

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FEBRI KURNIAWAN**

**NIM 20181930411015**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG  
TAHUN 2022**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Disusun Oleh:  
FEBRI KURNIAWAN  
NIM 20181930411001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG  
TAHUN 2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM INSTITUT AGAMA  
ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

**Disusun oleh :  
FEBRI KURNIAWAN  
NIM 20181930411015**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi  
Malang, 15 Agustus 2022

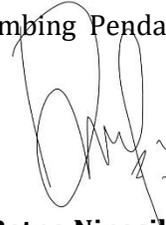
Pembimbing Utama



**Alfian Adi Saputra, M.Kom**

NIDN: 2124089102

Pembimbing Pendamping



**Diah Retno Ningsih, M.Pd**

NIDN: 2120099201

Mengetahui

Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam



**Fanizyah Rachmawati, M. Kom**

NIDN: 2130089101

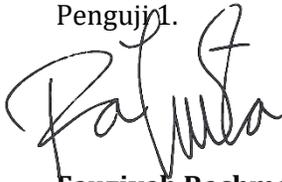
**LEMBAR PENGESAHAN**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM INSTITUT AGAMA  
ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

**Disusun oleh :  
FEBRI KURNIAWAN  
NIM 20181930411015**

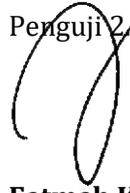
Telah diuji serta dapat dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana  
pada Hari Senin, Tanggal 15 Agustus 2022

Penguji 1.



**Fauziah Rachmawati, M. Kom**  
NIDN: 2130089101

Penguji 2.



**Fatmah K, M.Pd**  
NIDN: 2101029203

Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi Islam



**Diah Retno Ningsih, M**  
NIDN: 2120099201

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febri Kurniawan  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam  
Nim : 20181930411015

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA PROGRAM  
STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM INSTITUTE AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO  
MALANG**

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

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

Malang, 15 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan

**Febri Kurniawan**

NIM. 20181930411015

## KATA PENGANTAR

*Bismilahirrohmanirrohim*

Puji dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sholawat serta salam selalu tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, para sahabat, dan kaum muslimin. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam, adapun judul dari skripsi ini adalah “ **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAMINSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG** ”

Berkat Rahmat dan karunia Allah SWT, serta bimbingan dan bantuan baik materil, moril dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada yang terhormat:

1. Guru saya Al Mukarom KH. Ali Muzaki yang selalu memberikan doa serta ilmunya kepada saya
2. Bapak Dr. Mohammad Yusuf Wijaya, Lc., MM., Ph.D selaku Rektor Intitut Agama IslamSunan Kalijogo Malang.
3. Bapak Dr. Sholihun, M.M selaku Wakil Rektor 1 Institut Agama IslamSunan Kallijogo Malang
4. Ibu Endang Tyasmaning selaku Wakil Rektor 2 yang selalu mensupport saya untuk segera menyelesaikan skripsi
5. Bapak Muhammad Sahli, S.Kom., MM selaku Wakil Rektor 3 Institut Agama IslamSunan Kalijogo Malang
6. Ibu Diah Retno Ningsih, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi IslamIntitut Agama IslamSunan Kalijogo Malang.
7. Ibu Fauziyah Rachmawati, M.Kom selaku Kepala Program Studi Komunikasi IslamInstitut Agama IslamSunan Kalijogo Malang
8. Miss Zizi Nur Hikmah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing utama
9. Kedua orang tua saya tercinta

10. Istri saya tercinta Masruroh, M.Pd yang cantik dan selalu mendoakan untuk kesuksesan saya
11. Anak saya tercinta Ahmad Daimul Ihsan
12. Rekan-rekan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islamseluruh angkatan khususnya angkatan 2018
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini.

Malang, Agustus 2022

## ABSTRAK

Kurniawan, Febri. 2022. *Pemanfaatan Insagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang*. Skripsi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Pembimbing (1) Zizi Nurhikmah, M.Pd Pembimbing (2) M. Hidayatulloh, M.I.Kom

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memberikan banyak pilihan kepada khalayak suatu cara memperoleh informasi dengan cepat dengan adanya kecanggihan dari media elektronik. Terkait perkembangan media sosial saat ini, seorang Da'i seharusnya dapat mengamati dan memanfaatkan perkembangan media dakwah. Instagram menjadi media terpopuler nomor tiga di Inonesia. Melihat latar belakang mahasiswa KPI yang telah mendapat mata kuliah dakwah dan komunikasi media massa maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah mahasiswa komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dan juga memanfaatkan Instagram untuk akses dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan lapangan. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang menggunakan Instagram dan mengakses pesan dakwah di Instagram. Sampel penelitian ditentukan secara random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian diketahui bahwa : 1) mahasiswa program studi komunikasi penyiaran islam institut agama Islam sunan kalijogo malang cenderung *menjadi Mad'u* daripada menjadi seorang *Da'i*. 2) pemanfaatan instagram sebagai media dakwah memiliki dampak yang signifikan terhadap dakwah Islam. 3) mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang mengakses Instagram yang berkonten dakwah. Kesimpulannya, pemanfaatan instagram dikalangan mahasiswa komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang cenderung menjadi seorang *mad'u* daripada mejadi seorang *Da'i* Instagram menjadi media dakwah yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah. Mahasiswa komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang dalam mengakses instagram yang berkonten dakwah yaitu dengan mengikuti akun instagram yang banyak menyampaikan pesan dakwah dengan melihat dan membaca atau mendengarnya melalui beberapa fitur-fitur yang tersedia di instagram seperti foto yang mengandung pesan dakwah, instastory atau video yang berdurasi pendek yang berisi konten dakwah.

*kata kunci* : Instagram, Media Dakwah

## **ABSTRACT**

Kurniawan, Febri. 2022. Utilization of Instagram as a propaganda medium for students of the Islamic Broadcasting Communication Study Program, Sunan Kalijogo Institute of Islamic Religion, Malang. Thesis, Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Islamic Da'wah and Communication, Sunan Kalijogo Institute of Islamic Religion, Malang.

Supervisor (1) Zizi Nurhikmah, M.Pd Supervisor (2) M. Hidayatulloh, M.I.Kom

The development of communication technology currently provides many choices to the public a way to obtain information quickly with the sophistication of electronic media. Regarding the current development of social media, a Da'i should be able to observe and take advantage of the development of da'wah media. Instagram is the third most popular media in Indonesia. Seeing the background of KPI students who have received preaching and mass media communication courses, this study aims to determine whether students of Islamic broadcasting communication at the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang use Instagram as a medium of da'wah and also use Instagram to access da'wah. This research is a descriptive research with a field approach. The sample of this research is the students of Islamic Communication and Broadcasting of the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang who use Instagram and access da'wah messages on Instagram. The research sample was determined by random sampling, where the researcher chose a random sample. Data collection techniques using the methods of observation, interviews, documentation and triangulation. The data obtained were then analyzed descriptively by means of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed that: 1) students of the Islamic broadcasting communication study program at the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang tend to be Mad'u rather than Da'i. 2) the use of Instagram as a medium of da'wah has a significant impact on Islamic da'wah. 3) students of the Islamic Broadcasting Communication study program at the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang access Instagram with da'wah content In conclusion, the use of Instagram among students of Islamic broadcasting communication at the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang tends to be a mad'u rather than a preacher. Instagram is an effective da'wah media to convey da'wah messages. Students of Islamic broadcasting communication at the Islamic Institute of Religion Sunan Kalijogo Malang in accessing Instagram with da'wah content, namely by following an Instagram account that conveys a lot of da'wah messages by seeing and reading or hearing it through several features available on Instagram such as photos containing da'wah messages, instastory or short videos containing da'wah content.

keywords: Instagram, Media Da'wah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Rumusan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teoritis.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Kerangka Berfikir.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
3.2. Tahapan penelitian.....	34
3.3. Fokus Penelitian.....	35
3.4. Lokasi dan Objek Penelitian.....	35
3.5. Sumber Data dan Jenis Data.....	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7. Teknik Analisis Data.....	38
3.8. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.2. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64

5.2. Saran..... 64  
Lampiran ..... 70

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Rumusan

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memberikan banyak pilihan kepada khalayak suatu cara memperoleh informasi dengan cepat dengan adanya kecanggihan dari media elektronik. Media elektronik yang mudah di akses dapat membantu individu yang satu terhubung dengan individu yang lainnya di tempat yang berbeda dalam satu waktu karena adanya akses internet. Dalam hal ini internet menjadi kebutuhan bagi individu karena semua informasi bisa diakses, saat ini jaringan internet mempunyai berbagai macam *feature* didalamnya, sehingga pengembang berinovasi menciptakan media yang memudahkan untuk berkomunikasi seperti Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram dan yang lainnya.

Terkait perkembangan media sosial saat ini, seorang Da'i seharusnya dapat mengamati dan memanfaatkan perkembangan media dakwah. Dakwah sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh seorang muslim dalam menyampaikan ajaran agama. Secara etimologis, menurut para ahli bahasa dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u da'watan*, artinya mengajak atau menyeru. Secara terminologis, dakwah adalah menyeru atau mengajak manusia agar menempuh kehidupan di jalan Allah SubhanahuWa Ta'ala,<sup>1</sup> berdasarkan ayat Al-Qur'an surah An-Nahl: 125.

---

<sup>1</sup> Asep Syamsul M. Romli. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. (Bandung: 2013) h.10

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

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”*<sup>2</sup>

Dalam ayat tersebut terdapat perintah dan metode berdakwah bahwa berdakwah boleh di lakukan oleh siapa saja. Dalam ayat ini terdapat banyak metode atau cara yang dapat dilakukan seperti hikmah, berdebat dan diskusi yang bertujuan mencari satu pemahaman bersama. Setiap pemikiran, perkataan ataupun perbuatan yang secara eksplisit ataupun implisit mengajak seseorang menuju jalan kebaikan, amal shaleh atau menuju kebenaran dalam bingkai agama Islam, dapat disebut dakwah serta proses berdakwah tidak terlepas dari proses komunikasi dakwah.

