis dalam media baru yabng memberikan kesempatan serta keleluasaan pengguna buat berpartisipasi. Partisipasi yg dimaksud mendorong donasi dan umpan balik berasal setiap orang yg tertarik atau

---

<sup>2</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media : 2017), 11

<sup>3</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media : 2017), 11

<sup>4</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media : 2017), 16

berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience.<sup>5</sup>

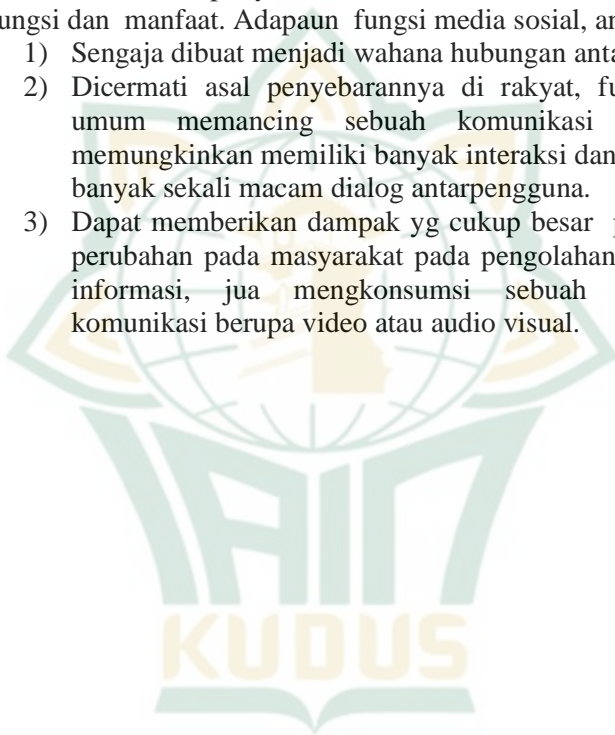
4) Penyebaran (Share)

Media umum tak hanya diproduksi atau membentuk konten yg dibangun serta dikonsumsi oleh penggunanya, namun juga didistribusikan sekaligus dikembangkan sang penggunanya.

**c. Fungsi Dan Manfaat Media Sosial**

Selain mempunyai karakteristik, media sosial mempunyai fungsi dan manfaat. Adapun fungsi media sosial, antara lain :

- 1) Sengaja dibuat menjadi wahana hubungan antar pengguna
- 2) Dicermati asal penyebarannya di rakyat, fungsi media umum memancing sebuah komunikasi searah yg memungkinkan memiliki banyak interaksi dan melakukan banyak sekali macam dialog antarpengguna.
- 3) Dapat memberikan dampak yg cukup besar pada sebuah perubahan pada masyarakat pada pengolahan pesan pada informasi, jua mengkonsumsi sebuah isu dalam komunikasi berupa video atau audio visual.



---

<sup>5</sup> Wahyuni Arum, Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi , *Tirtayasa EKONOMIKA*, Vol. 12 , 2017, 216

Media umum saling terhubung satu sama lain. Begitu akbar manfaat yang akan kita ketahui. Berikut juga manfaat berasal media sosial, diantaranya :<sup>6</sup>

- 1) Media umum dapat dimanfaatkan sebagai wahana belajar. Melalui berbagai berita, berita, dan data yang termuat didalam konten. Konten-konten pada pada media sosial juga cukup majemuk. Mulai dari ekonomi, sosial, kesehatan, olahraga, gosip pemerintah, kepercayaan , dan tradisi. sahah Jika media umum bisa dijadikan menjadi sarana belajar dan mendapat julukan ensiklopedi dunia yg tumbuh menggunakan pesat.
- 2) Media sosial bisa dimanfaatkan sebagai wahana dokumentasi, administrasi, serta integrasi. seperti yg kita lihat, media sosial mirip gudang dokumentasi, rekam peristiwa, berisi konten gosip, profil diri, atau data riset. dalam hal ini instansi, organisasi, atau perorangan mampu menghasilkan kebijakan dalam pemanfaatan penggunaan media umum dan training untuk mengelola supaya mampu mencapai sasaran yang sudah dicanangkan. banyak hal mampu dilakukan menggunakan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, berbagi konten yang relevan sinkron target dimasyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai menggunakan visi, kepentingan, tujuan, efisiensi, dan efektivitas operasional.
- 3) Menjadi wahana perencanaan, taktik dan menejemen. media sosial Bila sudah berada ditangan para pakar marketing serta ahli menejemen akan menjadi senjata yg luar biasa buat melancarkan perencanaan dan strateginya.
- 4) Menjadi sarana kontrol, evaluasi, dan tolak ukur. media umum jua sangat berguna menjadi bahan penilaian, control organisasi banyak sekali perencanaan serta taktik yg telah dilakukan. Respond berasal public mampu dipergunakan menjadi tolak ukur, kalibrasi serta parameter untuk sebuah evaluasi.<sup>7</sup> Sejauh mana respon warga pada tahu apa yang diproduksi media sosial mampu kita lihat langsung melalui media sosial.

---

<sup>6</sup> Junawan Hendra, Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4, 2020, 45-46

<sup>7</sup> Gustam Ramanda Risky, Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, 2015, 236

#### d. Jenis-jenis Media Sosial

Setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, diantaranya :<sup>8</sup>

##### 1) Media jejaring sosial (*Social Networking*)

Jaringan sosial merupakan medium yang paling terkenal. Media tadi memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. hubungan tak hanya di pesan teks, namun juga termasuk foto serta video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Lebih dari satu masyarakat memakai media ini. Ada tiga situs yang hadir yakni *facebook, Google Plus, Path*<sup>9</sup>

##### 2) Jurnal *online* (*blog*)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, saling berkomentar, dan berbagi tautan web lain, informasi, dll. Blog berawal dari sebuah bentuk website pribadi yang berisi kumpulan link ke website lain yang dianggap menarik dan diupdate setiap hari. Perkembangan selanjutnya di blog berisi banyak jurnal blogger (tulisan harian pribadi), dan ada area komentar untuk diisi pengguna. Secara mekanis, media sosial jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori, kategori homepage pribadi, di mana pemiliknya menggunakan nama domainnya sendiri, seperti .com atau .net, dan kategori kedua yang menggunakan fasilitas penyedia halaman blog gratis, misalnya. wordpress atau blogging dot.

