

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jamalul Basor
NIM : 1717102018
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul **“Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto”** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya Sata sendiri. Hal-hal yang bukan karya Saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikrmudian hari terbukti pernyataan yang tidak benar, maka saya bersedia menerima saksi dan gelar akademik yang Saya peroleh.

Purwokerto, 23 Juli 2021

Menyatakan,

IAIN PURWOK



Jamalul Basor

NIM. 1717102018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram Sebagai Media
Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad
Dahlan Purwokerto**

Yang disusun oleh saudara: **Jamalul Basor**, NIM. **1717102018**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Jurusan **Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: 23 Juli 2021, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S. Sos)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Warty M. Kom.

NIP 19811119 200604 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Dedy Riyadin Saputro, M.I. Kom.

NIP 19870525 201801 1 001

Penguji Utama,

Dr. Musta'in S. Pd., M.Si

NIP 19710302 20090 1 104

Mengesahkan,

Tanggal: Kamis, 19 Agustus 2021

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit M. Ag.

NIP 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Purwokerto

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.,

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara:

Nama	: Jamalul Basor
NIM	: 1717102018
Fakultas	: Dakwah
Jurusan	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Program Studi	: Penyiaran Islam
Judul Skripsi	: Determinisme Teknologi: Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 23 Juli 2021

Pembimbing



Warty M. Kom.

NIP 19811119 200604 1 004

**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.

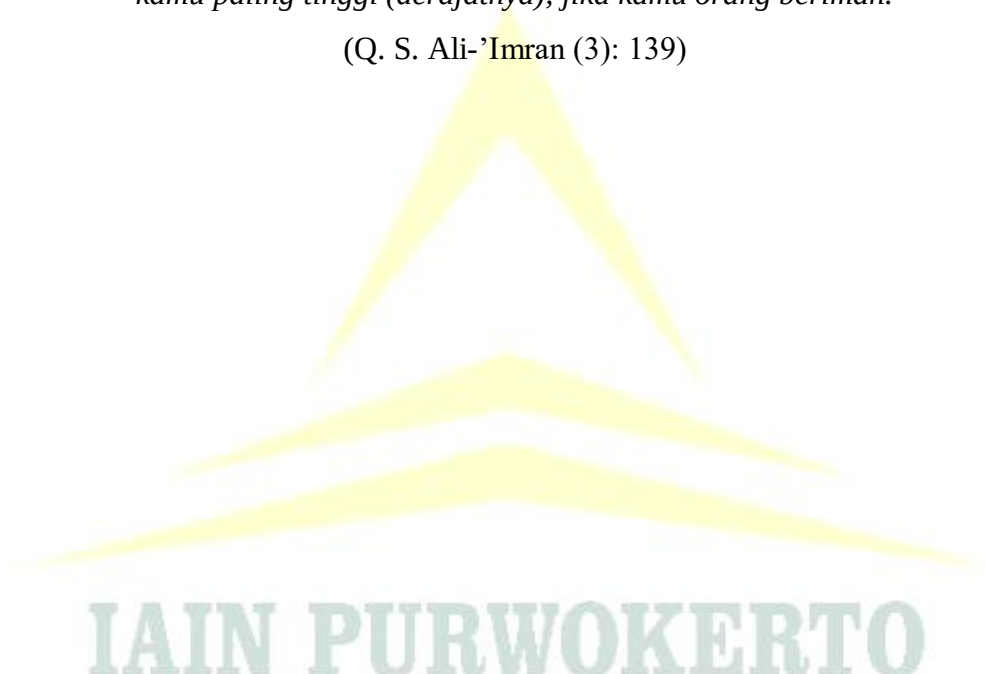
MOTTO

4A

Aku menjadi diri sendiri,
Aku Istimewa,
Aku harus bersikap baik,
Aku adalah agen perubahan.

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman.