Komunikasi dakwah merupakan semua bentuk komunikasi yang berkaitan dengan pesan seruan ke jalan Allah SWT atau bentuk mengajak berbuat baik dan meninggalkan keburukan.<sup>3</sup> Proses komunikasi dalam dakwah disampaikan oleh komunikator dalam dakwah disebut sebagai Da'i dan komunikan yang disebut Mad'u. keterampilan seorang Da'i berkomunikasi untuk menyerukan dakwah menjadi hal yang penting bagi Da'i agar tujuan dakwah dapat tercapai.

---

<sup>2</sup> <https://quran.kemenag.go.id/> di akses 25 Agustus 2022

<sup>3</sup> Wahyu Ilaihi, *“Komunikasi Dakwah”*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 17

Untuk mencapai tujuan tersebut metode dalam Komunikasi Dakwah yang digunakan disesuaikan dengan keadaan Mad'u. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, Da'i tentu tidak cukup jika hanya menggunakan satu metode dakwah dengan hanya berceramah saja, akan tetapi keberadaannya juga harus di dukung dengan metode lain yang mampu membantu menyampaikan pesan dakwah kepada Mad'u.

Melaksanakan tugas dakwah memerlukan media sebagai alat berkomunikasi antara Da'i dan Mad'u, media yang mudah digunakan adalah media elektronik yang dapat membantu Da'i melaksanakan tugas dakwah sesuai dengan situasi dan kondisinya. Agar mudah bagi Da'i menyiarkan agama Islam dan membawa dampak positif bagi Mad'u, seorang Da'i memilih media yang tepat sebagai media dakwah yang digunakan. Seperti media cetak, media audio, media visual bahkan media audio visual

Media yang sering digunakan dalam berdakwah seperti media cetak, surat kabar, majalah, dan lainnya saat ini sudah kurang diminati, kemudahan dalam mengakses informasi menggunakan fasilitas media elektronik dianggap lebih praktis, mudah dan cepat, hal ini diimbangi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih seperti media elektronik televisi, radio dan internet.

Menurut penelitian yang dilakukan HootSuite perusahaan platform media sosial dari Kanada bekerjasama dengan WeAreSocial perusahaan media sosial dari Inggris, menerbitkan data tren tentang internet dan media sosial pada Januari 2021. Rata-rata orang Indonesia menggunakan media sosial 17 jam perbulan untuk mengakses media sosial instagram dari total populasi (jumlah

penduduk) orang Indonesia sebanyak 247,9 juta jumlah pengguna internet 202,6 juta, dan pengguna aktif media sosial 170 juta. Dari hasil survei HootSuite dan WeAreSocial persentase pengguna internet yang menggunakan platform Youtube sebesar 93,8%, Whatsapp 87%, dan Instagram 86%.<sup>4</sup>

Berdasarkan data tersebut Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbesar ke tiga di Indonesia setelah Youtube dan Whatsapp. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang saat ini sangat gemari oleh kalangan muda. Pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 85 juta pengguna pada Januari 2021 berdasarkan hasil penelitian NapoleonCat perusahaan analisis sosial media marketing yang berasal dari Polandia. Hasil tersebut juga menunjukkan pengguna perempuan mendominasi dengan 52,4% dan pengguna laki-laki 47,7%.

Instagram saat ini populer di semua kalangan. Dalam penelitian A'ourika di Indonesia jumlah penggunaan platform media sosial Instagram per Juli 2021 adalah 91,77 juta pengguna. Responden anak usia 13-15 sebanyak 58% pengguna Instagram setiap hari. Presentasi ini menunjukkan platform Instagram banyak pengunanya di antara platform lainnya. Dengan fitur Instagram yang semakin kompleks dan menarik, pengguna dapat mengikuti perkembangan terbaru.<sup>5</sup> Pada awalnya Instagram sebagai wadah eksistensi diri bagi pengunanya, kini dapat berfungsi sebagai media dakwah, atau mengajak ibadah dan kegiatan positif.

---

<sup>4</sup><https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> akses 12/10/2021; 12.38

<sup>5</sup>A'ourika Devi, dkk., 'Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram', *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1 (2021), hal. 141.

Fitur utama Instagram adalah berbagi konten foto dan video, Instagram terus melakukan inovasi dengan menghadirkan fitur-fitur terbarunya seperti Instagram Story, Siaran Langsung, Instagram TV, Reels, serta template – template dalam baru dalam memposting foto atau video. Fitur – fitur inilah yang kemudian di manfaatkan oleh pelaku dakwah untuk menyampaikan pesan – pesan dakwah seperti Ust. Hanan Ataki, Ust. Felix Siau.

Instagram merupakan sebuah aplikasi dapat membagikan foto, mengambil foto, memaparkan filter digital dan membagikannya ke berbagai sosial media. Dengan aplikasi Instagram pengguna dapat menggunakan video sebagai media dakwahnya karena di Instagram dapat memposting video yang berisi ceramah dengan durasi 60 detik, dengan ini masyarakat dan para pengguna instagram mampu memahami isi pesan dakwah tersebut secara ringkas. Dalam postingan tersebut juga bisa di tulis dibawah video sebagai caption atau kata-kata yang menjadi keterangan video tersebut. Selain itu di aplikasi Instagram juga tersedia fitur *stories* dan *live streaming* untuk menyiarkan dakwah secara langsung. Aplikasi Instagram ini juga menjadi media yang mampu menjangkau berbagai informasi untuk menyebarkannya diberbagai tempat dan wilayah. Adapun tiga alasan berdakwah yang dapat dilakukan melalui via internet :

1. Karena orang muslim sudah tersebar diberbagai wilayah, maka internet sangat berperan penting untuk menyebarkan ilmu tersebut di seluruh dunia.

2. Instagram juga memberikan kemudahan untuk menyebarkan luaskan pemikiran-pemikiran yang cerdas dan dapat menyampaikan pesan-pesan keseluruh dunia.
3. Dari manfaat instagram untuk dakwah , dapat menunjukkan bahwa orang muslim harus bisa menyesuaikan dengan teknologi yang ada dan sesuai dengan aqidah.<sup>6</sup>

Instagram menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini, banyak informasi yang dibagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibandingkan informasi tersebut tayang di televisi.<sup>7</sup>

Dengan berbagai keunikan fitur yang ada pada aplikasi Instagram seperti pada bingkai foto maupun video berbentuk persegi, juga fitur edit video ini yang menjadi penarik minat pengguna untuk memposting di Instagram. Keunikan lain instagram yaitu pada durasi video yang diberikan Instagram tidak lebih dari 60 detik, sehingga ini menjadi sebuah tantangan bagi pengguna agar bisa mengemas pesannya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh Instagram.

Dalam penelitian Yosieana Penggunaan fitur-fitur di Instagram sangat banyak digunakan oleh para penggunanya khususnya para komunitas yang menamakan dirinya sebagai komunitas *Vidgram* biasanya mereka mengunggah video-video pribadi , informasi, komedi dan lain-lainnya yang sedang hangat diperbincangkan. Penonton dari video-video yang diunggah mereka sangatlah

---

<sup>6</sup> Elysia Yuli Astuti, dkk., *Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah di Kalangan Masyarakat*, Jurnal Manajemen Dakwah: Qulubana, Vol. 02, No. 02 November 2021, hal. 6.

<sup>7</sup>Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 42.

banyak bisa mencapai satu juta lebih tayangan, inilah yang menjadi motivasi para Da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna Instagram menggunakan fitur vidgram (video Instagram) ini.<sup>8</sup>

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) adalah salah satu Fakultas di Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang memiliki dua program studi yaitu salah satunya Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Mahasiswa KPI diharapkan menjadi praktisi media yang memiliki kemampuan untuk mengemas komunikasi dengan berlandaskan nilai-nilai Islam. Sesuai silabus pada jurusan KPI, mahasiswa sudah belajar mata kuliah ilmu dakwah di semester tiga. Tujuan dari mata kuliah tersebut adalah pendalaman dalam penyampaian pesan dakwah. Selain itu, mahasiswa KPI juga mendalami media massadan khalayak yang bertujuan untuk menyebarkan pesan dakwah dengan manajemen yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

Melihat latar belakang mahasiswa KPI yang telah mendapat mata kuliah dakwah dan komunikasi media massa, sehingga seharusnya mahasiswa sudah dapat memanfaatkan mata pelajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga latar belakang tersebut menjadi menarik bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang".

---

<sup>8</sup>Deslima, Y. D, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung, 2018, hal. 28).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan instagram oleh Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang sebagai media dakwah ?
2. Bagaimana Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Mengakses Instagram yang Berkonten Dakwah?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang dalam memanfaatkan mengakses Instagram yang berkonten dakwah

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini memiliki manfaat yang tertuang dalam manfaat teoritis dan praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

## 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang didapat dalam penelitian ini adalah penambah wawasan dan memperbanyak wacana keilmuan tentang pentingnya pemilihan media sosial sebagai media dakwah.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah mampu menjadi bahan evaluasi yang positif serta obyektif untuk para da'i yang mempelajari media dakwah di era digital ini dan secara khusus bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teoritis**

##### **2.1.2. Instagram**

###### **A. Pengertian Instagram**

Instagram merupakan aplikasi sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto maupun video secara online. Kata instagram di ambil dari kata "instan", yang artinya cepat. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.<sup>9</sup> Dari pengertian tersebut Instagram adalah aplikasi media sosial berbasis foto maupun video yang di gunakan untuk berbagi informasi dengan cepat melalui media internet kepada semua pengguna aplikasi instagram. Selain berbagi foto dan video pada aplikasi instagram juga bisa di manfaatkan penggunaannya dengan berbagi informasi berbasis teks.