##### 3) Jurnal *online* sederhana (*microbloging*)

*Microbloging* artinya jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menuliskan dan mempublikasikan kegiatan tertentu atau pendapatnya. dicermati dari historisnya, kemunculan jenis media ini merujuk adanya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.<sup>10</sup>

##### 4) Media berbagi (*media sharing*)

Media sharing merupakan jenis media yang mampu memberi fasilitas penggunaannya buat berbagi media

---

<sup>8</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media, 2017), 39

<sup>9</sup> Liedfray Tongkotow, Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2, 2022, 3

<sup>10</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media, 2017), 43

melalui dokumen, video, audio, gambar serta sebagainya. Situs media sosial yang memungkinkan anggota buat menyimpan serta menyebarkan gambar, podcast, video secara online. model media dari jenis ini ialah Youtube, Flickr, Vimeo, dan Dailymotion

5) Penanda Sosial (*bookmarking*)

*Bookmarking* artinya media sosial yang bekerja buat mengorganisasi, menyimpan, mengelola, serta mencari informasi, atau informasi tertentu secara online. Beberapa situs social bookmarking yang dikenal banyak orang adalah *Delicouse.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia *D LintasMe.com*.

6) Media konten bersama atau *Wiki*

Mengapa dikatakan konten bersama? Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil dari perpaduan antarpenggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.<sup>11</sup>

**2. Instagram**

**a. Pengertian Instagram**

Nama Instagram terdiri dari dua kata yakni “insta” dan “gram”. Insta yang berasal dari kata instan, yang bisa diartikan mudahnya dalam mengambil dan melihat foto. Gram yang berasal dari kata telegram, yang dapat diartikan dengan mengirim sesuatu (foto) kepada pengguna lain. Mengirim sesuatu bisa juga melalui kolom komentar yang ada pada sebuah foto yang diunggah yang kemudian bisa menghubungkan dengan pengguna yang lain<sup>12</sup>

Sebelum menunjuk pada penjelasan instagram lebih mendalam, terlebih dahulu kita mengetahui sejarah instagram secara singkat. Instagram didesain sang Kevin Systrom serta Mike Krieger yang kemudian diluncurkan pada bulan Oktober 2010. Awal peluncuran aplikasi ini, mike serta kevin berfokus di fitur foto, sebab dirasa pada waktu itu relatif sulit untuk mengurangi fitur-fitur yang tersedia. Beberapa bulan sesudah diluncurkan, Instagram mampu mencapai pengguna sebanyak 1 juta pengguna di desember 2010. Jumlah tadi terus

---

<sup>11</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Simbiosis Rekatama Media, 2017), 46

<sup>12</sup> Agus Hiplunudin, “*Politik Era Digital Edisi 2*”, (Yogyakarta: Suluh Media, 2019), 12

mengalami peningkatan kurang lebih 10 juta pada bulan September 2011.<sup>13</sup>

Instagram menyakini jumlah pengguna pada bulan April 2012 mencapai lebih dari 30 juta. Selain jumlah pengguna yang kian bertambah, instagram menyampaikan lebih dari 100 juta foto diunggah pada bulan Juli 2011. Kemudian instagram terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Awal mula instagram dibawah Burbn.Inc dan kini setelah pengguna semakin bertambah Instagram telah diakuisisi oleh Facebook.Inc dan kini kian hadir dengan fitur-fitur terbaru dan tampilan yang baru pula.<sup>14</sup>

Instagram dikenal sebagai *platform* yang dikenal lebih dari satu orang yang mampu memperlihatkan foto juga video secara cepat layaknya Polaroid di dalam tampilannya Instagram adalah satu-satunya bentuk media sosial yang paling efektif untuk berbagi konten, memungkinkan pengguna untuk berkontribusi. Saat mengunggah foto, pengguna memiliki opsi untuk menambahkan keterangan di bawahnya sebagai rangkuman dari gambar atau video yang diunggah saat itu. Foto, video, khotbah, dan materi lainnya semuanya dapat disimpan oleh pengguna dan diakses secara global (pengguna dapat mengatur privasi dari konten yang dibagikan).<sup>15</sup> Instagram bukan hanya untuk mencapai; itu juga dapat mengunggah foto dan video dengan filter digital yang nantinya dapat dibagikan secara terbuka dengan pengguna lain. Selain berfungsi sebagai platform untuk berbagi konten, Instagram memiliki kemampuan untuk menginspirasi pengguna dan meningkatkan kreativitas berkat fitur-fiturnya yang dapat membuat foto menjadi lebih detail, artistik, dan berkualitas tinggi. Adakah alasan Khalayak menggunakan Instagram sebagai akun tunggalnya? Instagram adalah satu-satunya akun media sosial yang tersedia untuk Anda karena Anda menginginkannya<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Eka Nanda Wulandari, "Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @Hijabercommunityofficial", 35

<sup>14</sup> Eka Nanda Wulandari, "Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @Hijabercommunityofficial", 35

<sup>15</sup> Triastuti Endah, "Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial bagi Anak dan Remaja", Juni, 2017, 23

<sup>16</sup> Nur Rizky Toybah, Dakwah Komunikasi Visual melalui Instagram Akun @hadistku, *Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 2016, 78.

