

**DETERMINISME TEKNOLOGI: PENGGUNAAN
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH ORGANISASI
IKATAN MAHASISWA MUHAMMADIYAH (IMM)
AHMAD DAHLAN PURWOKERTO**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

JAMALUL BASOR

NIM. 1717102018

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2021**

**DETERMINISME TEKNOLOGI: PENGGUNAAN INSTGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH ORGANISASI IKATAN MAHASISWA
MUHAMMADIYAH (IMM) AHMAD DAHLAN PURWOKERTO**

Jamalul Basor
1717102018

ABSTRAK

Dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak, menyeru, dan memanggil kepada kebaikan yang bersumber dari Alquran dan Hadis dengan tujuan memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam dakwah pada zaman modern ini adalah dakwah dengan menggunakan media sosial. Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user *generated content*. Media sosial yang digunakan IMM Ahmad Dahlan Purwokerto dalam strategi dakwah adalah berdakwah melalui Instagram *@immiainpurwokerto*. Dengan menggunakan media sosial Instagram, dakwah dapat tersampaikan secara efektif. Adapun sasaran dakwah IMM Ahmad Dahlan Purwokerto adalah masyarakat khususnya generasi muda. Namun berdasarkan teori yang digagas oleh Marshall McLuhan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang bagaimana determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram sebagai media dakwah Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari ketua, pengurus harian, serta divisi media dan komunikasi organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu yang masih ada hubungannya dengan objek penelitian seperti skripsi, jurnal, e-book, maupun karya ilmiah yang sudah ada.

Berdasarkan hasil penelitian determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram sebagai media dakwah IMM Ahmad Dahlan Purwokerto maka diperoleh hasil bahwa penggunaan Instagram sebagai media dakwah IMM Ahmad Dahlan Purwokerto memberikan pengaruh seperti teori yang dijelaskan Marshall McLuhan. Yaitu, media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat, media memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman manusia, dan media mengikuti dunia bersama-sama. Adapun penelitian ini saat dihubungkan keterkaitannya dengan gagasan Marshall McLuhan mengenai hukum media, terkait dengan satu hal yaitu penguatan (*enhancement*). Penguatan (*enhancement*) artinya media dapat memperkuat masyarakat dengan memperkuat indera pada masyarakat dan memberikan akses luas terhadap informasi.

Kata Kunci: Dakwah, Media Sosial Instagram, Determinisme teknologi.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error!
Bookmark not defined.	
LEMBAR PENGESAHAN.....	II
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	III
MOTTO.....	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	3
BAB I	7
PENDAHULUAN.....	7
A. Latar Belakang Masalah	7
B. Definisi Oprasional.....	12
C. Rumusan Masalah.....	14
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
E. Telaah Pustaka.....	14
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Dakwah	Error! Bookmark not defined.
B. Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
C. Teori Determinisme Teknologi	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.

C. Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....	Error! Bookmark not defined.
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	Error! Bookmark not defined.
A. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Ahmad Dahlan Purwokerto	Error! Bookmark not defined.
B. Akun Media Sosial IMM Ahmad Dahlan Purwokerto	Error! Bookmark not defined.
C. Akun Instagram @immiainpurwokerto	Error! Bookmark not defined.
D. Diskusi Penemuan Peneliti Dengan Teori	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	18
A. Kesimpulan	18
B. Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Akun Instagram IMM Ahmad Dahlan Purwokerto *@immiaainpurwokerto*
..... 9
- Gambar 2. 1 Halaman Wikipedia <https://www.wikipedia.org>**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Akun YouTube IMM Ahmad Dahlan Purwokerto .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Profil akun Instagram *@immiaainpurwokerto***Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Halaman Facebook IMM Ahmad Dahlan Purwokerto**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Profil akun Twitter *@immstainpwt* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 5 Aplikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 6 Diagram presentase pengikut laki-laki dan perempuan Instagram
@immiaainpurwokerto..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 7 Diagram rentang usia dan wilayah pengikut Instagram
@immiaainpurwokerto..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 8 Ucapan selamat menempuh UAS oleh *@immiaainpurwokerto*.**Error!
Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 9 Tips ujian online menurut *@immiaainpurwokerto***Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 10 Ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri *@immiaainpurwokerto***Error!
Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 11 Postingan *@immiaainpurwokerto* ucapan Hari Raya Ramadhan
Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Susunan Kepengurusan Korkom IMM Ahmad dahlan Purwokerto Periode 2020-2021	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1 2 Hasil Wawancara Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1 3 Daftar Riwayat Hidup	Error! Bookmark not defined.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) merupakan organisasi gerakan mahasiswa Islam dan organisasi otonom Muhammadiyah yang bergerak dalam bidang keagamaan, kemahasiswaan, dan kemasyarakatan. Tujuannya adalah mengusahakan terbentuknya akademisi Islam yang berakhlak mulia dalam rangka mencapai tujuan Muhammadiyah. IMM sebagai organisasi gerakan mahasiswa Islam selalu berpegang teguh terhadap tiga ideologi, yaitu intelektualitas, religiusitas, dan humanitas.

Keberadaan IMM dalam perguruan tinggi telah diatur dalam qoidah pada Bab 10 pasal 39 ayat 3 : “Organisasi mahasiswa yang ada di perguruan tinggi Muhammadiyah adalah Senat Mahasiswa dan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)”. Sedangkan di kampus perguruan tinggi lainnya, IMM bergerak dengan status organisasi ekstra-kampus sama seperti Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) maupun Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) dengan anggota para mahasiswa yang sebelumnya pernah bersekolah di sekolah Muhammadiyah.

Sebagai organisasi otonom Muhammadiyah yang bergerak dalam dimensi perjuangan Islam, IMM selalu berusaha untuk menciptakan kader-kader yang matang dan *istiqamah* sehingga mampu memperjuangkan kebenaran dan menjalankan roda organisasi di masa depan. Sejalan dengan gerakan Muhammadiyah, IMM memantapkan gerakan dakwahnya di tengah-tengah masyarakat, khususnya mahasiswa. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S. Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS.3:104)

Kemudian Rasulullah SAW, bersabda :

“Yang dimaksud dengan kebajikan ini ialah mengikuti Alquran dan Sunnahku.” (HR. Ibnu Murdawaih).

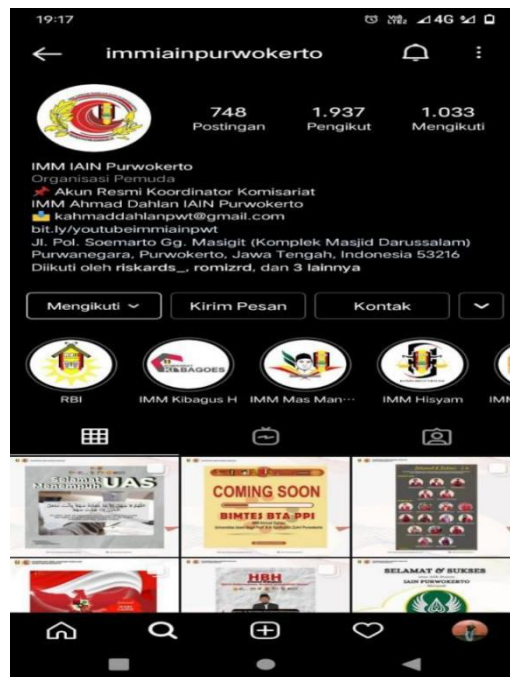
Salah satu strategi yang dilakukan oleh IMM ahmad Dahlan untuk meneruskan perjuangan islamya adalah dengan berdakwah melalui internet. Berdakwah melalui internet dapat dikatakan efektif dan potensial karena mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya dan energi yang terjangkau. Sementara itu pengguna internet setiap tahun semakin meningkat sehingga dapat mempengaruhi peningkatan jumlah penyerap misi dakwah. Para pakar serta ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet juga dapat berkonsentrasi untuk menyikapi wacana peristiwa yang menuntut hukum syar’i.