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah aplikasi berbasis handphone yang mempunyai fungsi hampir sama dengan media sosial twitter, namun letak perbedaanya pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>10</sup>

Komponen dalam Instagram logo gambar kamera yang didesain semenarikm mungkin, hanya fokus untuk memposting foto dan video. Dalam Instagram terdapat beberapa komponen (@mrbambang, 2012: 28) yaitu

---

<sup>9</sup><http://eprints.umm.ac.id/43019/5/BAB%204.pdf> di akses pada 12 november 2021

<sup>10</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*,(Jakarta:Media Kita,2012), h.10.

halaman, pencarian, share, dan efek foto Interaksi media sosial Follow (pengikut), like (suka) tanda love Comment (komentar), caption foto dapat ditambahkan juga lokasi foto serta menandai orang yang ada dalam foto tersebut. Dari foto-foto dan lambang terdapat simbol atau tanda, dalam pengembangan ilmu sekarang maka foto atau quote dapat dianalisis melalui teori semiotika yaitu teori yang membahas tentang tanda. Aliran semiotika Roland Barthes yang menyebutkan semiotika konotasi denotasi, dan mitos.<sup>11</sup>

## **B. Sejarah Instagram**

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.<sup>12</sup>

media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.<sup>13</sup>

Media Sosial Instagram media komunikasi yang efektif dalam bersosialisasi dengan masyarakat, sebagai bentuk kreatifitas para ahli teknologi yang hadir ditengah masyarakat. Dewasa ini media sosial sangat digemari oleh banyak orang terutama generasi milenial didalamnya terdapat media sosial dan

---

<sup>11</sup> Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2017). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 22-45

<sup>12</sup> Ardianto, A., & Yudiawan, A. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram@ pemudahijrah Terhadap Perilaku Sosial Pada Remaja: Studi Pada Siswa-Siswi MAN Model Sorong. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(1), 84-94.

<sup>13</sup> Anggraini, D. (2020). *Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram@ islamdakwahcom)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

mempunyai karakter berbeda. Karakter Informasi, Karakter Arsip. Karakter Interaksi, Dari beberapa macam karakter media sosial salah satu karakter interaksi tepat dijadikan sebagai interaksi untuk berdakwah di media sosial. Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah dapat digunakan oleh siapapun, sebagai sarana untuk berbagi foto dan video sebagai media untuk berdakwah.<sup>14</sup>

Mandibergh mengungkapkan media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content). Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be shared one-to-one) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada batas individu.<sup>15</sup>

Awal berdirinya Instagram di mulai pada tahun 2010 tepatnya pada tanggal 06 oktober 2010 oleh sebuah perusahaan bernama Burb. INC yang berhasil di dirikan oleh Mieke Krieger dan Kevin Storm. Mieke Krieger dan Kevin Storm adalah orang yang paling berjasa dengan lahirnya aplikasi yang bernama instagram. Lahirnya instagram menandakan lahirnya aplikasi media sosial yang dapat berbagi informasi berbasis foto dan video dengan cepat.

*Burb. INC* adalah perusahaan pada awalnya adalah perusahaan yang yang banyak melakukan pembuatan dan pengembangan aplikasi. Perusahaan ini memiliki visi dan misi dalam pembuatan dan pengembangan aplikasi untuk gawai. Instagram sendiri pada awal didirikan hanya dapat di instal pada gawai saja akan tetapi pada perkembangannya saat ini Instagram dapat juga di akses di computer.

---

<sup>14</sup> Rohman, UJ, & Effendi, A. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH PADA MAJELIS MULAZAMAH MAHASISWA MUSH'AB BIN UMAIR DI SURAKARTA TAHUN 2022. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3 (3), 5307-5314.

<sup>15</sup> Sari, M. P., & Lubis, E. E. (2017). *Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama Islam oleh mahasiswa fisip universitas Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).

Sejak awal aplikasi intagram di luncurkan pengguna instagram terus bertambah dan ini di buktikan pada tahun 2011 jumlah pengguna instagram mencapai 10 juta pengguna dan pada tahun 2012 instagram mengumumkan 30 juta pengguna sudah menggunakan aplikasi instagram.<sup>16</sup> Jumlah pengguna yang sudah mencapai puluhan juta ini kemudian membuat Instagram terus berinovasi. Salah satu inovasi instagram dalam memanjakan penggunanya adalah pada tahun 2013, Instagram menambahkan fitur *tagging* ( tandai ) pada profil pengguna. Fitur *tagging* pada profil Instagram kemudian di perluas ke merek, dan inovasi ini kemudian menyebabkan peningkatam penjualan<sup>17</sup>

Inovasi berikutnya berhasil di lakukan oleh Instagram adalah pada akhir 2013 Instagram menambahkan fitur *chat* bagi pengikut untuk bertukar informasi, bertukar foto, serta bertukar video. Selain adanya penambahan fitur *chat* instagram juga mengembangkan fitur instagram story yaitu pengguna bisa berbagi aktifitas melalui foto maupun video ke sesame pengguna

### **C. Fitur – fitur dalam Instagram**

Dilansir pada web resmi instagram terdapat tulisan dalam berbahasa ingris yaitu *Bringing you closer to the people and things you love* yang memiliki arti Membawa Anda lebih dekat dengan orang – orang dan hal yang anda cintai.<sup>18</sup> Instagram terus berinovasi dengan menambah fitur – fitur pada aplikasi Instagram. Instagram memiliki lima menu utama yang secara keseluruhan di letakkan pada bagian bawah dan tiga menu di letakkan di bagian pojok kanan atas yaitu sebagai berikut

---

<sup>16</sup><https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%20BAB%20IV.pdf> di akses pada 12 November 2021

<sup>17</sup> Ibid 6

<sup>18</sup><https://about.instagram.com/> di akses pada tanggal 12 November 2021

Gambar 1. Fitur fitur dalam Instagram



a) *Home Page*

*Home page* adalah menu utama yang menampilkan unggahan terbaru berupa foto maupun video dari sesama pengguna yang telah di ikuti. Cara menampilkan unggahan terbaru hanya dengan menggeser dari bawah ke atas. Instagram tidak menampilkan semua unggahan terbaru akan tetapi instagram memberikan batasan dengan hanya menampilkan unggahan yang terbaru.

b) *Explore*

Fitur *Explore* dapat di pergunakan untuk mencari foto – foto atau video yang populer atau viral di instagram. Pada fitur ini pengguna dapat dengan mudah untuk mencari informasi yang ingin di cari. Cara mengaksesnya pun sangat mudah pengguna hanya memilih informasi yang di inginkan di fitur *explore*

Gambar 2 Tangkapan layar Fitur Explore



c) *Reels*

*Reels* adalah fitur terbaru yang di kembangkan oleh instagram. Dilansir dari laman resmi [about.instagram.com/features/reels](https://about.instagram.com/features/reels) terdapat tulisan *Create, watch, and share short, entertaining videos* yang artinya buat, tonton dan bagikan video pendek yang menghibur. Cara menggunakan fitur ini adalah dengan mengekspresikan diri pengguna dengan video pendek dan menyenangkan selama tiga puluh detik dengan memanfaatkan filter, teks dan audio yang sudah di siapkan oleh instagram

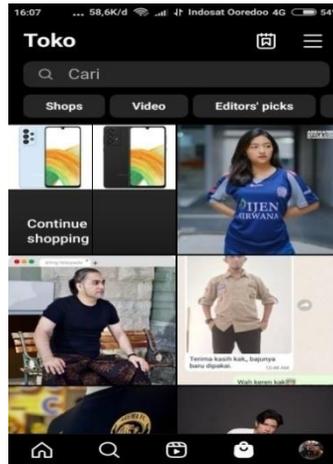
Gambar 3 Tangkapan layar fitur *Reels*



d) *Shop*

Fitur *shop* dapat di manfaatkan oleh pengguna Instagram untuk mempromosikan dan mengembangkan promosi bisnis pengguna instagram. Pada fitur ini pengguna dapat dengan mudah untuk melakukan pembelian bahkan penjualan melalui fitur *shop*

Gambar 4 tangkapan layar fitur Shop



e) Profil

Halaman profil ini dapat di akses pada menu utama di bagian bawah paling kanan. Fitur ini menampilkan profil pengguna, jumlah foto yang sudah di upload, jumlah follower dan jumlah following.

Gambar 5 Tangkapan layar fitur Profil



f) Posting

Fitur ini digunakan untuk memposting atau mengunggah foto atau video. Dalam fitur ini terdapat juga IG TV, siaran langsung IG. Terdapat teknik – teknik dalam mengunggah postingan di IG. Pengguna bisa menggunakan

*hashtag*. *Hashtag* di simbolkan dengan tanda pagar ( # ). Tombol ini memudahkan pengguna untuk mencari unggahan dengan *hashtag* tertentu. Selain *hashtag* pengguna bisa memposting dengan menambahkan fitur lokasi dimana postingan tersebut di ambil. Satu lagi fitur yang bisa di tambahkan sebelum mengunggah foto atau video yaitu dengan fitur mention. Fitur ini di gunakan untuk menambah pengguna lain dengan memberikan tanda “ @ ”<sup>19</sup> di setiap postingan.

g) *Like button*

*Like button* adalah tombol yang di gunakan oleh pengguna instagram untuk menunjukkan apakah pengguna insatgram tersebut menyukai postingan yang telah di unggah

h) *Direct Message*

*Direct message* di gunakan untuk melakukan live chatting sesama pengguna instagram. Fitur ini memungkinkan adanya komunikasi dua arah antar sesama pengguna instagram.