## b. Manfaat Instagram

Penggunaan media sosial Instagram pada dasarnya merupakan kebutuhan primer. Penggunaannya pun berragam, tidak hanya untuk berkomunikasi, melainkan bisa menggunakan sebaik mungkin, memanfaatkan dengan bijak media sosial instagram. Menurut Arif Rohmadi, Instagram memiliki berbagai macam manfaat, antara lain :

- 1) Mendapat informasi.  
Berbagai informasi bisa kita dapat dari media sosial. Kita bisa mendapat informasi seperti dunia pendidikan, dunia politik, perekonomian yang melonjak, bahkan hal-hal yang menjadi *trending topic* bisa mudah kita dapat secara cepat.
- 2) Menjalin Silaturahmi.  
Melalui media sosial, instgram khususnya kita bisa menjalin komunikasi dengan orang yang sebelumnya pernah bertemu kemudian tidak berkomunikasi dan dipertemukan lewat media sosial sehingga terjalin kembali hubungannya. Bisa juga bertemu banyak orang baru.
- 3) Membentuk Komunitas.  
Setiap individu meiliki kegemaran atau *hobby* masing-masing. Adanya media sosial instagram bisa menjadikan setiap individu dalam satu forum untuk saling bertukar pendapat, *sharing* pengalaman atau bahkan ketika menjumpai kendala bisa diselesaikan secara bersama-sama dengan orang yang memiliki kesaaman dengan kita.
- 4) *Branding*  
Brand atau yang kita tahu merk dari sebuah perusahaan yang jika diartikan adalah upaya menawarkan suatu barang dengan memiliki nilai tersendiri. Upaya yang dilakukan seperti membuat iklan atau menata *caption* semenarik mungkin.
- 5) Promosi  
Hampir mirip dengan branding, namun promosi lebih untuk cara yang dilakukan dan sasaran yang digunakan harus tepat agar mencapai kepada konsumen. Melalui *story* bisa membuat diskon.
- 6) Kegiatan sosial  
Penggalaan dana merupakan salah satu sebuah kegiatan sosial. Memalui media sosisal instagram oramg akan tahu



informasi dimana ada yang membutuhkan uluran tangan dengan segera agar segera teratasi.

### c. Fitur Instagram

Perkembangan Instagram kini kian menggoda para penggunanya. Bermula pada awal peluncuran hanya ada menu *feed* pada bagian home yang memiliki fitur *like*, *comment*, *share*, dan DM atau *Direct Massage*. Adanya fitur tersebut pengguna sudah merasa cukup senang karena ketika mengguangah satu postingan mereka akan merasa penasaran berapa jumlah like dan comment. Ibaratnya dari like dan comment tersebut bisa menambah rasa percaya diri. Kini seiring berkembangnya zaman, semakin banyak pengguna instagram inovasi dari fitur semakin banyak, diantaranya:

#### 1) Home page

*Home page* adalah bagian utama yang menampilkan foto terbaru yang diambil oleh pengguna yang sama yang baru saja menyelesaikan suatu tindakan (*timeline*). Satu-satunya metode untuk melihat gambar adalah menggulirkan *scroll mouse* Anda dari bawah ke atas, seperti yang Anda lakukan saat menggunakan tetikus komputer. Instagram hanya akan menampilkan foto terbaru.

#### 2) Comment

Ada fitur komentar yang memungkinkan komentar dibuat pada foto Instagram mana pun di bagian komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian tulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan, lalu tekan tombol kirim.

#### 3) Caption

Pada *caption*, yang fungsinya mirip dengan deskripsi, pengguna dapat memberikan dua deskripsi singkat dari foto yang sedang dipilih. *Caption* dapat digunakan sebagai daya tarik dari satu unggahan dan berfungsi sebagai penjelasan tentang apa yang diisyaratkan..

#### 4) Explore

*Explore* adalah kumpulan foto paling disukai di Instagram, menurut pengguna. Foto yang diambil oleh pengguna, apakah mereka berpartisipasi dalam aktivitas atau tidak, dapat diterima.

5) *Hastag*

Seperti yang biasanya dilakukan situs jejaring sosial, fitur ini memiliki kemampuan untuk digunakan untuk menghubungi subjek atau menempatkan foto dalam satu label.

## 6) Integrasi ke media sosial

Pengguna Instagram juga dapat mengunggah foto atau video ke situs media sosial lain seperti Facebook dan Twitter. Saat sebuah alat diaktifkan, setiap kali sebuah foto diposting, Instagram akan secara otomatis mengunggahnya ke akun media sosial mana pun yang terhubung..

7) *News Feed*

News feed adalah fitur yang memungkinkan pengguna Instagram menerima pemberitahuan tentang berbagai aktivitas yang mereka lakukan. Ada dua jenis tab di umpan berita: mengikuti dan Berita. Tab following menampilkan aktivitas terkini bagi pengguna yang telah menggunakan fitur berikut, sedangkan tab news menampilkan notifikasi terkini terkait tindakan yang diambil pengguna Instagram terkait foto yang diunggah. Jika Anda meninggalkan komentar atau memilih untuk mengikuti seseorang, informasi tersebut akan muncul di tab tersebut.<sup>17</sup>

**d. Pembuatan akun Instagram**

Dalam pembuatan akun Instagram, terdapat beberapa pilihan dan langkahlangkah yaitu:<sup>18</sup>

## 1) Instalasi

Menginstal atau memperbarui aplikasi merupakan hal pertama yang harus dilakukan bagi pengguna smartphone Android dan iPhone. Ini dapat dilakukan dengan membuka Play Store atau App Store. Setelah memulai, mencari Instagram di app store atau mencarinya di sana, lalu memilih "instal" atau "pasang", dalam proses ini, Instagram akan mulai mencopot dan memasang di ponsel Anda.

## 2) Registrasi

Ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk mendaftar Instagram, yaitu dengan mengikuti petunjuk di bawah ini. Pendaftaran, juga dikenal sebagai pendaftaran,

---

<sup>17</sup> Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana,. Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas, *Edulib*, Vol 8, No.1, 2018, 6

<sup>18</sup> Bambang, Instagram *Handbook*, (Jakarta: PT. TransMedis, 2012), 29

merupakan aspek penting dalam menggunakan Instagram karena pembuatan akun berfungsi sebagai bukti identitas asli pengguna:

- a) Luncurkan aplikasi Instagram. Untuk mendaftar ke Instagram, klik tombol "Daftar" untuk menyelesaikan proses pendaftaran. Setelah masuk ke bagian Daftar, info yang diperlukan akan diminta. Tiga hal yang harus dimasukkan: alamat email, nama pengguna, dan kata sandi.
- b) Set profil picture untuk mengatur gambar profil, dengan cara mengambil foto secara langsung, atau bisa dengan menggunakan foto yang sudah ada di galeri smartphone masing-masing pengguna.
- c) Ketuk tombol Sign Up untuk pendaftaran.