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menerangkan bahwa tahun 2017, pengguna internet di Indonesia mencapai jumlah 143,26 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat dari tahun 2016 yang mencapai jumlah 132,7 juta jiwa. Angka tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi indonesia yang mencapai 262 juta orang (Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang, 2018, dalam <https://ekonomi.kompas.com> diakses pada tanggal 13 Juli 2018). Internet menawarkan banyak informasi serta aplikasi menarik di dalamnya. Salah satunya yaitu aplikasi dalam internet yang biasa disebut sebagai media sosial seperti Facebook, Twitter, You Tube, Snapchat, dan Instagram.¹

Salah satu media sosial yang digunakan IMM Korkom Ahmad Dahlan sebagai media berdakwah melalui internet adalah Instagram. Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan. Menurut penelitian oleh *We Are Social*, yang merupakan sebuah perusahaan media asal Inggris dan bekerja sama dengan Hootsuite, orang Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 23 menit per hari untuk berselancar di media sosial. Berdasarkan laporan dengan judul “*Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerece Use Around The World*” yang terbit pada tanggal 30 Januari 2018, dari jumlah total penduduk Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial adalah 130 juta dengan presentasi 49%. Dalam survai media sosial, paling banyak

¹ Imas Mutiawati, “*Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)*”, Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2018), Hlm. 1.

diakses berdasarkan klaim pengguna Instagram menempati posisi ketiga dengan presentase 38%.²



Gambar 1. 1 Akun Instagram IMM Ahmad Dahlan Purwokerto @immiaainpurwokerto.

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 1.1** adalah profil akun Instagram @immiaainpurwokerto. Instagram @immiaainpurwokerto merupakan satu dari beberapa akun Instagram yang konten-kontennya berisikan materi dakwah Islam. Pada awalnya akun tersebut berfungsi sebagai media informasi terkait organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto, namun akun tersebut juga difungsikan sebagai media untuk berdakwah. Hal tersebut didasari oleh anggaran dasar yang tertera dalam Bab 1 pasal 1 “Nama Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah disingkat IMM adalah gerakan mahasiswa Islam yang berkaidah Islam bersumber Al-Qur’an dan Sunnah”. Akun ini dibuat sekita tahun 2015 dengan jumlah postingan mencapai 748 per bulan Juli 2021. Adapun konten dakwah Islam yang terdapat dalam akun Instagram @immiaainpurwokerto berbentuk gambar dan video. Dalam postingan berbentuk gambar biasanya terdiri dari dua jenis, yaitu foto dan pamflet.

² Imas Mutiawati, “Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)”, Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2018), hlm. 2.

Adapun peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada akun Instagram @immiaainpurwokerto dalam penelitian determinisme teknologi adalah *Pertama*, akun Instagram @immiaainpurwokerto mempunyai dua fungsi yaitu sebagai profil organisasi dan media dakwah. *Kedua*, @immiaainpurwokerto merupakan akun Instagram yang paling aktif dengan jumlah postingan sebanyak 748 postingan per bulan Juli 2021 dibandingkan dengan organisasi keislaman di bawah IAIN Purwokerto seperti PMII dan HMI. *Ketiga*, akun @immiaainpurwokerto mempunyai *followers* terbanyak dengan jumlah 1.937 *followers* per bulan Juli 2021 dibandingkan dengan organisasi keislaman di bawah IAIN Purwokerto seperti PMII dan HMI.