(Q. S. Ali-'Imran (3): 139)



IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mendapatkan kekuatan dalam setiap langkahnya. Akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dan semoga dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca untuk mmajukan pengetahuan dan wawasan. Penulis mempersembahkan untuk:

1. Ibu dan almarhum Bapak, yang selalu memberikan do'a dan dukungan terbaik bagi putramu. Yang selalu ikhlas untuk menyayangi dan memberikan yang terbaik sehingga Saya berada sampai di titik ini. Semoga ini adalah awal bagi pembuktian Saya untuk menjadi agen perubahan dan mengangkat drajat keluarga. Dengan cara apapun Saya tidak bisa membalas semua jasa-jasamu pada putramu. Semoga Alloh SWT kebaikan selalu berada dengan mu, Ibu dan almarhum Bapak. Terimakasih Ibu dan almarhum Bapak.
2. Untuk Mas Pranoto, Apip Munazat selaku kakak Saya, dan Nur Faiz Ramdhani adik Saya, untuk seluruh keluarga besar Saya, sahabat-sahabat, keluarga besar KPI A 2017, Komunitas Radio STAR, dan teman-teman dimanapun kalian berada yang selalu memberikan semangat dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kebaikan kalian semoga kebaikan Allah SWT selalu bersama kalian. Semangat dan sukses selalu.

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga dengan do'a dan usaha penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratannya untuk memperoleh gelar S.Sos di IAIN Purwokerto dengan penuh rasa syukur dan hikmat. Sholawat serta salam semoga selalu terlimpah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan pengikut yang setia hingga akhir zaman.

Perjuangan panjang telah penulis lewati dalam penyelesaian skripsi ini. Banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi dalam penulisan. Penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa dukungan dari berbagai macam pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag selaku rektor IAIN Purwokerto.
2. Prof. Dr. KH. Abdul Basit, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, S.Ag, M.A, dan Warto, M.Kom selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Agus Sriyanto, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan.
5. Warto, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan membantu proses penyelesaian skripsi ini dengan penuh sabar dan ikhlas.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan, semoga bisa bermanfaat dan berkah.
7. Seluruh Staf Fakultas Dakwah yang memberikan bantuan administrasi dan lain-lain.
8. Kepada IMM Ahmad Dahlan Purwokerto, serta pihak-pihak yang telah mengizinkan melakukan penelitian, sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.

9. Orang tua saya Ibu Watimah dan Almarhum Bapak Kasum yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Pranoto, Apip Munazat, dan Nur Faiz Rmdhani selaku saudara saya yang telah memberikan dukungan do'a dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga besar KPI A 2017 yang sangat kompak dan hebat sehingga menjadi kebanggaan kita semua.
12. Komunitas Radio STAR yang selalu memberikan semangat dan fasilitas ruangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua teman-temanku yang telah memberikan do'a dan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini.
14. Nayla Sa'adah terimakasih karena telah menemani dan membantu Saya dalam melakukan observasi di Purwokerto, Imah Masitoh yang telah memberikan saran dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi, Rio Septa Pramana, Aldi Gunawan, dan Syawal Hidayatulloh yang telah menjadi sahabat Saya sejak dulu hingga sekarang kuliah bersama-sama, semoga persahabatan kita abadi.
15. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi.

Banyak ucapan terimakasih dan syukur yang penulis sampaikan. Banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan bagi kita semua. Aamiin.

Penulis



Jamalul Basor

NIM. 1717102018

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	I
LEMBAR PENGESAHAN.....	II
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	III
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI	IX
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang Masalah	13
B. Definisi Oprasional	18
C. Rumusan Masalah	20
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	20
E. Telaah Pustaka	20
F. Sistematika Pembahasan	22
BAB II	24
LANDASAN TEORI.....	24
A. Dakwah.....	24
B. Media Sosial	38
C. Teori Determinisme Teknologi.....	49
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54

B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	57
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	57
D. Sumber Data	58
E. Teknik Pengumpulan Data	58
F. Teknik Analisis Data	61
BAB IV	63
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	63
A. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Ahmad Dahlan Purwokerto	63
B. Akun Media Sosial IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.....	68
C. Akun Instagram @immiaainpurwokerto	73
D. Diskusi Penemuan Peneliti Dengan Teori	85
BAB V.....	91
PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram IMM Ahmad Dahlan Purwokerto	
<i>@immiaainpurwokerto</i>	15
Gambar 2. 1 Halaman Wikipedia https://www.wikipedia.org	43
Gambar 4. 1 Akun YouTube IMM Ahmad Dahlan Purwokerto	69
Gambar 4. 2 Profil akun Instagram <i>@immiaainpurwokerto</i>	70
Gambar 4. 3 Halaman Facebook IMM Ahmad Dahlan Purwokerto	71
Gambar 4. 4 Profil akun Twitter <i>@immstainpwt</i>	72
Gambar 4. 5 Aplikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto	73
Gambar 4. 6 Diagram presentase pengikut laki-laki dan perempuan Instagram	
<i>@immiaainpurwokerto</i>	75
Gambar 4. 7 Diagram rentang usia dan wilayah pengikut Instagram	
<i>@immiaainpurwokerto</i>	76
Gambar 4. 8 Ucapan selamat menempuh UAS oleh <i>@immiaainpurwokerto</i>	79
Gambar 4. 9 Tips ujian online menurut <i>@immiaainpurwokerto</i>	80
Gambar 4. 10 Ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri <i>@immiaainpurwokerto</i>	81
Gambar 4. 11 Postingan <i>@immiaainpurwokerto</i> ucapan Hari Raya Ramadhan	82