### 3. Dakwah

#### a. Pengertian Dakwah

Dakwah secara terminologis dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb member batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah SWT. Bukan untuk menyerang da’i atau sekelompok orang. Tujuan dakwah, menurut Ahmad Ghusuli, adalah untuk memberdayakan umat agar dapat mengamalkan Islam. Abdul Al Badi Shadar mengubah kata “dakwah” menjadi dua kata yang berbeda, “dakwah fardiyah” dan “dakwah ummah”. Selain itu, Abu Zahroh menyatakan bahwa tiga komponen dakwah adalah eksekusi, individu, dan organisasi. Ismail Al-Faruqi, sebaliknya, menegaskan bahwa hakikat dakwah adalah prinsip universal dan rasial. Dan ini saja sudah menunjukkan bahwa makna dakwah bersifat universal.<sup>19</sup> Pengertian dakwah bisa ditinjau dari segi istilah, terdapat pendapat para ahli yang merumuskan pengertian dakwah, diantaranya: Dzikron Abdullah dalam bukunya berpendapat semua usaha untuk menyebarluaskan Islam dan merealisasikan ajaran di tengah masyarakat dan kehidupannya agar mereka memeluk agama Islam dan mengamalkannya dengan baik adalah dakwah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 14-15

<sup>20</sup> Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, (Semarang : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo), 17

Menurut Samsul Munir Amin, dakwah adalah suatu amalan yang dilakukan dengan cara menyampaikan kepada orang lain tentang ajaran Islam secara halus agar mereka mau mempelajarinya dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai individu maupun masyarakat, untuk mencapai tujuan. tujuan dunia atau keyakinan Islam dengan menggunakan berbagai media dan metode.

Dalam Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 104 Allah berfirman :

وَأَتَيْنَاكَ اللَّهُمَّ بِدَعْوَانَا إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat mengajak kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; dan merekalah orang-orang yang beruntung”*

Begitu jelas ayat ini menjelaskan, ditekankan bahwa dakwah merupakan hal yang menyuruh kita sekalian manusia untuk menyeru kebaikan (Ma'ruf) dan mencegah hal-hal buruk (munkar). Diutarakan oleh Ali Mahfudz bahwa dakwah bisa memotivasi manusia untuk bisa berbuat kebaikan dan mencegah perbuatan buruk agar mereka mendapat kebaikan di dunia dan di akhirat.<sup>21</sup>

Definisi dakwah memiliki definisi yang sangat kabur. Sebagai sarana untuk mendorong manusia agar berpegang pada hukum yang lebih sesuai dengan ajaran Islam, maka perlu diciptakan suatu karya ilmiah dengan topik tertentu. Sebelum kenabian Rasulullah saw, kegiatan dakwah sudah dimulai. Hingga pada masa Rasulullah SAW, beliau menerima permintaan untuk melanjutkan dakwah para nabi dan Rasul terdahulu. Akibatnya, kegiatan dakwah senantiasa difokuskan untuk menciptakan nilai-nilai kemanusiaan dari satu masa ke masa berikutnya. Hal ini karena para nabi dan rasul sebelumnya memasukkan ajaran kehidupan yang selaras dengan tujuan pemberdayaan manusia dalam dakwahnya. (li utamimma makarima al-akhlaq) Nabi Muhammad SAW mengungkapkan secara mendasar beliau diutus sebagai penguasa untuk mewujudkan perkembangan umat manusia dengan akhlak utama. Namun, perbuatan beliau tidak membuat umat manusia

---

<sup>21</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimiologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah)*, (Bandung : Citapustaka media, 2015), 6

menjadi kaya, sukses, atau pandai dan sebagainya, tetapi cukup sederhana, yakni membuat manusia agar memiliki akhlak yang terpuji dan manusia yang beradab.<sup>22</sup>

Dari definisi diatas yang dipaparkan berbagai ahli, definisi dakwah hampir memiliki makna persamaan dan perbedaan dari masing-masing ahli, namun jika dikaji, akan menemukan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dakwah bisa dikatakan sebagai upaya proses penyebaran agama untuk memeluk agama islam.
- 2) Sebuah usaha yang dilakukan agar manusia taat dan beriman kepada allah dengan menyeru kepada kebaikan dan meninggalkan yang buruk.
- 3) Dakwah merupakan usaha yang dilakukan secara sengaja atau sadar
- 4) Dakwah merupakan aktivitas menyeru, memanggil, mengajak, dengan metode yang sesuai dengan kaidha islam.
- 5) Usaha yang dimaksud adalah secara konsisten dilaksanakan sesuai dengan arahan dakwah, yaitu kearifan duniawi dan agama. Apa alasannya? Mengupayakan kebaikan dan mengamalkan kebaikan ajaran-ajaran sesuai syariat Islam.

#### **b. Media Dakwah**

Kata "media" berasal dari kata median dalam bahasa Latin, juga dikenal sebagai kata medium. Media adalah alat, atau mantra, yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada orang awam. Menurut Wilburn Schramn, media dapat digunakan sebagai semacam teknologi informasi selama pengajaran. Lebih khusus lagi, media adalah alat fisik yang menyampaikan ide atau informasi dalam bentuk buku, video, foto, film, dan bahan sejenis lainnya.<sup>23</sup>

Padahal, dakwah media merupakan strategi yang digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam ke Ma'u. Menurut Asmuni Syukir, tujuan advokasi media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>24</sup>

Berbeda ketika zaman rasulluah berdakwah, semua serba terbatas sekedar menyampaikan dengan lisan. Itu mulai

---

<sup>22</sup> Moch.Fakhrurroji, *Dakwah di era media baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 8-9

<sup>23</sup> Aminuddin , Media Dakwah, *Jurnal Media Dakwah* , Vol 9, No 2, 2016, 346

<sup>24</sup> Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), 61

bergerak sedikit lebih cepat dari sehari, dakwah mulai dibahas di media, dan situasinya sekarang dalam keadaan serius. Peringatan 14 Hijriah dengan kemajuan teknologi merupakan langkah positif bagi perkembangan laju dakwah. Dakwah telah menggunakan media baru sebagai akibatnya, termasuk radio, lukisan, poster, televisi, musik, dan bentuk media lainnya.