Media dakwah dengan menggunakan internet khususnya Instagram merupakan sebuah bukti kuat penggunaan teknologi baru dalam sistem komunikasi islam. Internet menjadi tempat mayantara yang menciptakan pola penyebaran pesan dakwah dengan cara yang baru. Konsepsi *cyberdakwah* menambah luas cakrawala pengetahuan islam dari segi referensi dan meanjadikan media baru yang efektif dalam dakwah islam. Aktifitas serta gerakan dakwah islam di internet berkembang pesat dalam rangka menebarkan semangat keislaman di dunia. Islam tampil dengan cara-cara baru, melintasi batas-batas geografis dan mewujudkan menjadi sebuah peradaban digital yang menghiasi ruang-ruang virtual manusia dengan koneksi internet secara global.³

Perkembangan teknologi dalam berdakwah ini baik disadari maupun tanpa disadari memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia, baik itu cara pemikiran, budaya, maupun di kehidupan masyarakat. Contoh dari kasus ini adalah aplikasi media sosial Facebook. Semenjak Facebook diciptakan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckebrek, Facebook telah merubah interaksi sosial di masyarakat. Interaksi sosial yang tadinya hanya berupa “tatap muka” di dunia nyata, saat ini telah beralih dengan “tatap muka” dari dunia virtual. Teknologi telah menjadikan masyarakat lebih mengefesienkan dan mengefektifkan suatu hal yang dulunya dianggap sebagai suatu hal yang tabu untuk dilakukan menjadi sesuatu yang lebih berguna. Seperti yang diyakini banyak peneliti pada zaman dahulu bahwa tatap muka merupakan hal yang paling mendasar dan paling penting dalam sebuah

³ Ridwan Rustandi, “*Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah*”, (Jurnal Nalar: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam, Vol. 3 No. 2, Desember 2019), hlm. 89.

komunikasi, sementara komunikasi tidak langsung (menggunakan perantara) adalah sebuah komunikasi yang buruk atau tidak ideal.⁴

Dampak dari kemajuan teknologi kemudian memunculkan determinisme teknologi. Determinisme teknologi adalah paham yang menganggap setiap kejadian, baik yang menyangkut jasmani maupun rohani, merupakan konsekuensi kejadian sebelumnya dan ada di luar kemauan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Determinisme teknologi menurut Marshall McLuhan mempunyai ide dasar bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia bergerak dari suatu abad ke teknologi yang lain.⁵ Teori determinisme teknologi pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui karya tulisnya dengan judul *The Gutenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. Gagasan utama dari teori determinisme teknologi adalah pengaruh teknologi media terhadap masyarakat, dengan asumsi bahwa media mempengaruhi setiap tindakan dan perbuatan manusia, media memperbaiki persepsi dan mengolah pengalaman manusia, dan media mengikuti dunia bersama-sama.

Maka dari itu, untuk mengetahui bagaimana determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram sebagai media dakwah organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis yaitu menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dengan berpedoman pada teori khususnya teori determinisme teknologi mengenai determinisme teknologi penggunaan Instagram sebagai media dakwah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Serta manfaat praktis yaitu dapat digunakan

⁴ Siti Meisyaroh, “*Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial. Jurnal*”, (Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. 1 No. 1, 2013), hlm.40.

⁵ Stefanus Rodrick Juraman, “*Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu komunikasi Fispol Unsrat)*”, (Surakarta:ejournal.unsrat.ac.id, Volume III. No.1. 2014), Hlm. 3.

sebagai bahan referensi yang dapat memberikan informasi teoritis, khususnya bagi peneliti lain ingin melanjutkan penelitian ini.

B. Definisi Oprasional

1. Determinisme Teknologi

Determinisme teknologi terdiri dari dua kata, yaitu determinisme dan teknologi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), determinisme berarti paham yang menganggap setiap kejadian, baik yang menyangkut jasmani maupun rohani, merupakan konsekuensi kejadian sebelumnya dan ada di luar kemauan. Sementara itu, pengertian determinisme berdasarkan teori determinisme menurut Marshall McLuhan mempunyai ide dasar bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia menuju peradaban yang lebih modern.⁶

Adapun pengertian teknologi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Jadi dapat disimpulkan pengertian determinisme teknologi adalah teori yang menyebutkan bahwa perubahan yang terjadi pada perkembangan teknologi sejak zaman dulu hingga sekarang memberikan pengaruh besar kepada masyarakat.