IAIN PURWOKERTO

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).

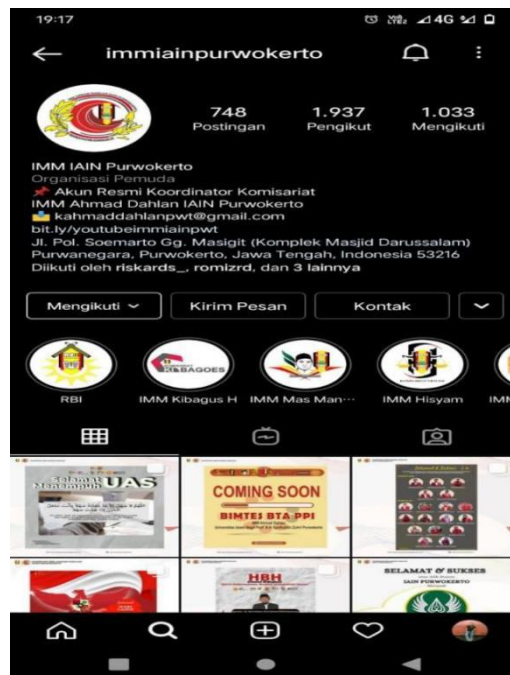
Salah satu strategi yang dilakukan oleh IMM ahmad Dahlan untuk meneruskan perjuangan islamya adalah dengan berdakwah melalui internet. Berdakwah melalui internet dapat dikatakan efektif dan potensial karena mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya dan energi yang terjangkau. Sementara itu pengguna 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 Instragram 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 @immiainpurwokerto dalam penelitian determinisme teknologi adalah *Pertama*, akun Instagram @immiainpurwokerto mempunyai dua fungsi yaitu sebagai profil organisasi dan media dakwah. *Kedua*, @immiainpurwokerto 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 @immiainpurwokerto 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 (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 Persamaantesi 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 sekripsi 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 II

LANDASAN TEORI

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Berdasar etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu *da'wah* yang merupakan bentuk masdar dari *دعا - يدعو - دعوة* (*da'a - yad'u - da'watan*) yang berarti memanggil, menyeru, dan mengundang. Orang yang menyampaikan pesan dakwah dapat disebut sebagai *da'i*, dan orang yang menerima pesan dakwah disebut sebagai *mad'u*.

Pengertian dakwah secara terminologi, 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*).¹⁴ Muhammad Natsir berpendapat bahwa dakwah mengandung arti kewajiban dan merupakan tanggung jawab bagi setiap muslim dalam *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*.¹⁵

Menurut Adam 'Abdullah Al-Alwarry, dakwah yaitu memalingkan pandangan dan pola pikir manusia pada akidah yang bermanfaat bagi mereka serta dalam kemaslahatan, juga berarti upaya penyelamatan manusia dari kemaksiatan yang merongrongnya.¹⁶ Dakwah akan mengantarkan seorang muslim menjadi lebih kuat dalam akidah dan keyakinan dengan

¹⁴ Sakareeya Bungo, "Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural", (Jurnal Dakwah Tabligh. Volume 15, No.2, Desember 2014), Hlm.212.

¹⁵ Wahidin saputra, "Pengantar Ilmu Dakwah", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), Hlm. 2.

¹⁶ 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. 16.

menyampingkan akal pikir, serta menjadikan muslim terhindar dari pemikiran sesat dan maksiat yang ada.

Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, pengertian dakwah yaitu mengajak seseorang agar beriman kepada Allah SWT dan kepada apa yang dibawa para Rasul-Nya dengan cara membenarkan terkait apa yang mereka berikan serta mengikuti apa yang mereka perintah.¹⁷

Sedangkan menurut Taufiq Al Wa'I pengertian dakwah adalah mengajak kepada pengesaan Allah SWT dengan mengikrarkan dua kalimat syahadat serta mematuhi manhaj Allah SWT di dunia baik lisan ataupun perbuatan, seperti yang telah dianjurkan dalam Alquran dan Hadis, supaya memeluk agama yang *diridho*'i Nya sehingga memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁸

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah menyeru, mengajak, dan memanggil umat manusia untuk berada di jalan yang *diridho*'i Allah SWT sesuai dengan Alquran dan Hadis supaya memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

2. Landasan Hukum Dakwah

Kegiatan bedakwah kewajiban bagi setiap muslim karena merupakan perintah dari Allah SWT dan seruan Rasulullah SAW. Perintah Allah yang menganjurkan muslim untuk berdakwah tertera dalam 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)

Dari ayat di atas, Allah SWT secara tegas untuk umatnya melakukan kegiatan berdakwah. Hal ini yang menyebabkan *ijma*’ ulama sepakat bahwa hukum dalam berdakwah adalah wajib. Namun kemudian muncul perbedaan

¹⁷ Syahid Muhammad Nuh, “Dakwah Fardiyah: Pendekatan Personal Dalam Dakwah”, (Solo: Era Intermedia, 2004), Hlm. 14.

¹⁸ Muhammad Qodarudin Abdullah, “Pengantar Ilmu Dakwah”, (CV Penerbit Qiara Media: 2019) hal 2.

dalam kewajiban berdakwah itu sendiri, ada sebagian ulama yang berpendapat bahwa hukum berdakwah adalah *fardhu kifayah*, dan adapula sebagian ulama yang berpendapat bahwa berdakwah itu hukumnya *fardhu 'ain* dengan ketentuan kadar kesanggupan.

Perbedaan ini terjadi karena perbedaan penafsiran kata dalam ayat. Yaitu dalam huruf “*min*” dalam kata “*minkum*”. Jika kata “*min*” diartikan dalam “*littab'idh*” yang artinya sebagian maka hukumnya *fardhu kifayah*. Namun jika kata “*min*” diartikan dalam “*littabyin*” atau “*lil-bayaniyyah*” yang artinya menunjukkan pada jenis (seluruh manusia) maka hukumnya *fardhu 'ain*.¹⁹

Abu Ismail Muslim al-Atsari menjelaskan tafsir di atas sebagai berikut:²⁰

- a. Kata “*min*” dalam firman Allah SWT “*minkum*” untuk menjelaskan manusia tanpa membedakan. Hal ini sesuai dalam surat QS. Maryam/19:71

وَإِنْ مِنْكُمْ إِلَّا وَارِدُهَا كَانَ عَلَى رَبِّكَ حَتْمًا مَقْضِيًّا

Artinya :

“Dan tidak ada seorang pun diantara kamu yang tidak mendatanginya (neraka). hal itu bagi Tuhanmu adalah suatu ketentuan yang sudah ditetapkan.”

Kata “*minkum*” pada ayat di atas merujuk pada semua orang tanpa kecuali, jadi dapat ditafsirkan kata “*minkum*” dalam surat Ali-'Imran ayat 104 diartikan semua orang.

- b. Kata “*min*” dalam kata “*Minkum*” mengartikan sebagian. Dalam kutipan Ali bin Hasan Al Halabi Al Atsari oleh Abu Ismail menerangkan bahwa orang-orang yang menyeru kepada yang *ma'ruf* wajib menjadi ulama, dan tidak setiap orang itu ulama. Yang dimaksud ulama adalah orang-orang yang Allah SWT menjadikan baik di antara mereka dari kebanyakan orang.

¹⁹ Samsul Munir Amin, “*Ilmu Dakwah*”, (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm 52.