#### **D. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah**

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto maupun video yang di kenal oleh semua orang di seluruh dunia. Adanya instagram pendakwah di harapkan akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi serta memahami strategi pemanfaatan media. Melalui instagram dakwah tidak hanya dilakukan dengan berceramah dari masjid satu ke masjid lainnya atau dengan dakwah melaui tulisan di surat kabar, akan tetapi dakwah bisa di lakukan dengan menggunakan foto maupun video yang menarik sehingga masyarakat khususnya pengguna

---

<sup>19</sup> Tanda “ @ “ memiliki fungsi untuk sebagai tanda untuk menandai teman atau akun tertenti

instagram tertarik mengikuti dan melihatnya. Instagram memberikan kemudahan bagi pendakwah untuk melakukan aktifitas dakwahnya dalam bentuk gambar maupun video dan pada fitur chat di instagram memudahkan adanya komunikasi antara pendakwah dengan pengikutnya.

Muzayyanah Yuliasih (2021) menyatakan per juli 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 91,77 juta pengguna. Sebanyak 58 % responden menggunakan instagram setiap harinya. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi instagram sebagai media efektif untuk dijadikan media dakwah bagi para Da'i / pendakwah<sup>20</sup>

Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dapat di lakukan dengan cara sederhana. Pendakwah bisa memposting/ mengunggah foto yang berisikan dakwah ataupun pendakwah bisa memposting dakwah dalam bentuk tulisan. Beberapa pendakwah sudah memanfaatkan dakwah dengan instagram seperti @nuonline, @yusufmansurnew

Gambar 6 Tangkapan layar akun Instagram NU Online



---

<sup>20</sup>Yuliasih Muzayyanah, Jurnal dakwah : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Generasi Milenial, ( STID Mohammad Natsir, 2021)

### 2.1.3. Dakwah

#### 1. Pengertian dakwah

Menurut Prof Ali Aziz kata dakwah berasal dari bahasa arab. Kata dakwah terdiri dari huruf *dal, ain dan wawu*. Dari rangkaian 3 huruf ini terbentuk makna memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon.

Kata dakwah di dalam Al Quran kata dakwah memiliki dua pengertian yang pertama adalah artian ajakan untuk hal kebaikan serta ajakan untuk hal kejelekan. Kata dakwah untuk kebaikan terdapat di dalam surat Al Baqoroh juz 2 ayat 221

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكَةَ حَتَّىٰ يُؤْمِنَ ۚ وَلَٰمَةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ وَلَوْ  
أَعَجَبْتُمْ ۚ وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَعِبْدٌ مُّؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ  
مُّشْرِكٍ وَلَوْ أَعَجَبَكُمْ ۚ أُولَىٰ ۚ إِنَّكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ ۖ وَاللَّهُ يَدْعُو ۖ إِلَى  
الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ ۚ وَبَيِّنَ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ

Artinya " Dan janganlah kamu nikahi perempuan musyrik, sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya perempuan yang beriman lebih baik daripada perempuan musyrik meskipun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu nikahkan orang (laki-laki) musyrik (dengan perempuan yang beriman) sebelum mereka beriman. Sungguh, hamba sahaya laki-laki yang beriman lebih baik daripada laki-laki musyrik meskipun dia menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedangkan Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada manusia agar mereka mengambil pelajaran."

Sedangkan pengertian dakwah yang memiliki pengertian mengajak kepada hal kejahatan terdapat di surat Al Fatir ayat 5

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا ۗ وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ

Artinya “ *sesungguhnya syaitan itu adalah musuh bagimu, maka anggaplah ia musuhmu, karena sesungguhnya syaitan itu hanya menhajak golongannya supaya mereka menjadi penghuni nerakan yang menyala nyala*”

Dua ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah memiliki dua pengertian yaitu dakwah sebagai ajakan melakukan kebaikan dan dakwah sebagai ajakan melakukan kejahatan.

Menurut Asep Muhiddin dakwah adalah upaya memperkenalkan Islam yang merupakan satu satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.

Habib Quraish Shihab berpendapat bahwa dakwah adalah proses ajakan atau menyeru kepada manusia untuk insyaf atau mengubah situasi menjadi lebih baik, baik terhadap pribadi maupun terhadap masyarakat.

Muhammad Qodaruddin Abdullah berdakwah itu merupakan suatu perjuangan hidup untuk menegakkan dan menjunjung tinggi undang – undang ilahi di seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat, sehingga ajaran Islam menjadi celupan yang mendasari, menjiwai dan mewarnai seluruh sikap dan tingkah laku manusia dalam kehidupan dan pergaulan hidupnya<sup>21</sup>

Khairan Muhamamd Arif menyatakan dalam Al-Qur’an kata dakwah berbentuk mashdar دعوة memiliki bermacam-macam pengertian, diantaranya :

---

<sup>21</sup> Dr. Muhammad Qodaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Qiara Media, 2019

Dakwah bermakna do'a yang terdapat dalam Al-Baqarah ayat 186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۚ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ  
فَلِيسْتَجِيبُوا لِي وَلِيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يُرْشَدُونَ

Artinya : “Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran”.

Dakwah bermakna ajakan terdapat dalam surat Ar-ra'du ayat 14

لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ ۗ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِهِ ۚ لَا يَسْتَجِيبُونَ لَهُم بِشَيْءٍ إِلَّا كَبَاسِطٌ كَفَّيَّهُ إِلَى  
الْمَاءِ لِيَبْلُغَ فَاهُ وَمَا هُوَ بِبَالِغِهِ ۗ وَمَا دُعَاءُ الْكٰفِرِينَ إِلَّا فِي ضَلٰلٍ

Artinya : “Hanya kepada Allah doa yang benar. Berhala-berhala yang mereka sembah selain Allah tidak dapat mengabulkan apa pun bagi mereka, tidak ubahnya seperti orang yang membukakan kedua telapak tangannya ke dalam air agar (air) sampai ke mulutnya. Padahal air itu tidak akan sampai ke mulutnya. Dan doa orang-orang kafir itu, hanyalah sia-sia belaka”

Dakwah bermakna membangkitkan terdapat dalam surat Ar- Rum ayat 25

وَمِنْ آيٰتِهِ اَنْ تَقُوْمَ السَّمٰوٰتُ وَالْاَرْضُ بِاَمْرِهِ ۗ ثُمَّ اِذَا دَعَاكُمْ دَعْوَةً مِّنَ الْاَرْضِ اِذَا اَنْتُمْ تَخْرُجُوْنَ

Artinya : “ Dan di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah berdirinya langit dan bumi dengan kehendak-Nya. Kemudian apabila Dia memanggil kamu sekali panggil dari bumi, seketika itu kamu keluar (dari kubur)”.

Dari beberapa definisi dakwah yang telah di kemukakan dapat di simpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses mangajak seseorang untuk

berbuat baik serta meyakini bahwa Islam adalah agama yang benar serta menjadikan ajaran Islam sebagai landasan dalam kehidupan bermasyarakat

## 2. Unsur - unsur dakwah

Menurut Hasan unsur - unsur dakwah adalah komponen komponen yang selalu melat pada kegiatan dakwah. Unsur - unsur dakwah antara lain

### a) *Da'i* ( subyek dakwah )

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik dakwah yang dilakukan secara lisan, tulisan dan baik sebagai kelompok atau berbentuk organisasi maupun lembaga.

Menurut yang di nukil dari Nazarudin Latif *Da'i* adalah muslim seorang muslim atau muslimat yang menjadikan dakwah sebagai kegiatan pokok yang menyeru dan mengajak serta memberi pengajaran dan pelajaran agama islam. <sup>22</sup>

M. Natsir mendefinisikan *Da'i* adalah orang yang memperingati , memanggil agar memilih jalan keuntungan

Berdasarkan beberapa definisi tersebut *Da'i* adalah seseorang, ataupun golongan yang mengajak masyarakat untuk menyeru dan mengajak nilai nilai yang terkandung dalam agama Islam melalui lisan maupun tulisan.

### b) *Maddah* ( materi dakwah )

Materi dakwah adalah segala sesuatu yang di komunikasikan oleh *Da'i* kepada masyarakat, yaitu keseluruhan nilai nilai ajaran Islam yang bersumber dari AL Quran dan AL Hadist<sup>23</sup>. Materi dakwah yang baik

---

<sup>22</sup> Dr. Muhammad Qodaruddin ABdulloh, Pengantar Ilmu Dakwah (CV. Penerbit Qiara Media:2019), h.38

<sup>23</sup>Nisfawati jalilah, DKK, Ilmu Dakwah,(Jakarta:Prenadamedia Group,2019), h.92

menurut Wahyu Ilahi adalah memuat empat hal pokok yang harus di perhatikan, sebagai berikut:

1. Pesan dakwah harus di rancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa agar dapat menarik perhatian masyarakat
2. Pesan dakwah harus mampu memberikan motivasi kepada masyarakat
3. Pesan dakwah menggunakan simbol – simbol atau bahasa yang mudah di pahami oleh masyarakat
4. Pesan dakwah mudah di terima di masyarakat
5. Washilah ( media dakwah )
6. Media dakwah adalah sarana fisik untuk merubah pesan dakwah menjadi sinyal yang kemudian di transmisikan melalui media/ saluran tersebut.<sup>24</sup>

c) *Thoriqoh* ( metode dakwah )

Metode adalah tata pengaturan secara ilmiah tersruktur dan sistematis serta menggunakan logika yang teratur untuk menemukan cara – cara yang tepat dan menghasilkan nilai tinggi dari suatu kegiatan. Dengan demikian secara singkat metode dakwah adalah suatu kerangka kerja dan dasar dasar pemikiran agar kegiatan dakwah dapat tercapai. Metode dakwah tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

d) *Atsar* ( efek dakwah )

---

<sup>24</sup> Dr. Muhammad Qodaruddin ABdulloh, Pengantar Ilmu Dakwah (CV. Penerbit Qiara Media:2019), h.39

Munir dalam manajemen dakwah menyebut atsar sebagai *feedback/* umpan balik. Memiliki makna penting dalam menentukan langkah – langkah dakwah berikutnya, tanpa menganalisa dan mengevaluasi atsar dakwah dapat membuat tujuan dakwah tercapai. Evaluasi dan koreksi terhadap atsar dakwah harus dilakukan oleh *Da'i* secara radikal dan komprehensif serta *Da'i* harus memiliki jiwa yang terbuka untuk pembaharuan dan perubahan serta dilakukan kegiatan korektif agar tujuan dakwah tercapai<sup>25</sup>

### 3. Media dakwah

Kata media diambil dari bahasa latin, *median*, jamak dari kata *medium* yang berarti alat perantara. Media dakwah adalah media atau sarana yang digunakan oleh pendakwah sebagai alat bantu tercapainya tujuan dakwah atau pesan dakwah kepada khalayak/ *mad'u*. Pendakwah dapat memanfaatkan media ini dalam bentuk tulisan ataupun lisan agar tujuan dakwah/ pesan dakwah tersampaikan kepada khalayak/ *mad'u*.<sup>26</sup> Menurut Basrah Lubis, metode adalah "*a systematic arrangement of thing or ideas*". (suatu sistem atau cara untuk mengatur suatu ide atau keinginan).<sup>27</sup> Media sebagai cara untuk mengatur bagaimana ide atau gagasan tersebut dapat disampaikan kepada khalayak/ *mad'u*. Ide atau gagasan dari pendakwah untuk khalayak/ *mad'u* dapat tersampaikan dengan maksimal ditunjang dengan metode yang tepat.