2. Instagram

Instagram adalah aplikasi *smartphone* yang diciptakan Kevin Systrom dan Mike Kriger yang merupakan sarjana Stanford University, Amerika Serikat. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 dan mendapat popularitas tinggi dalam jangka waktu yang cepat, terbukti lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Layanan Instagram sebenarnya tidak jauh berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya seperti Twitter, hanya saja Instagram

⁶ Stefanus Rodrick Juraman, Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu komunikasi Fispol Unsrat).(Surakarta:ejournal. unsrat .ac.id Volume III. No.1. 2014). Hlm. 3.

menonjolkan pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Karena banyak keuntungan dalam aplikasi ini maka banyak yang menggunakan Instagram dalam kehidupan sosial.⁷

3. Media Dakwah

Media dakwah terdiri dari dua kata, yaitu media dan dakwah. Kata media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berarti alat atau sarana.

Sementara itu kata dakwah berasal dari bahasa arab دعاء – يدعو – دعوة (da'a - yad'u - da'watan) yang berarti memanggil, menyeru, dan mengundang. Dakwah yaitu upaya kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah sesuai fitrah secara integral, baik melalui kegiatan lisan dan tulisan atau kegiatan nalar dan perbuatan sebagai upaya pengejawantahan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran (*al khair*).⁸ Sedangkan media dakwah adalah sarana yang digunakan untuk menyeru dan mengajak umat manusia untuk berada di jalan yang diridhai Allah SWT supaya memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

4. Organisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata organisasi berarti kelompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan untuk mencapai tujuan bersama. Sementara itu, organisasi dapat juga diartikan kesatuan susunan yang terdiri dari sekelompok orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang dapat dicapai secara lebih efektif dan efisien melalui tindakan cecara bersama-sama, dimana dalam melakukan tindakan itu ada pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab bagi tiap-tiap personal yang terlibat di dalamnya untuk mencapai ujuan organisasi.⁹ Jadi dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

⁷ Rini Damayanti, “Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram”, (Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, Vol. 5. No. 3, Juli 2018), Hlm. 262.

⁸ Sakareeya Bungo, “Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural”, (Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No.2, Desember 2014), Hlm.212.

⁹ Hari Sulaksono, “Budaya Organisasi Dan Kinerja”,(Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2015), Hlm. 2.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram sebagai media dakwah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah mengetahui bagaimana determinisme teknologi dalam penggunaan Instagram sebagai media dakwah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dengan berpedoman pada teori khususnya teori determinisme teknologi mengenai determinisme teknologi penggunaan instagram sebagai media dakwah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi yang dapat memberikan informasi teoritis, terkhusus bagi orang yang ingin melanjutkan penelitian tentang permasalahan ini.

E. Telaah Pustaka

Penelitian dengan tema determinisme teknologi yang pernah diteliti dan ditulis oleh peneliti sebelumnya. Berbagai macam aspek terkait determinisme teknologi sudah diteliti. Dalam penelitian ini, penulis meninjau kembali beberapa kajian ilmiah sebelumnya yang digunakan sebagai landasan pustaka serta kajian teoritik yaitu dengan mengemukakan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti buku, jurnal, skripsi, dan lain sebagainya. Adapun telaah pustaka ini ditujukan untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis.

Pertama, skripsi Ahmad Pakhri M beerjudul *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv*