Di era yang serba modern ini, media merambah ke yang lebih canggih lagi. Seorang penyampai dakwah atau yang sering kita sebut seorang Da'i hqarus tentu memiliki sebuah pencapaian tujuan dari dakwah. Agar tujuan dakwah dapat tercapai dengan efektif dan efisien, da'i harus pandai dalam mengorganisir komponen-komponen dengan baik dan benar salah satunya ialah media dakwah ini.

Berdasarkan nkutipan dari Moh Ali Aziz, Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima :

- 1) Lisan, media dakwah paling sederhana yang semua orang bisa lakukan. Hanya dengan mengandalkan suara. Media ini bisa berbentuk pidato, ceramah, bimbingan, presentasi, dan lain-lain
- 2) Tulisan, akses yang bisa dijangkau melalui majalah, Koran, surat kabar, email, dan lain-lain.
- 3) Lukisan, foto, gambar, dan karikatur.
- 4) Audio Visual yang bisa merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau keduanya. Berbentuk youtube, televisi, dan lainnya.
- 5) Akhlak, perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dinikmati dan didengar oleh mad'u. Dari yang sudah disebutkan diatas, keberagaman media diatas memiliki kegunaan dan keefektifitasan masing-masing, diantaranya :

1) Menyiarkan Informasi

Menyiarkan Informasi merupakan Fungsi utama, menurut apa yang tertulis, adalah bahwa orang terlibat dalam liputan media karena mereka membutuhkan penyebaran informasi; dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat dibaca dan dipahami oleh mad'u.

2) Mendidik

Karena banyak materi yang digunakan dalam dakwah yang disampaikan mengandung ilmu dan informasi, salah satu fungsi mendidik adalah proses

menuliskan pesan-pesan untuk digunakan dalam pengajaran.

3) Menghibur

Islam memiliki prinsip, ketika dalam menyampaikan sebuah pesan, ilmu atau hal yang berkaitan dengan dakwah sifatnya mampu menghibur setiap mad'u. sifat menyenangkan dan tidak membosankan dirtuangkan oleh para da'I dalam berdakwah.

4) Mempengaruhi

Akibat dari mekanisme ini adalah posisi dan keadaan tidak dapat diubah. Jika fungsi ini dianggap paling relevan dengan esensi fungsi media dakwah, maka media dakwah adalah media yang dapat digunakan untuk mengubah sesuatu dari buruk menjadi baik, sejalan dengan tujuan dakwah, yaitu untuk mempromosikan perdamaian dan keadilan di seluruh dunia dan dalam Islam.<sup>25</sup>

**c. Pesan Dakwah**

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, atau pandangan yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada suatu komunikasi yang bertujuan untuk memajukan gaya komunikasi yang dimaksud oleh komunikator. Pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan dari satu orang ke orang lain, apakah itu individu atau kelompok, dan dapat mencakup pernyataan seperti "buah pikiran", "ketenangan", atau "pernyataan dari sikap tertentu".<sup>26</sup>

Substansi yang akan dijadikan pesan dakwah bisa berupa bahan dasar atau jenis ceramah. Pesan dakwah adalah apa yang digambarkan selama proses dakwah. Ada tiga aspek yang jelas terkait dengan corak dakwah pesan. Pertama, tanda dakwah menunjukkan sejumlah kata atau imajinasi dakwah yang diungkapkan dalam bentuk kata-kata. Dalam konteks ini, pesan dakwah mengandung dua unsur: substansi pesan dan lambang. Isi Pesan adalah Pikiran, sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Kedua, pesan dakwah terkait dengan karya seni yang diciptakan atau ditemukan seseorang. Makna adalah proses aktif yang dihasilkan dari kerja sama antara sumber (pengirim pesan) dan penerima pesan, pembicara dan

---

<sup>25</sup> Aminuddin, Media Dakwah, *Jurnal Media Dakwah*, Vol 9, No 2, 2016, 349

<sup>26</sup> Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 9

pendengar, atau penulis dan pembaca. Ketiga, pemberitaan pesan dakwah yang dilakukan oleh madu atau objek dakwah. Setiap dakwah memiliki kesempatan untuk dipahami dan diterapkan dengan cara tertentu oleh khalayak tertentu. Menilik apa yang dikemukakan sebelumnya, pengertian pesan dakwah tidak dapat dijelaskan dari keempat dimensi ini. Pesan Dakwah Mengandung Makna dan Dimensi Penerimaan Pesan Dakwah Oleh Mad'u, Selain Hanya Kata-Kata Saja.<sup>27</sup>

Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama yang bersumber dari al quran dan hadis. Kemudian yang kedua pesan penunjang atau pendukung yang sumbernya selain alquran dan hadist namun tetap sesuai ajaran Islam.

Untuk membandingkan tuturan dakwah dengan jenis tuturan lain, seperti tuturan yang digunakan dalam komunikasi, maka harus dipahami ciri-cirinya. Tidak ada perbedaan yang jelas antara karakteristik perilaku orang yang menggunakan komunikasi verbal atau nonverbal dibandingkan dengan mereka yang tidak.<sup>28</sup>

#### 1) Mengandung Unsur Kebenaran

Ciri pertama dan utama Islam adalah adanya kebenaran dalam setiap khotbah yang diberitakan. Berbeda dengan komunikasi, yang mungkin berisi komentar ambigu atau tidak menyenangkan selama percakapan berlangsung. “Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali engkau termasuk orang-orang yang ragu,” demikian firman Allah (QS Al-Baqarah: 147), adalah kebenaran yang disebutkan dalam pesan dakwah. Wahyu Allah yang sedang dibahas di sini diungkapkan dalam bentuk ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an. Jadi Al-Qur'an adalah nasihat multifaset yang perlu diberikan kepada manusia oleh Tuhan. Jika ada prinsip-prinsip universal yang masuk akal dan pragmatis, itu bisa dianggap sebagai pesan dakwah asalkan tidak bertentangan dengan yang ditemukan dalam Al-Qur'an. Dari situ seorang Da'I ketika sedang berdakwah perlu bersikap hati-hati. Objek dakwah perlu diindari dari ajakan-ajakan yang berbau kurafat dan mengayal serta tidak berlandaskan pada dalil-dalil yang

---

<sup>27</sup> Abdul Basyid, *Filsafat Dakwah* ( Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140

<sup>28</sup> Abdul Basyid, *Filsafat Dakwah* ( Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 140



diajarkan oleh Al-Qur'an, al-hadis, maupun pendapat-pendapat para ulama yang sah.