---

<sup>25</sup>*Ibid*,10 H. 136

<sup>26</sup> Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah Cetakan 2, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).

<sup>27</sup> Aliyudin, Prinsip-Prinsip Dakwah Menurut Al- Quran, jurnal ilmu dakwah vol 4, Bandung, 2010

Penggunaan media dakwah yang tepat menjadi salah satu indikator penting untuk mengembangkan dakwah saat ini. Apakah media tersebut berbentuk media cetak ataupun berupa podium atau mimbar, akan tetapi kemajuan teknologi informasi membuat adanya penyesuaian antara pendakwah dengan media yang di gunakan untuk berdakwah.

Dakwah saat ini di hadapkan pada perkembangan zaman serta perkembangan teknologi informasi dan perkembangan khalayak/ *mad'u*. Pendakwah di tuntutan agar mampu berdakwah sesuai dengan *Mad'u* sehingga efektif dan efisien.<sup>28</sup>

Dari beberapa definisi di atas, maka penggunaan media dakwah yang tepat dapat menjadi perantara dalam menyampaikan pesan dakwah dari pendakwah untuk khalayak/ *mad'u*. Media dakwah tidak hanya menggunakan media *konvensional* seperti podium, mimbar, Koran, dari panggung satu ke panggung lainnya. Akan tetapi di zaman yang semakin berkembang pendakwah dapat memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media dakwah seperti internet dan sosial media.

Dakwah dengan menggunakan media dakwah seperti internet dan sosial media saat ini lebih di minati daripada dakwah dengan menggunakan podium. di lansir dari agensi marketing We Are Social dan Platform manajemen media sosial Hootsuite mengungkap bahwa 274, 9 juta penduduk Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan sosial media. Di lansir dari situs yang sama instagram adalah salah satu sosial media yang terpopuler di Indonesia setelah youtube di peringkat

---

<sup>28</sup>Ghoni, Fahmi, "penggunaan instagram sebagai media dakwah", Semarang, 2018.

pertama dan aplikasi chatting whatsapp di posisi kedua. Dari data tersebut sudah tepat sekali bahwa untuk dapat menyebarkan nilai nilai ke islamian atau pesan dakwah, pendakwah di harus memanfaatkan sosial media sebagai salah satu sarana untuk melakukan dakwah. Jenis media dakwah

#### 4. **Jenis Media Dakwah**

Menurut Nisfawati jililah berdasarkan jenisnya media dakwah di bedakan menjadi beberapa media sebagai berikut .

##### a) Media tradisional

Media tradisional yang berhubungan dengan kebudayaan seperti alat musik, serta pertunjukkan seni tradisional dapat di gunakan sebagai media dakwah. Masyarakat tradisional dalam berdakwah cenderung menggunakan media ini sebagai media dakwahnya, di karenakan sesuai dengan komunikasi yang berkembang dalam pergaulan tradisinya

##### b) Media modern

Berdasarkan jenis dan sifatnya media modern di bagi menjadi *pertama* media auditif, yaitu media yang menggunakan gelombang suara sebagai sumbernya seperti tv, radio. *Kedua*, media visual yaitu media yang menggunakan tulisan sebagai sumbernya seperti buletin, surat kabar dan sebagainya.

##### c) Perpaduan antara media tradisional dan modern

Perpaduan antara media tradisional dan modern adalah pemakaian media tradisional dan media modern dalam suatu proses dakwah. Seperti, dakwah dengan memanfaatkan instagram sebagai media dakwahnya

## 2.2. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode / Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Yosiena Duli Deslima, 2020, <i>"Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung"</i> .	Dalam penelitian Yosiena fokus penelitiannya yaitu intagram sebagai media dakwah / wadah berdakwah bagi mahasiswa komunikasi penyiaran Islam di UIN Raden Intan Lampung.	Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan.	Hasil penelitian Yosiena yaitu Instagram adalah media yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa dipastikan banyak yang menonton dan melihat pesan dan isi dakwah yang disampaikan melalui instagram, dan media instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah/tempat untuk berdakwah dan ada pula yang menjadikan instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut
2.	Gyta Rastyka Dhela, 2020, <i>"Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam(Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung"</i> .	Dalam penelitian Gyta fokus penelitiannya yaitu pemanfaatan sebuah channel youtube sebagai media dakwah.	Metode penelitian yang digunakan penelitian pustaka.	Hasil penelitian Gyta yaitu berdakwah atau menyiarkan agama Islam dengan memanfaatkan media sosial Youtube merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka youtube dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio

				visual.
3.	Evi Novitasari , 2020, <i>“Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)”</i> .	Dalam penelitian Evi fokus penelitiannya yaitu analisis media siber pada sebuah channel youtube.	Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dan etnografi virtual.	Hasil penelitoan Evi yaitu channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah sesuai dengan analisis media siber dalam etnografi virtual yang terdiri dari: (1) ruang media (media space) yang berfokus pada prosedur pembuatan channel YouTube, prosedur memublikasikan konten, aspek grafis dari tampilan media, (2) dokumen media (media archive) yang berfokus pada konten video dakwah, (3) objek media (media object) yang berfokus pada interaksi yang muncul antara pemilik channel dan subscriber, (4) pengalaman (experiential stories) yang berfokus pada motif yang melandasi pemanfaatan dan pemublikasian video-video dakwah

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Yosiena Duli Deslima yang berjudul *“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi.Penyiaran IslamUIN Raden Intan Lampung”*. Hasil penelitian tersebut yaitu bentuk pemanfaatan instagram bagi masing-masing

mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi hampir semuanya mengungkapkan bahwa Instagram adalah media yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa dipastikan banyak yang menonton dan melihat pesan dan isi dakwah yang disampaikan<sup>4</sup> melalui instagram, dan media instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah/tempat untuk berdakwah dan ada pula yang menjadikan instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut.<sup>29</sup> Pendekatan yang digunakan penelitian tersebut yaitu penelitian lapangan sama, perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti dan lokasinya dalam penelitian ini obyek yang diteliti yaitu Mahasiswa Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Penelitian yang dilakukan oleh Gyta Rastyka Dhela yang berjudul "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam(Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung). Hasil penelitian ini yaitu Hasil penelitian ini adalah bahwa berdakwah atau menyiarkan agama Islam dengan memanfaatkan media sosial Youtube merupakan jembatan bagi kemajuan teknologi dengan bentuk audio visual, maka youtube dapat dijadikan salah satu pilihan aktivis dakwah dalam audio visual. Dakwah melalui media sosial youtube memiliki banyak keuntungan bagi para pendakwah. Dakwah melalui media sosial youtubetidak memerlukan biaya yang banyak, jika dibandingkan berdakwah secara langsung (tatap muka), cukup membuat rekaman video yang dapat diupload di media sosial youtube dan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Sehingga saat ini tanpa menggunakan bulletin

---

<sup>29</sup>Yosiena Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi.Penyiaran IslamUIN Raden Intan Lampung*, Skripsi, 2020, hlm. 96.

masyarakat bisa mengetahui isi dari kajian yang diadakan di masjid. Hal ini juga mengurangi kekhawatiran sebagai mad'u yang masih belum mengetahui atau yang tidak menghadiri kajian, dapat melihat video yang telah diunggah ke dalam akun youtube masjid addu'a.<sup>30</sup> Penelitian tersebut meneliti pemanfaatan menggunakan media Youtube, jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian pustaka sedangkan penulis menggunakan penelitian lapangan dan data primer yang digunakan penelitian tersebut yaitu akun youtube Masjid Addua sedangkan penulis menggunakan data primer wawancara dengan mahasiswa Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Novitasari yang berjudul *"Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)*. Hasil penelitian tersebut yaitu menunjukkan bahwa channel YouTube Transformasi Iswahyudi telah sesuai dengan analisis media siber dalam etnografi virtual yang terdiri dari: (1) ruang media (media space) yang berfokus pada prosedur pembuatan channel YouTube, prosedur memublikasikan konten, aspek grafis dari tampilan media, (2) dokumen media (media archive) yang berfokus pada konten video dakwah, (3) objek media (media object) yang berfokus pada interaksi yang muncul antara pemilik channel dan subscriber, (4) pengalaman (experiential stories) yang berfokus pada motif yang melandasi pemanfaatan dan pemublikasian video-video dakwah.<sup>31</sup> Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan jenis penelitian etnografi virtual sedangkan penulis menggunakan jenis

---

<sup>30</sup> Gyta Rastya Dhela, Skripsi *Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)*, 2020, hlm. 55.