²⁰ Abu Ismail Muslim al-Atsari, “*Tugas Dakwah, Almanhaj*”, <https://almanhaj.or.id/2713-tugas-dakwah.html> (26 April 2021)

Dalam *Tahqiqnya Lubbabut Tafsir Min Ibni Ktsiir*, Dr. Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh menerangkan bahwa menurut Ibnu Katsir hukum berdakwah adalah *fardhu 'ain*.²¹ Ibnu Katsir mengatakan bahwa arti yang dimaksud dalam surat Ali-Imran ayat 104 adalah hendaklah ada segolongan umat yang memegang peran tersebut, walaupun dakwah merupakan kewajiban setiap umat sesuai dengan kapasitasnya. Lalu beliau mengutip hadis Rasulullah riwayat Imam Muslim yang artinya:

*Dari Abu Sa'id Al Khudry R.A: Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda "Barang siapa di antara kalian yang melihat kemunkaran, maka hendaklah ia merubah dengan tangannya (kekuatannya), apabila ia tidak mampu (mencegah dengan tangannya) maka hendaklah ia merubah dengan lisannya, dan apabila (dengan lisan) iya juga tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan hatinya, dan yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman."*²²

Penjelasan di atas menegaskan bahwa terdapat perbedaan hukum kewajiban berdakwah menurut para ulama. Dari berbagai literatur menyatakan bahwa kebanyakan ulama berpendapat hukum berdakwah adalah *fardhu kifayah*, namun perlu diketahui bahwa ulama yang menyatakan hukum berdakwah *fardhu kifayah* mengatakan bahwa dakwah dapat menjadi *fardhu 'ain* dengan beberapa ketentuan.

Sedangkan menurut peneliti, menyimpulkan bahwa hukum berdakwah adalah wajib bagi setiap muslim. Karena setiap muslim wajib mengajak pada kebenaran, jadi sekecil apa pun ajakan yang kita lakukan selama berada dalam kebenaran, sudah termasuk dakwah.

3. Media Dakwah

Media berasal dari kata latin yaitu median berasal dari bentuk jamak medium. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang berarti alat atau sarana. Adapun menurut Schramn dalam Samsul Munir Amin, media merupakan teknologi informasi yang bisa digunakan dalam pengajaran. Sementara secara spesifik, pengertian media dapat dirumuskan sebagai alat atau benda fisik yang dapat digunakan sebagai perantara penjelas isi pesan dan pengajaran, contohnya seperti buku, majalah, film, video, dan sebagainya.²³

²¹ Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Al-Sheikh , "*Tafsir Ibnu Katsir, terj. M Abdul Ghoffar E.M*", (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, Vol. 2, 2004), Hlm. 108.

²² Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah* ", (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm 52.

²³ Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah* ", (Jakarta: Amzah, 2009), Hlm.113.

Secara terminologi, pengertian media yaitu sebuah alat atau sarana yang dapat digunakan sebagai penyampai pesan dari komunikator terhadap khalayak.²⁴ Sementara itu, berdasarkan kamus komunikasi, arti media adalah sarana atau alat yang dimanfaatkan komunikator untuk menyampaikan pesan pada komunikan, jika komunikan berada di lokasi yang jauh ataupun berjumlah banyak dan bahkan keduanya.²⁵

Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'wah* yang merupakan bentuk *masdar* dari دعا - يدعو - دعوة (*da'a - yad'u - da'watan*) yang berarti memanggil, menyeru, dan mengundang. Pengertian dakwah secara terminologi, 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*).²⁶

Berdasarkan pendapat Hamzah Yakub, media dakwah merupakan alat objektif yang digunakan sebagai saluran penghubung ide umat yakni sebuah elemen vital serta urat nadi totalitas dakwah.²⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian media dakwah yaitu sarana atau alat yang dimanfaatkan sebagai penyampai pesan dakwah terhadap *mad'u*. media dakwah dimanfaatkan sebagai penyalur pesan dakwah tersebut, sehingga pesan dakwah yang diberikan dapat diterima oleh *mad'u* dengan benar dan baik. Penggunaan media dakwah dalam proses berdakwah tentunya harus menjaga dan mematuhi etika dan ketentuan dakwah, seperti halnya:

- a. Media dakwah harus sesuai dengan Alquran dan Hadits.
- b. Penggunaan media dakwah tidak menjurus terhadap hal yang haram dan menyebabkan kerusakan.
- c. Media dakwah dimanfaatkan secara baik.
- d. Media dakwah harus sesuai terhadap situs serta kondisi konteks dakwah.

²⁴ Hafied Cangara, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Hlm.123.

²⁵ Onong Uchayana Effendy, "*Kamus Komunikasi*", (Bandung: CV Mandar Maju, 1989), Hlm. 220.

²⁶ Sakareeya Bungo, "*Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural*", (Jurnal Dakwah Tabligh. Vol.15, No.2, Desember 2014), Hlm. 212.