Untuk mencegah orang menerima ajakan da'i begitu saja tanpa terlebih dahulu memverifikasi kebenarannya secara menyeluruh, Nabi Muhammad Saw secara tegas menyebutkan objek dakwah. "Sabda apa yang anda dengar dari Rasulullah Saw. Mengenai lafadz ja'amu," tanyanya, sesuai dengan apa yang telah diberitahukan kepada Abu Masud (artinya orang-orang yang mengirangira atau perkiraan). Aku telah mendengar Rasulullah Saw. Bersabda, kendaraan seseorang yang masih buruj adalah lafadz ja'amu, katanya Abu Mas'ud. (Amad HR).

## 2) Membawa Pesan Perdamaian

Sesuai dengan nama Islam, yang dinyatakan dengan "salam dulu", itu adalah damai. Dalam proses penulisan pesan dakwah, ada perdamaian yang harus diperhatikan. Menurut Hassan Hanafi, diplomasi lintas negara tidak selalu diperlukan. Perdamaian itu berasal dari individu, dari kemudia yang menyebar ke kelompok, dan dari keidupan sosial. Ucapan Assalamu'alaikum (semoga damai untuk kalian) yang diucapkan oleh setiap orang merupakan salam yang selalu diucapkan oleh umat Islam. Ajaran untuk menjaga privasi dan perdamaian di rumah adalah dengan menyapa saat memasuki rumah. Tempat privasi utama pemilik adalah rumah mereka. Memaksa masuk, semata-mata, merampok, dan segala bentuk tindakan lain yang membahayakan privasi dari batas yang bersangkutan semuanya sesuai dengan hukum.

## 3) Tidak Bertetagan Dengan Nilai-Nilai Universal

Dalam konteks daerah Mad'u yang menerima bayaran, pesan dakwahnya diakui. Dengan mengikuti cara ini pesan dakwah akan lebih mudah diterima oleh masyarakat luas karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam hal ini perlu dilakukan perbandingan penjumlahan bagian-bagian tersebut dengan menggunakan proses penggerakan dan pesan dakwah. Islam dilihat dari perspektif sumber pesan dakwah sebagai ajaran universal dan bersumber dari kebenaran. Al-Quran merupakan ajaran universal yang diturunkan kepada umat manusia oleh Rasulullah. Ini tidak hanya ditujukan untuk orang Arab yang beragama Islam; itu juga dapat digunakan

oleh orang-orang non-Arab dari bangsa Arab. Menurut pernyataan sebelumnya, pesan dakwah dipahami secara universal oleh semua orang di seluruh dunia. Demikian pula, ketika pesan dakwah tersebut ingin berbicara kepada laki-laki, posisi dan situasi laki-laki harus dipertimbangkan. Pesan dakwah akan sangat memperhatikan untuk beradaptasi dengan mad'u.

4) Memberikan Kemudahan Bagi Penerima

Pesan Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an, "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu," menunjukkan kesalahan saat menyampaikan pesan dakwah adalah tindakan yang dibenarkan oleh Islam dan bahkan mungkin merupakan tujuan utamanya. "Mudahkanlah dan janganlah kamu mempersulit," (QS Al-Baqarah [2]: 185) dan Nabi Muhammad Saw juga bersabda, "(HR. Muttafaqalaih). Memudahkan dalam pesan dakwah tidak berarti memilih-milih hukum yang ringan-ringan saja dari berbagai pendapat fikih ulama.

Memudahkan yang dimaksud dalam pengajaran agama pengalaman yang tidak bertangan dengan nash-nash dan kaidah syariat islam. Orang yang diberi kesempatan untuk menerima pahala akan lebih senang dan termotivasi untuk melaksanakannya karena bila dilakukan sesuai dengan aturan maka latihan dakwah dapat dengan mudah diadopsi dan dijalankan. Selain itu, masyarakat umum saat ini menunjukkan perilaku yang praktis, tahan lama, dan bermanfaat dalam membantu mereka saling mendukung untuk membuat hidup mereka lebih mudah. Dalam situasi ini, penting untuk menjadi lebih inovatif dan proaktif saat mengembangkan bahan manufaktur yang lebih mahal dan eksklusif. Da'i harus terus meningkatkan keterampilan dan profesionalismenya dengan mempelajari topik-topik baru, mempertahankan kewaspadaan yang konstan, dan waspada untuk menerima informasi baru yang tersedia saat itu.

**d. Hubungan Pesan dakwah dengan unsur-unsur dakwah**

1) Hubungan Pesan Dakwah

a) Pesan dakwah dengan da'i

Da'i adalah setiap orang yang melakukan dakwah, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, maupun dalam bentuk individu, kelompok, organisasi, atau badan hukum. Da'i sangat peka dengan kata dakwah,

karena salah satunya adalah komunikator yang akan menggunakannya untuk berkomunikasi dengan mad'u.

b) Pesan dakwah dengan metode dakwah

Metode dakwah adalah metode yang digunakan da'i untuk menjabarkan tujuan dakwah. Sebaliknya, dalam komunikasi, metode lebih dikenal sebagai pendekatan dan mengacu pada langkah-langkah spesifik yang digunakan oleh setiap komunikator untuk mencapai tujuan tertentu. Ayat yang menjelaskan metode dakwah terdapat dalam Surat An-Nahl Ayah 105 yang berbunyi, "Serulah Manusia menuju Jalan Tuhanmu dengan Hikmah yang Benar dan Pelajaran yang Benar dan Bantahlah untuk Semua dengan Jalan yang Benar." Sampai saat ini, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang berdiri di pinggir jalan dan lebih mengetahui orang yang memiliki petunjuk..<sup>29</sup>