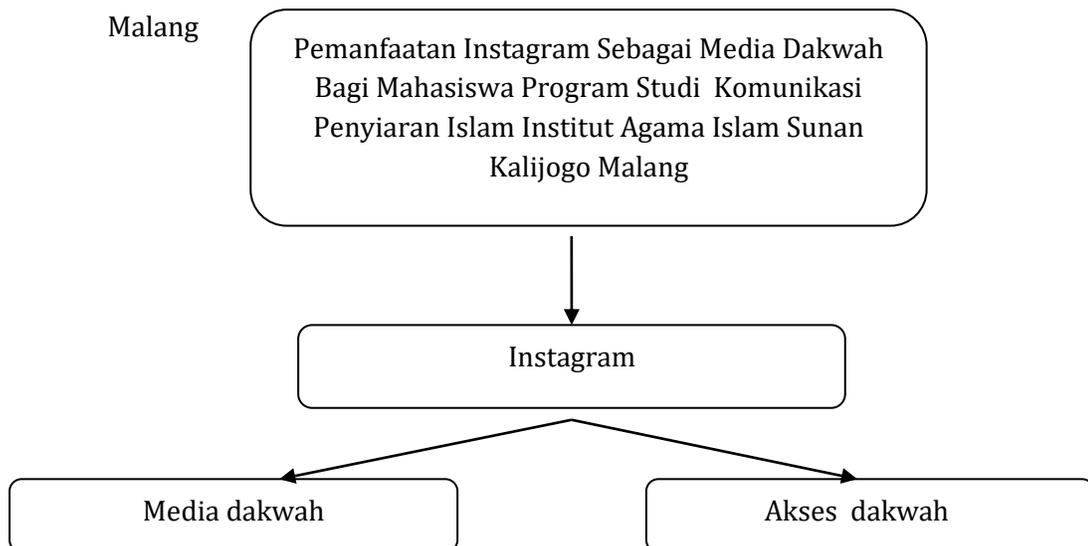
<sup>31</sup> Evi Novitasari, Skripsi *Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)*, 2020, hlm. 84.

penelitian lapangan, media yang diteliti penelitian tersebut menggunakan media Youtube sedangkan penulis menggunakan media instagram, dan perbedaan lainnya yaitu data primer yang digunakan penelitian tersebut wawancara terhadap pemilik channel youtube Transformasi Iswahyudi dan tiga subscribarnya sedangkan penulis menggunakan data primer wawancara pada mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

### 2.3. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori saling berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di definisikan sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini kerangka berfikir di gunakan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian agar mempermudah melakukan penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan penelitian pada Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah ( studi kasus pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam) Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang



Berdasarkan kajian teori di bab sebelumnya Instagram adalah aplikasi terpopuler nomer ke- tiga di Inonesia. Instagram memiliki berbagai pemanfaatan salah satunya adalah pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Pada penelitian ini Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Instiut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang juga memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dan media untuk mengakses akun – akun atau konten – konten dawah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pada sebuah penelitian dibutuhkan metode agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat atas masalah yang diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dalam Moloeng di jelaskan penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>32</sup>

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (field research). Metode ini adalah melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di rumah, atau di kampus. Penelitian yang dilakukan dalam mahasiswa yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi. Penulis menggunakan metode ini karena akan langsung mendatangi responden dimana mereka berada.

Penelitian ini akan menggambarkan atau mendeskripsikan realita yang terjadi dilapangan pada mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang dalam pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah.

---

<sup>32</sup> Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 4.

### 3.2. Tahapan penelitian

Tahapan penelitian kualitatif menurut Moloeng menyajikan tiga tahapan yaitu Tahap pralapangan, Tahap pekerjaan lapangan , dan Tahap analisis data.<sup>33</sup> Tahapan penelitian ini akan di lakasankan melalui beberapa tahapan yang mengacu pada pendapat Moloeng. Berikut adalah tahapan tahapan yang harus di lakukan

#### 1) Tahap Pra-lapangan

Pada tahap pra-lapangan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti sebelum pengumpulan data. Tahapan ini dimulai dengan penjajakan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Secara terperinci tahapan ini meliputi: menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, menajajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informasi, dan menyiapkan perlengkapan penelitian.

#### 2) Tahap Pekerjaan Lapangan

Tahap pekerjaan lapangan merupakan kegiatan peneliti untuk mengumpulkan data sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi.

#### 3) Tahap Analisis Data

Tahap ini meliputi kegiatan mengolah data yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, setelah itu dilakukan penafsiran data sesuai konteks permasalahan yang diteliti.

---

<sup>33</sup> Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 126.

### **3.3. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di bab 1, fokus penelitian yaitu tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah serta pemanfaatan Instagram untuk mengakses dakwah bagi mahasiswa program studi komunikasi penyiaran islam

### **3.4. Lokasi dan Objek Penelitian**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang berada di Dusun Gedangan Desa Sukolilo Kecamatan Jabung Kabupaten Malang

#### **B. Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang. Sebanyak 10 mahasiswa yang terdiri dari tiga mahasiswa semester empat, empat mahasiswa semester enam, tiga mahasiswa semester enam dan tiga mahasiswa semester delapan.

### **3.5. Sumber Data dan Jenis Data**

#### **A. Sumber data**

Sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder.

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>34</sup> Adapun sumber data

---

<sup>34</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 137.

primer dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara dari beberapa mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.<sup>35</sup> Adapun data sekunder dalam penelitian ini yaitu akun instagram beberapa mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Metode Wawancara

Sugiyono mendefinisikan wawancara adalah terjadinya proses komunikasi tanya jawab antara dua orang dengan lebih secara langsung dengan maksud tertentu. Beberapa hal yang dapat membedakan antara wawancara dengan percakapan sehari-hari adalah sebagai berikut <sup>36</sup>

1. Pewawancara dengan responden belum saling mengenal
2. Pertanyaan yang di ajukan pewawancara selalu di jawab responden
3. Pewawancara aktif bertanya untuk mencari informasi
4. Pewawancara bersifat netral

---

<sup>35</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 137.

<sup>36</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 138.

5. Pertanyaan yang ditanyakan mengikuti panduan yang telah di buat sebelum wawancara di lakukakn pertanyaan panduan ini di sebut *interview guide*

Narasumber yang di wawancarai dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Instiut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang di pilih secara *random sampling*. Narasumber terdiri dari tiga mahasiswa semester empat, empat mahasiswa semester enam dan tiga mahasiswa semester delapan.

## 2. Metode Observasi

Sugiyono (2017) mendefinisikan observasi adalah suatu teknik pengumpulan data secara sistematis terhadap obyek penelitian secara langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung adalah pencarian data secara langsung tanpa menggunakan bantuan alat terhadap suatu gejala yang di amati, baik pengamatan tersebut dilakukan dalam situasi buatan ataupun situasi sebenarnya. Observasi tidak langsung adalah pencarian data secara langsung tanpa menggunakan bantuan alat terhadap suatu gejala yang di amati, baik pengamatan tersebut dilakukan dalam situasi buatan ataupun situasi sebenarnya<sup>37</sup>

Observaasi di lakukan untuk mencari dan mencocokkan data dengan hasil wawancara. Observasi ini di lakukan terhadap akun Instagram mahasiswa yang menjadi narasumber. Observasi di lakukan sejak tanggal 25 juli - 25 agustus 2022

---

<sup>37</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 125.

### 3. Dokumentasi

Sugiyono mendefinisikan dokumentasi secara terminologi berasal dari kata dokumen yang artinya barang – barang yang tertulis. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data – data yang sudah atau pengambilan data melalui dokumen – dokumen.<sup>38</sup>

### 4. Triangulasi

Sugiyono mendefinisikan triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada sebelumnya. Triangulasi data selain sebagai salah satu teknik pengumpulan data, triangulasi data dapat digunakan sebagai teknik pengecekan keabsahan data<sup>39</sup> Teknik triangulasi data di gunakan untuk mencocokkan data yang di peroleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

#### 3.7. Teknik Analisis Data

Sugiyono mendefinikan Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dengan melakukan pengorganisasian data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola dan membuat simpulan sehingga data mudah di pahami.<sup>40</sup>

#### 3.8. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi adalah teknik pengecekan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain. Untuk keperluan

---

<sup>38</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 149.

<sup>39</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017) hlm 154.

<sup>40</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta 2017)hlm 162.

pengecekan atau sebagai pembanding terhadap suatu data yaitu data diluar itu.<sup>41</sup>

1. Triangulasi Sumber. Hal ini dilakukan dengan cara mengecek keabsahan data dengan melalui berbagai sumber. Data dianggap absah jika dari berbagai sumber jawabannya bersifat reliabel. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sumber dari beberapa mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
2. Triangulasi teknik. Cara ini dilakukan dengan sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Data yang didapat dari wawancara kemudian dicek dengan data observasi atau dokumentasi. Apabila hasil data nya berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data yang bersangkutan atau subjek lain untuk menentukan data yang benar, atau mungkin semua benar namun karena perspektif yang berbeda.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* 2017. hlm. 330

<sup>42</sup> Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 20) hlm. 126

## DAFTAR PUSTAKA

A'ourika Devi, Dkk. Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram. *Journal Of Multidisciplinary Studies*, 2021

Alhidayatillah, N. Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah). *An-Nida'*, 41 (2), 2018

Aliyudin. Prinsip-Prinsip Dakwah Menurut Al- Quran. *Jurnal Ilmu Dakwah Vol 4*, 2010

Andika, R. Peran Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islamuin Raden Fatah Palembang Skripsi (Disertasi Doktor, Uin Raden Fatah Palembang).2020

Anggraini, Desi. Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram@ Islamdakwahcom). Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Ardianto, A., & Yudiawan, A. Pengaruh Akun Media Sosial Instagram@ pemudahijrah Terhadap Perilaku Sosial Pada Remaja: Studi Pada Siswa-Siswi MAN Model Sorong. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(1), 2021

Armaza-Faraba, Karina Sofiananda, Sumarlam Sumarlam, And Dwi Purnanto. "Komunikasi Fatis Dakwah Caknunquotes Dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Komunikasi Islam*10.1. 2020

Asep Syamsul M. Romli. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. 2013

Avifah, Nurul. "Efektivitas Dakwah Islammelalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr* 6.2. 2017

Bambang Dwi Atmoko. *Instagram Handbook*. Media Kita. 2012.