di Instagram) dari UIN Alauddin Makassar pada Tahun 2017.¹⁰ Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Skripsi ini membahas tentang bagaimana penggunaan fitur vidgram sebagai media dakwah, materi dakwah yang diberikan Yufid tv di instagram, serta kelebihan dan kekurangan dakwah melalui fitur vidgram yang dilakukan oleh Yuvid tv. Peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan fitur vidgram sebagai media dakwah, dengan maksimalkan penggunaan fitur vidgram dengan memproduksi dan mengunggah konten video poster berupa animasi terdiri dari kumpulan video dan foto yang diberi *subtitle*. Materi yang disampaikan Yufid tv di instagram yaitu materi akidah, syariah, muamalah, dan akhlak. Sementara itu untuk kelebihan dalam penggunaan fitur vidgram ini seperti mudahnya fitur dan *interface* yang menarik, terdapat fitur *tools* sebagai pendukung, dan adanya kesan materi yang ringan dan singkat. Sementara untuk kelemahannya adalah metadata konten tidak dapat dimodifikasi dan tidak adanya fitur *seekbar* yang mengharuskan penonton menonton secara penuh tanpa melompat. Persamaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari metode penelitian, penggunaan instagram sebagai media dakwah, dan teori determinisme teknologi. Untuk perbedaannya dapat dilihat dari subyek penelitiannya dimana penelitian ini subyeknya adalah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto dalam penggunaan instagram sebagai media dakwah.

Kedua, skripsi oleh Santi Anindya Apsari dengan judul Studi *Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid* dari UIN Sunan Ampel Surabaya.¹¹ Skripsi ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Skripsi ini membahas tentang bagaimana penyiaran media dakwah pada akun @dakwahmuslimahid. Hasil dari penelitian ini adalah @dakwahmuslimahid memberikan alternatif pilihan bagi pengguna instagram dengan memberikan informasi yang mengandung nilai-nilai keislaman. Konten dakwah yang disampaikan @dakwahmuslimahid dalam instagram berupa pesan dakwah akidah, syariah, dan akhlak. Persamaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari jenis penelitian yang berupa kualitatif, penggunaan media dakwah

¹⁰ Ahmad Pakhri M., "Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)", Skripsi, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), Hlm. 77.

¹¹ Santi Anindya Apsari, "Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hlm. 93.

berupa instagram, dan teori determinisme teknologi. Perbedaannya dapat dilihat dari jenis pendekatan dan subjek penelitian.

Ketiga, tesis dari Raditya Margi Saputro yang berjudul *Determinisme Teknologi: Kajian Filsafat Mengenai Pengaruh Teknologi Terhadap Pengembangan Masyarakat dari Universitas Indonesia* pada tahun 2011. Saputro menggunakan metode penelitian *historical argument* dan *deep hermeneutik*. Tesis ini membahas tentang kekuatan yang dimiliki teknologi dalam menentukan arah perkembangan kebudayaan manusia yang hasil tesisnya adalah perkembangan kebudayaan manusia sangat tergantung terhadap teknologi, ketika manusia tidak mempunyai kontrol terhadap teknologi maka teknologi akan berkembang secara otonom.¹² Persamaantesis ini dengan skripsi penulis yaitu sama-sama membahas tentang determinisme teknologi. Perbedaan dari penelitian ini dapat dilihat dari subyek penelitian, tesis subyek penelitiannya adalah perkembangan masyarakat sedangkan skripsi ini subyeknya adalah organisasi IMM Ahmad Dahlan purwokerto dalam penggunaan instagram sebagai media dakwah.

Keempat, Moch. Nurcholis Majid dengan menulis tentang *Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Dakwah Fatayat NU Jawa Timur Melalui TV 9)*.¹³ Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Artikel ini membahas tentang bagaimana pola strategi dakwah Fatayat NU melalui program di TV 9. hasil penelitian ini yaitu terdapat tiga strategi yaitu strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi *ta'lim*. Persamaan dengan penelitian dapat dilihat dari jenis penelitiannya yaitu berupa kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian membahas tentang dakwah serta penggunaan teori determinisme. Perbedaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari subyek penelitian dan penggunaan media dakwah.

F. Sistematika Pembahasan

Guna memperoleh secara keseluruhan serta memudahkan dalam pembahasan terkait penelitian ini, penulis menyusun laporan secara terperinci melalui per bab

¹² Raditya Margi Saputro, "Determinisme Teknologi: Kajian Filsafat Mengenai Pengaruh Teknologi Terhadap Pengembangan Masyarakat", Skripsi, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2011), Hlm viii.