Didalam ayat tersebut dijelaskan bahwa ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah, yaitu:

- 1) Hikmah, yaitu mendemonstrasikan dakwah dengan menekankan situasi dari perspektif dakwah sasaran dengan tetap fokus pada kemampuan diri sendiri. Karena itu, ketika mereka mulai mengajarkan Islam, mereka tampak tidak terburu-buru.
- 2) Maudzah Hasanah, yaitu berdakwah dengan menyampaikan ajaran islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran islam yang disampaikan dapat menyentuh hati mereka.
- 3) Mujadalah, yaitu, berdakwah dengan cara bertukar pikiran, berbantah dengan cara sebaik-baik, tidak memberikan tekanan-tekanan. Sebagian besar bahan ajar dapat diverifikasi sebagai satu masalah terbesar, yaitu:

a. Masalah akidah (keimanan)

Aqidah Islamiyah merupakan bahan ajar utama yang digunakan dalam dakwah. Aspek akidah ini akan memperkuat akhlak manusia. Karena itu, pertama kali ajaran Islam diklasifikasikan sebagai materi adalah sebagai masalah akidah atau pengetahuan. Aqidah yang

---

<sup>29</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),

menjadi pokok bahasan utama kuliah ini memiliki kaidah-kaidah tertentu yang berkaitan dengan penerimaan agama lain terhadap satu sama lain.

b. Masalah syariah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban karena keyakinan bahwa ketika dia menjadi lemah dan gelisah, peradaban akan menyatakan dirinya dan keyakinannya. Yang dimaksud dengan "pelaksanaan syariah" adalah yang "melahirkan peradaban islam", "melestarikan dan "melindunginya dalam sejarah syariah", yang "menasi kekuatan peradaban umat Islam".

c. Masalah akhlak

Menurut etimologi, kata Arab "akhlak" berasal dari kata "khuluqun", yang berarti "budi pekerti", "perangai", dan "tingkah laku" atau "tabiat" dalam bahasa Inggris. Kalimat-kalimat yang dimaksud memiliki beberapa karakteristik yang sama dengan khalaqun perkata, yang menunjukkan "kejadian", dan mereka juga memiliki hubungan dekat dengan khaliq, yang menunjukkan "pencipta," dan makhluk, yang menunjukkan "yang diciptakan".

Namun secara terminologis, masalah kualitas udara berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi suhu tinggi yang berdampak pada kesehatan manusia. Ilmu akhlak bagi Al-Farabi, tidak berdasarkan bahasan tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangannya.<sup>30</sup>

d. Masalah Muamalah

Islam adalah agama yang lebih menekankan muamalah daripada kewajiban agama. Islam lebih menekankan pada kehidupan yang sadar secara sosial daripada yang

---

<sup>30</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),

dilakukannya pada kehidupan yang sadar secara ritual. Islam adalah agama yang mengubah setiap manusia menjadi tempat berdoa kepada Allah. Ibadah dalam muamalah diartikan sebagai perbuatan yang mempererat hubungan seseorang dengan Allah SWT dalam rangka berdoa kepada-Nya (SWT). Materi muamalah terkait dengan konflik manusia dengan manusia. Islam mengajarkan tentang adab dan sikap yang tertanam kuat di dalam tanah. Materi Muamalah merupakan salah satu materi yang sering membahas hubungan manusia dengan manusia.<sup>31</sup>

#### 4. Instagram sebagai Media Dakwah.

Instagram adalah platform yang banyak digunakan yang dapat diakses oleh masyarakat umum di berbagai platform. Semua informasi dapat diakses melalui setiap informasi yang diunggah ke feed. Instagram adalah aplikasi lain yang cukup mudah dikenali. Saat ini, Instagram menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat untuk digunakan sebagai sumber berita harian. Platform media sosial Instagram untuk menyebarkan berita tentang Islam memiliki berbagai alat untuk melakukannya, termasuk kemampuan untuk menyajikan pesan dalam bentuk gambar atau teks dan mendorong pengikut untuk meninggalkan komentar dan mengajukan pertanyaan melalui kajian postingan.

Saat melakukan dakwah, seorang da'i atau juru dakwah dapat dengan mudah menggunakan Instagram untuk berbagi informasi tanpa terputus. Konten-konten dakwah yang ditawarkan saat ini juga cukup luas; bukan hanya sekumpulan gambar biasa tanpa efek atau foto yang telah diberi animasi vektor sesuai tema itu juga termasuk sedikit teks yang mungkin atau mungkin tidak diubah menjadi video gulungan atau video *reels*. Setelah penambahan berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram, para juru dakwah harus mampu memahami teknik penggunaan media secara akurat.

Dalam pelajaran ini, siswa akan belajar tentang diskusi peer-to-peer di Instagram yang berfungsi sebagai seruan untuk berbicara. Peneliti menggunakan username @islamidotco pada media sosial untuk jurnalis di Instagram. sebab media ini menarik buat dikaji dalam hal dakwah, sebab pesan yang disampaikan juga

---

<sup>31</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Kencana, Jakarta, 2006), 32

mengikuti perkembangan terkini saat ini sehingga rakyat bisa melihat dakwah pada media sosial instagram yang sangat efisien berdasarkan peneliti.