Burhanudin, Aan Mohamad, Yayah Nurhidayah, And Ulfa Chaerunisa. "Dakwah Melalui Media Sosial." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10.2. 2019

Darajat, Deden Mauli. "Strategi Konten Dakwah Salafi Di Instagram." *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal* 4.1. 2021

Darwis, Mohammad. "Eksistensi Para "Gus" Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*6.2 . 2020

Deslima, Y. D, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islamuin Raden Intan Lampung. *Doctoral Dissertation*. UIN Raden Intan Lampung. 2018.

Dr. Muhammad Qodaruddin Abdulloh, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Qiara Media, 2019

Elysia Yuli Astuti, Dkk., Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah Di Kalangan Masyarakat, Jurnal Manajemen Dakwah: Qulubana, Vol. 02, 2021.

Evi Novitasari, Skripsi Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi), 2020

Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah", Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh) 1, No. 1, 2016

Ghoni, MFA, & Fahmi, M. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah. Universitas Islamnegeri Walisongo . 2018

Gyta Rastya Dhela, Skripsi Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung), 2020,

[Http://Eprints.Umm.Ac.Id/43019/5/BAB%204.Pdf](http://Eprints.Umm.Ac.Id/43019/5/BAB%204.Pdf) Di Akses Pada 12 November 2021

[Https://About.Instagram.Com/](https://About.Instagram.Com/) Di Akses Pada Tanggal 12 November 2021

[Https://About.Instagram.Com/Blog/Announcements/Introducing-Instagram-Reels-Announcement](https://About.Instagram.Com/Blog/Announcements/Introducing-Instagram-Reels-Announcement) Di Akses 19 Agustus 2022

[Https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021/](https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021/) Akses 12/10/2021; 12.38

[Https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/20667/9/9.%20BAB%20IV.Pdf](https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/20667/9/9.%20BAB%20IV.Pdf) Di Akses Pada 12 November 2021

Husna, Zida Zakiyatul. "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram." Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 5.2. 2021

Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2017). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 22-45.

Junaidi, J.. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat. Sumber: Jurnal Ilmu Komunikasi , 6 (2), 2020.

Lexy J Moloeng. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya, 2017

Maulida, Hindina. "Kredibilitas Komunikator Jurus Sehat Rasulullah Di Kalangan Followers Instagram@ Zaidulakbar (Communication Credibility Of The Healthy Way Of The Prophet On Instagram Followers@ Zaidulakbar)." Jurnal Dakwah Risalah 31.1 2020

Muslimin, Khoirul. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kecemasan Berrkomunikasi Di Depan Umum (Kasus Mahasiswa Fakultas Dakwah INISNU Jeparu)." Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi 2.2. 2013

Ni'amah, Luthfi Ulfa, And Sukma Ari Ragil Putri. "Da'i Dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah Di Era Digital." Jurnal Komunikasi Islam 9.2. 2019

Nisfawati Jalilah. dkk. Ilmu Dakwah. Prenadamedia Group. 2019

Nurhidayah, Yayah. "Analisis Semiotik Strategi Dakwah Humor Akun Instagram Nunuzoo." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10.1. 2019

Renaldi, M., & Fahri, M. Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Instagram@ Si\_Bedil Periode 2021–Januari 2022. *Koloni*, 1(3), 2022

Ritonga, M. Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 3 (1). 2019

Rohman, Uj, & Effendi, A. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Efektivitas Pesan Dakwah Pada Majelis Mulazamah Mahasiswa Mush'ab Bin Umair Di Surakarta Tahun 2022. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3. (2022).

Santoso, Bobby Rachman, Lutfi Fatmasari, And Ahmad Nurcholis. "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram@ Nuonline\_Id." *Al-Insiyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 7.1. 2021

Sari, M. P., & Lubis, E. E.. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau* (Doctoral Dissertation, Riau University). (2017)

Sesriyani, Lodya, dan Nur Najibah Sukmawati. "Analisis penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa Inggris pada program studi Pendidikan Ekonomi." *EDUKA: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 4.1 (2019).

Sidiq, A. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Akun@Fuadbakh) (Disertasi Doktor, UIN Raden Intan Lampung). 2017

Stellarosa, Y., Utari, DA, & Zaki, MY. Pemanfaatan Akun Instagram@ Hanan\_Attaki Sebagai Media Dakwah. *Komunikasi*, 4 (2). 2022

Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2017

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, 2017

Suharto. Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*. 2020

Toybah, Nur Rizky. "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun@ HADITSKU." *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah* 4.6. 2017.

Triyono, Agus, And Nifsya Khaira Marhuda. "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram@ Dakwah\_Tauhid." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4.1. 2020

Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah Cetakan 2*. Raja Grafindo Persada, 2012

Wahyu Ilaihi, "Komunikasi Dakwah". Remaja Rosdakarya, 2013

Wibowo, Adi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 3.2. 2019

Yosiena Duli Deslima, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi. Penyiaran Islam Raden Intan Lampung, Skripsi, 2020

Yuliasih Muzayyanah. Jurnal Dakwah : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial. STID Mohammad Natsir, 2021

Yuliasih, M. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millenial. Jurnal Dakwah: Risalah Merintis, Dakwah Melanjutkan , 4 (2). 2021

Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, And Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah." Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam 1.2. 2016

## **Lampiran 1**

### **Pedoman wawancara**

1. Sejak kapan menggunakan Instagram ?
2. Apa alasan anda menggunakan Instagram ?
3. Informasi apa yang anda cari di Instagram ?
4. Apa saja kegunaan Instagram bagi mahasiswa ?
5. Akun apa saja yang anda ikuti ?
6. Kapan waktu yang tepat anda menggunakan Instagram ?
7. Kegiatan apa yang anda lakukan di Instagram ?
8. Menurut anda apa saja dampak menggunakan Instagram ?
9. Seberapa sering anda melihat dakwah di Instagram ?
10. Akun Instagram apa saja yang sering anda lihat dakwahnya ?
11. Menurut anda bagaimana tentang dakwah melalui media sosial khususnya Instagram ?
12. Menurut anda apakah Instagram bisa menjadi media dakwah ? apa alasannya ?
13. Bagaimana bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi anda ? apakah hanya melihat saja atau anda berdakwah juga di Instagram ?
14. Apa pengaruh dakwah di Instagram terhadap diri anda sendiri ?

## **Lampiran 2**

### **Pedoman Observasi**

<b>Aspek Aktivitas</b>	<b>Hasil Observasi</b>
------------------------	------------------------

Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang	Mengetahui dan menyimpulkan pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
--	--

### Lampiran 3

#### Pedoman Dokumentasi

<b>Sumber Dokumentasi</b>	<b>Kebutuhan Dokumentasi</b>	<b>Hasil Dokumentasi</b>
Mahasiswa KPI Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang	Wawancara, angket	Gambaran umum mahasiswa KPI Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang dalam memanfaatkan Instagram

## Lampiran 4

### Data Informan

NO	NAMA	SEMESTER	AKUN IG
1	M. Lukmanul Hakim	Semester 8	@lukimstrike
2	M. Khusnan Ramdani	Semester 8	@kuznantmuhammad
3	M. Wildan Adnan	Semester 8	@wildn_adnan17
4	Mubin	Semester 6	@faiz.sisir
5	Bagus Tegar	Semester 6	@bagustegar_25
6	Rosida	Semester 6	@rosida 797
7	Nafis	Semester 6	@y.nafishh
8	Nazil	Semester 4	@nazilahnr_32
9	Khoiron Fatoni	Semester 4	@ironis_tn
10	Nuril Ida Aulia	Semester 4	@nurilidaaulia

## Lampiran 5

### Hasil Wawancara 1

Hari / Tanggal : Minggu, 24 Juli 2022  
Waktu : 20.00 WIB  
Tempat : Rumah  
Instrumen : Mahasiswa KPI semester 8  
Nama Narasumber : M. Wildan Adnan

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Sejak kapan menggunakan Instagram ?	sejak awal 2016
2	Apa alasan andan menggunakan Instagram ?	dulu awal untuk sebuah tren di awal 2016 dan juga buat tempat portofolio karena dulu saya berkarya dalam dunia desain vektor
3	Informasi apa yang anda cari di Instagram ?	banyak sekali trending hingga informasi sekitar malang raya
4	Apa saja kegunaan Instagram bagi mahasiswa ?	untuk menambah informasi
5	Akun apa saja yang anda ikuti ?	oh banyak ada akun berita sepaknola, artis, pebisnis yang terus memotivasi
6	Kapan waktu yang tepat anda menggunakan Instagram ?	waktu yang tepat bagi saya waktu longgar, waktu istirahat waktu santai dengan melihat berita berita sembari mencari hiburan
7	Kegiatan apa yang anda lakukan di Instagram ?	mencari hiburan terutama, cari berita, ikuti tren kalau di akun pengusaha ada juga motivasi yang bisa saya dapatkan