¹³ Moch. Nurcholis Majid, "Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Dakwah Fatayat NU Jawa Timur Melalui TV 9)", (Mukammi: Jurnal Kajian Keislaman, 2020), Hlm.140.

dan sub bab. Penulis menyusunnya dengan sistematika melalui lima bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, definisi oprasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi determinisme teknologi, teori teknologi, teori dakwah, teori organisasi, dan teori media sosial.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data yang disusun guna menemukan jawaban rumusan masalah penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Penyajian dan analisis data meliputi gambaran umum organisasi IMM ahmad dahlan, gambaran umum akun media social yang dimiliki IMM, gambaran umum akun Instagram, dan analisis data

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan, saran-saran, kata penutup, dan lampiran- lampiran.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun hasil penelitian yang sudah dikerjakan oleh peneliti, maka telah ditemukan jawaban dari rumusan masalah mengenai bagaimana determinisme teknologi penggunaan Instagram sebagai media dakwah Organisasi IMM Ahmad dahlan Purwokerto. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Selain sebagai pemberi informasi terkait organisasi IMM, media sosial Instagram *@immiainpurwokerto* juga dimanfaatkan sebagai media berdakwah.
2. Materi dakwah yang disiarkan melalui Instagram meliputi aspek aqidah, syariah, muamalah, dan akhlak.
3. Banyaknya pengguna Instagram dan fitur menarik di Instagram membuat organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto memanfaatkannya sebagai media berdakwah.
4. Penelitian membuktikan teori yang di gagas oleh Marshall McLuhan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri.

B. Saran

Adapun saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis guna meningkatkan kualitas dan kebaikan untuk sekripsi selanjutnya, adalah sebagai berikut:

1. Penulis berharap akan ada penelitian baru yang membahas tentang tema determinisme teknologi, selain itu penulis juga berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan wawasan bagi mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).
2. Adapun untuk pembaca, semoga penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terkait dakwah melalui media sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadarudin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. CV Penerbit Qiara Media.
- Abdurrahman, Hasan dan Riswaya, Asep Ririh. 2014. *Aplikasi Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bakti*. Jurnal Computech & Bisnis Vol. 8 No. 2.
- Al-Sheikh, Abdullah Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq. 2004. *Tafsir Ibnu Katsir, terj. M Abdul Ghoffar E.M*. Jurnal Pustaka Imam Asy-Syafi'i vol. 2.
- Apsari, Santi Anindya. 2019. *Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Arifuddin, Andi Fikra Pratiwi. 2017. Film Sebagai Media Dakwah Islam, Jurnal AQLAM: Jurnal Of Islam and Plurality Vol. 2 No. 2.
- Bungo, Sakareeya. 2014. *Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural*. Jurnal Dakwah Tabligh. Volume 15, No.2.
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, Rini. 2018. *Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*. Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, vol. 5. No. 3.
- Darwin, dkk. 2016. *Aksesibilitas Media Sosial Dakwah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Palu*". jurnal Al-Misbah, vol. 12 No. 2.
- Djaldan Badawi, Mh. 2003. *95 Tahun Langkah Perjuangan Muhammadiyah Himpunan Keputusan Mukhtamar*. Yogyakarta: LPI PPM.
- Dwi Atmoko, 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Emzir.2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta:Raja Gerafindo Persaja.
- Faidah, Fatty .Muh. Najib, Andi subhan Amir. 2016. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Mkassar Vidgram. Jurnal Komunikasi Kareba Vol. 5 No. 2.
- Faiqah, Fatty, dkk. 2016. You Tube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. Jurnal Vol. 5 No. 2.
- Fathan Hidayatullah, Ahmad. 2016. Twitter Sebagai Media Dakwah. Jurnal Tektonin Vol. 22 No.1.
- Futkhatussalamah. 2021. *Analisis Pesan Dakwah Remaja Di Akun Instagram @Nunuzoo Periode Januari 2018-April 2020*. Skripsi. Purwokerto:IAIN Purwokerto.
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hadi, Sutrisno. 1997. *Metodologi Researech*. Yogyakarta: Adi offset.
- Hendroyono, Tony. 2011. *Wikipedia Ensiklopedia Top Dunia*. Yogyakarta: B-Firs.
- Hassan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, Micha. 2009. *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Gedung Jogja Post dan TV di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Maleong, Lexy J. 1989. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- Majid, Moch Nurcholis. 2020. *Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Dakwah Fatayat NU Jawa Timur Melalui TV 9)*. Mukammi: Jurnal Kajian Keislaman. Mojokerto: IAI Uluwiyah Mojokerto.
- M.A, Morisson. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Meisyaroh, Siti. 2013. *Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial*. Jurnal. Jurnal Komunikasi dan Bisnis Vol. 1 No. 1.
- Muhammad Nuh, Syahid. 2004. *Dakwah Fardiyah: Pendekatan Personal Dalam Dakwah*. Solo: Era Intermedia.
- Munir Amin, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah.
- Munir, Muhammad dan Ilaihi, Wahyu. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Mutiawati, Imas. 2018. *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)*. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo.
- Nazir, Muhammad. 1989. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Hgalia Aksara
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Nurrahmah. 2017. *Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digita (Studi Pada Harian Ujung Pandang Ekspres)*. Skripsi. Makasar: UIN Alauddin Makassar.
- Pakhri M, Ahmad. 2017. *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*. Skripsi .Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Purwono, Juni, dkk. 2014. *Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan*. Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran Vol. 2, No. 2.
- Raihan Febriansyah, M, Arief Budiman Ch., Yazid R. Pasandre, M. Amir Nashiruddin, Widiyastuti, Imron Nasri. 2013. *Muhammadiyah 100 Tahun Menyinari Negeri*. Yogyakarta: Majelis Pustaka Dan Informasi Pimpinan Pusat Muhammadiyah.
- Rustandi, Ridwan. 2019. *Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah*. Nalar: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam Vol. 3 No. 2.
- Saputro, Raditya Margi. 2011. *Determinisme Teknologi: Kajian Filsafat Mengenai Pengaruh Teknologi Terhadap Pengembangan Masyarakat*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sari, Yulia Anggara. 2010. *Analisis efektivitas dan Kontribusi Penerima Pajak Bumi dan Bangunan terhadap Pendapatan Daerah di Kota Bandung*. Jurnal Wacana Kinerja Vol. 13 No. 2.
- Silmi, Nisa Adilah. 2018. *Analisis Pesan Dakwah Pada Video Akun Instagram @Hijabalila*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- S, Arikunto. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Reinka Cipta.
- Sirajuddin, Murniaty. 2014. *Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)*. Jurnal Al-Irsyad Al-Nafs: Bimbingan Penyuluhan Islam Vol. 1, No. 1.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksono, Hari. 2015. *Budaya Organisasi Dan Kinerja*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

- Strauss, Anslem & Juliet Corin. 2009. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Timbowo, Deify. 2016. *Manfaat Penggunaan Smartphon Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi)*. e-journal "Acta Diurna" Vol.v No.2.
- Utomo, Moch. Khaesar Januar. 2016. *Analisis Isi Berita Politik Harian Jawa Pos dan Kompas*. Skripsi. Surabaya: STIK Almamater Wartawan Surabaya.
- Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.
- Wawancara dengan Mia Endika Rahma Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.
- Wawancara dengan Ferdi Albahar, Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.
- Waluyo, Bagya. 2007. *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat*. Bandung: PT Setia Purna Inves.
- Yakub, Hamzah. 1981. *Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership*. Bandung:CV.Diponegoro.
- Zaini, Ahmad. 2015. Dakwah Melalui Televisi. AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 3 No. 1.
- Ziveria, Mira . 2017. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan Di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbe*. Jurnal Kalbiscentia Vol. 4 No. 2.

IAIN PURWOKERTO