Dengan memanfaatkan media (alat) untuk menyampaikan apa yang dikatakan tentang dakwah, dakwah akan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan membangkitkan perhatian yang lebih besar terhadap apa yang dikatakan tentang dakwah. Saat ini media komunikasi cukup aktif dan mengalami banyak aktivitas yang menghentak. Komunikasi yang agak cepat dapat menghasilkan informasi yang tepat. Beberapa jenis media komunikasi yang dapat digunakan sebagai media dakwah, antara lain:

- a) Media visual, sering dikenal sebagai media komunikasi, adalah jenis komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif melalui pemikiran yang mendalam. media visual, gambar, foto, dan komputer.
- b) Media auditif adalah bentuk komunikasi berbasis perangkat keras yang menggunakan teknik perekaman dan penyuntingan yang mendalam. Contoh media jenis ini antara lain tape recorder, radio, dan televisi..
- c) Televisi, film, atau bahkan internet adalah contoh media audio visual yang merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat dipahami melalui indera pendengaran dan penglihatan.<sup>32</sup>

Menyimpulkan dari beberapa jenis media di atas, Instagram merupakan salah satu bentuk media audiovisual. Saat ini, ia telah berkembang menjadi media atau bahkan slogan yang digunakan oleh banyak anggota masyarakat, terutama yang melakukan pencemaran nama baik, untuk mengekspresikan diri. Mereka melakukan ini dengan menggunakan pendengaran dan penglihatan yang tak kenal lelah. Semakin banyak kaum pendakwah yang terjun membuat akun dakwah di Instagram, karena banyak akun atau model dakwah yang dapat dilihat dalam sebuah akun instagram yang begitu mudah diterima oleh khalayak. Salah satu akun terpopuler di Twitter hingga saat ini adalah @islamidotco. Hal ini terjadi karena Khalayak bisa memahaminya dengan mudah dan bisa lebih spesifik dengan pesan-pesan dakwah yang jelas yang ada di akun @Islamidotco.

---

<sup>32</sup> H. Suarin Nurdin, Media Sebagai Sarana komunikasi dalam berdakwah, *Ta'dib* : Volume 16, No 2 ( Juli- Des 2018 ), 54

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian selalu menjadi alat referensi atau sebagai pengingat bagi penulis ketika menyusun penelitian. Tujuannya adalah untuk memperjelas perbedaan dan menjelaskan posisi peneliti. Selain dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, juga juga dapat digunakan sebagai pembanding. Sederhananya, setiap bukti selanjutnya sangat menunjukkan bahwa bukti asli diberikan oleh penulis asli makalah. Mungkin sudah ada beberapa orang yang menggunakan kuesioner ini, namun ada beberapa hasil yang berbeda.

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang ditemukan oleh peneliti :

1. Skripsi **Nurmalaini “Efektivitas *Whatsapp Mesengger* Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”**. Di Penelitian skripsinya membahas penerapan *Whatsapp Mesengger* sebagai media dakwah beserta kelebihan dan kekurangannya pada mahasiswa fakultas tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan responden dari mahasiswa program studi komunikasi penyiaran islam. Dengan yang saya lakukan penelitian, memiliki kesamaan yakni sama-sama memakai media untuk objek melihat efektivitas menyampaikan dakwah, bedanya dengan penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti menggunakan media sosial Instagram sedangkan pada penelitian ini menggunakan media *Whatsapp Mesengger*. Metode yang peneliti gunakan untuk penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>33</sup>
2. Skripsi **Romi Mardiansyah, “Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Hannan Attaki melalui Media Sosial Youtube Dikalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj Hayati IV Sukarame Bandar Lampung)”**. Dalam penelitian ini peneliti sama-sama focus penelitiannya dengan efektivitas pesan dakwah melalui media sosial. Hanya perbedaannya penelitian yang peneliti lakukan menggunakan media sosial Instagram dan penulis menggunakan Youtube. Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Nurmalaini, *Efektivitas *Whatsapp Mesengger* Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 2021

<sup>34</sup> Romi Mardiansyah, *Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Hannan Attaki melalui Media Sosial Youtube Dikalangan Remaja (Studi Pada Gg. Hj Hayati IV Sukarame Bandar Lampung)*, 2020

3. Jurnal Ilmiah Syaifuddin & Abdul Muhid, “Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Riview”. Dalam penelitian ini memiliki persamaan yaitu dalam bentuk deskriptif, dan meneliti efektivitas media sosial dari segi pesan dakwahnya. Perbedaannya terletak pada analisisnya, peneliti terdahulu menggunakan Analisis Literature Riview, sedangkan peneliti sekarang menggunakan analisis isi. Fokus kajian saat ini adalah efektivitas penodaan Islam di media dan masyarakat sebagai sarana untuk memahami dampak media terhadap masyarakat dan peran media dalam memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai agama.<sup>35</sup>

Selain menggunakan analisis isi atau isi, penelitian ini selalu menggunakan analisis deskriptif analitik untuk mengilustrasikan suatu fenomena yang sedang terjadi dan analisis tematik analitik untuk memahami apa sebenarnya yang berhubungan dengan topik. Analisis deskriptif analitik meliputi proses pengumpulan informasi biografis, metodologi, dan temuan penelitian. Sebaliknya, analisis topik dilakukan dengan cara yang menekankan mempertahankan fokus yang telah ditetapkan di antara para peserta.<sup>36</sup> Dari fokus penelitian memiliki perbedaan untuk jurnal media sosial secara menyeluruh, sedangkan penelitian yang sekarang lebih spesifik ke media sosial instagram.

Dari ketiga penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh peneliti sebagai rujukan pembuatan penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang peneliti lakukan benar-benar penelitian baru dan belum pernah dilakukan penelitian dengan objek yang sama. Ketiga penelitian terdahulu hanya dijadikan acuan kajian pustaka dan teori.

### C. Kerangka Berfikir

Penelitian ini nanti mengolah dan memahami konten yang dipublish dalam akun instagram @islamidotco dalam menyampaikan pesan dakwah yang nantinya dinilai bisa sebagai media penyampai dakwah. Kontennya atau isi pesan dakwah mencakup akhlaq, akidah, syariat, muamalah. Dari hal tersebut dapat dianalisis melalui metode

---

<sup>35</sup> Syaifuddin, Abdul Muhid, Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Riview, *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 2021 Vol. 20, No. 1

<sup>36</sup> Syaifuddin, Abdul Muhid, Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim Analisis Literature Riview, *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 2021 Vol. 20, No. 1, 20



analisis isi dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi dan dipahami untuk menemukan rerepresentasi pesan dakwah. Adapun analisisnya sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**