8	Menurut anda apa saja dampak menggunakan Instagram ?	banyak ya dampaknya tentunya ada dampak negatif dan positifnya tergantung kita mau mendapatkan yang mana
9	Seberapa sering anda melihat dakwah di Instagram ?	ya terkadang akun dari media dakwah tersebut kalah bersaing untuk mendapatkan posisi yang terdapan dalam peberitaan tentu ini membuat jarang mendapat posisi depan di feed
10	Akun Instagram apa saja yang sering anda lihat dakwahnya ?	ada gus muwaiq. Ada gus Baha dan ada juga mengikuti KH anwar Zahid
11	Menurut anda bagaimana tentang dakwah melalui media sosial khususnya Instagram ?	ya sangat bagus ya karena di media IG ini banyak anak anak muda tapi juga harus menampilkan sisi kreativitas dari dakwah tersebut di bingkai dengan cara yang menarik
12	Menurut anda apakah Instagram bisa menjadi media dakwah ? apa alasannya ?	tentu saja bisa tinggal bagaimana kita memafaatkan media Ig dengan sebaik - baiknya
13	Bagaimana bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi anda ? aoakah hanya melihat saja atau anda berdakwah juga di Instagram ?	saya hanya sebagai penikmat atau melihat dari dakwah seseorang tidak sebagai pendakwah di sana bukan ranah saya karena saya juga tak pantas menjadi pendakwah
14	Apa pengaruh dakwah di Instagram terhadap diri anda sendiri ?	tentu membuat saya pribadi lebih baik lagi lebih bisa mengambil hikmah dari dakwah yang di sampaikan

## Lampiran 6

### Hasil Wawancara 2

Hari / Tanggal : Minggu, 25 Juli 2022  
Waktu : 20.00 WIB  
Tempat : Rumah  
Instrumen : Mahasiswa KPI semester 6  
Nama Narasumber : Bagus Tegar

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Sejak kapan menggunakan Instagram ?	saya menggunakan Ig mulai kelas 3 SMP mulai menggunakan IG
2	Apa alasan anda menggunakan Instagram ?	mencari referensi sepakbola, perlengkapan sepakbola seiring berjalannya waktu saya menggunakan IG untuk mencari referensi vektor atau gambaran digital sampai sekarang
3	Informasi apa yang anda cari di Instagram ?	Cuma itu saja
4	Apa saja kegunaan Instagram bagi mahasiswa ?	tentu saja banyak sekali tergantung apa yang di butuhkan mahasiswa contohnya voice- over dan masih banyak lagi
5	Akun apa saja yang anda ikuti ?	kebanyakan eee public; figur ya contohnya bapak presiden jokowi dan public figur lainnya dan seorang giat dalam bidang desain yaitu alam kreatif itu juga dan masih banyak lagi dan club club sepakbola

6	Kapan waktu yang tepat anda menggunakan Instagram ?	ketika waktu luang sih, tetappi waktu luangku itu habis mahrib sampai isak terus jam 8 pagi sampai jam 9
7	Kegiatan apa yang anda lakukan di Instagram ?	mencari referensi tentang sepakbola, bidang suara, bidang musik dan masih banyak lagi
8	Menurut anda apa saja dampak menggunakan Instagram ?	menurut saya dampak menggunakan Ig itu banyak sekali ada positif maupun negatif. Positifnya semisal kita tidak tahu ini kita jadi tahu negatfnya kecanduan mungkin
9	Seberapa sering anda melihat dakwah di Instagram ?	hampir tidak pernah tapi sesekali muncul
10	Akun Instagram apa saja yang sering anda lihat dakwahnya ?	ee kalau itu saya tidak pernah melihat dakwah, saya sering menggunakan youtube- untuk melihat Ig di banding IG
11	Menurut anda bagaimana tentang dakwah melalui media sosial khususnya Instagram ?	dakwah di ig sangat bagus tapi kita harus menentukan apa yang cocok bagi anak muda, dakwah itu untuk siapa ukurannya , kalau di Ig itu menurut saya cukup bagus ya pltfom yang banyak di gunakan yajni instagram bersama tiktok yang sering di gunakan anak muda dan semua kalangan
12	Menurut anda apakah Instagram bisa menjadi media dakwah ? apa alasannya ?	pastinya bisa alasannya sekarang di era sekarang setiap remaja pastinya memiliki sebuah HP tentuna anak remaja dan itu di gunakan sebagai media dakwah bagi anak muda

13	Bagaimana bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi anda ? apakah hanya melihat saja atau anda berdakwah juga di Instagram ?	kaau saya pribadi itu mungkin saya hanya melihat saja kalau berdakwah juga di dalam Ig mungkin mencontohkan hal baik saja seperti membuang sampah pada tempatya
14	Apa pengaruh dakwah di Instagram terhadap diri anda sendiri ?	menurut sayaurut saya sendiri dakwah dalam ig itu rata rata motivasi rata rata video di ig saya itu kebanyakan motivasi jadinya setiap saya scrool terdapan motivasi bagaimana bersukur dan itu membuat hati saya menjadi plong dan membuat hati saya lebih bersukur atas apa yang telah di berikan oleh tuhan kepada saya

## Lampiran 7

### Hasil Wawancara 3

Hari / Tanggal : Minggu, 05 Agustus 2022

Waktu : 20.00 WIB

Tempat : Rumah

Instrumen : Mahasiswa KPI semester 6

Nama Narasumber : Bagus Tegar

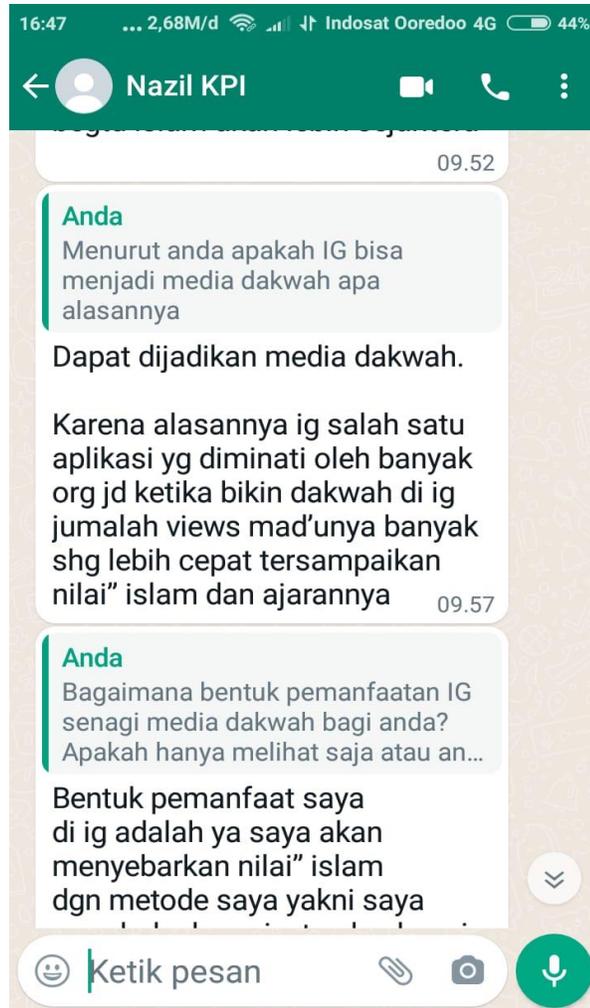
NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Sejak kapan menggunakan Instagram ?	saya menggunakan IG kira kira sejak tahun 2021 an
2	Apa alasan andan menggunakan Instagram ?	yaitu sih lebih ke- medsosya sih kak karena kebanyakan dari teman teman bermain medsos supaya kita lebih tau apa yang baru dunia maya itu lho seperti berita berita yang baru
3	Informasi apa yang anda cari di Instagram ?	informasi yang cari yaitu mengenai beirta yang baru yang ada di dunia maya baik berita resmi atau berita dari teman teman sendiri
4	Apa saja kegunaan Instagram bagi mahasiswa ?	mencari referensi yang mungkin tidak dapat di ditemui di perpustakaan di karenakan perpusnya belum memenuhi buku tersebut

5	Akun apa saja yang anda ikuti ?	grup band dan orang orang seperti najwa shihab dan puisi rumi
6	Kapan waktu yang tepat anda menggunakan Instagram ?	kalau saya menggunakan Ig hanya saat waktu waktu luang dan gabut saja
7	Kegiatan apa yang anda lakukan di Instagram ?	saya jarang posting di karenakan saya malas saya lebih melihat postingan postingan orang lain
8	Menurut anda apa saja dampak menggunakan Instagram ?	ada yang neg
9	Seberapa sering anda melihat dakwah di Instagram ?	tergantung kita seberapa banyak akun akun dakwah yang biasa saya lihat di IG saya mengikuti akun ig dari komunitas gus baha
10	Akun Instagram apa saja yang sering anda lihat dakwahnya ?	seperti najwa shihab, puisi rumi dan tentunya masih banyak lagi heheh
11	Menurut anda bagaimana tentang dakwah melalui media sosial khususnya Instagram ?	IG bisa saja menjadi mediadakwah di karenakan banyak aktivitas orang yang di lakukan di melalui media sosial terutama IG baik jual beli bahkan dakwah

12	Menurut anda apakah Instagram bisa menjadi media dakwah ? apa alasannya ?	dakwah melauai media sosial sangat mungkin terjadi karena sudah eranya karena saat ini semua kegiatan dapat di lakukan melalui handpon
13	Bagaimana bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi anda ? aoakah hanya melihat saja atau anda berdakwah juga di Instagram ?	kalau untuk saat ini saya melihat lihat saja tapi ada sebagian rasa di hati bagaimana ya ingin meluapkan dalam hati ingin bisa lah di bilang d[akwah tapi belum sempat terposting
14	Apa pengaruh dakwah di Instagram terhadap diri anda sendiri ?	bagi saya pribadi sih tergantung dari apa yang di sampaikan oleh akun akun yang berbau dakwah tersebut jadi yang saya dapatkan ialah sebagai manusia harus memiliki jiwa gotong royong dan baik kepada sesama

## Lampiran 8

### Dokumentasi



wawancara by WA  
dengan Nazil Mahasiswa KPI semester 4



Wawancara by WA dengan M. Kusnan

Mahasiswa KPI semester 8