²⁷ Hamzah Yakub, "*Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership*", (Bandung: CV. Diponegoro, 1981), Hlm. 47.

- e. Media dakwah dapat dipergunakan sebagai perantara untuk melenyapkan kesesatan.
- f. Media dakwah harus jelas dalam tahap penggunaanya.
- g. Media dakwah harus fleksibel terhadap macam-macam kondisi, *mad'u*, adat, dan sebagainya.
- h. Media dakwah dapat digunakan kapanpun dan di manapun.

Pada saat ini terdapat berbagai macam media yang dapat digunakan sebagai sarana atau alat untuk berdakwah, diantaranya adalah televisi, radio, majalah, dan lain sebagainya. Dengan banyaknya media yang ada saat ini, sebagai seorang *da'i* tentunya harus dapat berpikir cerdas untuk memilih media yang dipergunakan, sehingga pesan dakwah yang dapat diterima secara baik. Pemilihan media dapat dilakukan dengan menggunakan prinsip-prinsip media dan melihat kekurangan serta kelebihan media tersebut. Klasifikasi sasaran dakwah berdasarkan banyaknya komunikan dibagi menjadi 2: a) media massa, b) non media massa. Sementara itu, klasifikasi sasaran dakwah dilihat dari segi penyampaian pesan dibagi menjadi tiga golongan, yaitu *The spoken words* (ucapan), *The printed writing* (tulisan), dan *The audio visual* (gambar hidup). Jika dilihat dari sifat, media dakwah terbagi menjadi dua, yaitu modern dan tradisional.

Berikut klasifikasi media dakwah berdasarkan benda atau alat, digolongkan menjadi 4, yaitu:

a. Media Visual

Media visual merupakan sarana atau alat yang dapat digunakan sebagai media dakwah melalui indra penglihatan.

1) Film Slide

Film slide merupakan kumpulan gambar yang disusun sedemikian rupa untuk membentuk sebuah rekaman yang telah terprogram. Film slide dapat digunakan secara berulang selama program yang telah diatur masih sesuai dengan apa yang dikehendaki. Dalam membentuk program film slide dibutuhkan orang yang ahli dalam bidangnya sehingga tidak bisa dibuat oleh sembarang orang.

2) Over Head Proyektor (OHP)

OHP merupakan sebuah perangkat keras yang dapat digunakan untuk memproyeksikan program yang telah dibuat ke layar lebar melalui plastik

transparan. Media ini dapat digunakan sesuai dengan keinginan penggunanya, namun membutuhkan daya listrik.

3) Gambar dan Foto

Gambar dan foto merupakan tampilan dua dimensi yang diletakan dalam sebuah media yang rata. Media ini masih banyak ditemui sebagai media dalam berdakwah oleh para *da'i*, mengingat media ini dapat menggambarkan tentang materi yang disampaikan.

b. Media Audio

Media audio merupakan sarana atau alat yang dapat digunakan sebagai media dakwah melalui indra pendengaran.

1) Radio

Radio merupakan perangkat keras yang dapat menghasilkan suara dengan melaluisystem jaringan. Hingga saat ini radio masih banyak digunakan sebagai media dakwah, hal ini karena radio merupakan alat yang efektif dan efisien. Radio tetap menarik dan memiliki pendengar setia karena memiliki keunikan yaitu kombinasi ucapan verbal penyiar, musik, dan efek suara yang bisa membentuk *theater of mind*.

2) Tape Recorder

Tape Recorder merupakan media elektronoik yang dapat digunakan sebagai perekam suara ke dalam bentuk pita kaset. Media ini dapat diputar berulang kali sesuai kehendak yang diinginkan. Salah satu pendakwah yang menggunakan Tap Recorder sebagi media dakwahnya ustadz Zanudin MZ yang sangat populer pada era 90 an. Banyak kaset yang berisi ceramah beliau yang dijual di pasaran.

Pada saat ini penggunaan media audio melalui Tap Recorder sudah semakin ditinggalkan. Hal ini karena Tap Recorder sudah dianggap tidak praktis lagi bagi masyarakt saat ini. Karena orang yang ingin medengarkan suara melalui Tap Recorder harus mempunyai alat pemutar tersendiri. Namun sejak tahun 2018, media audio mulai bangkit kembali setelah munculnya Podcast. Podcast memungkinkan penggunanya dapat mendengarkan siaran audio kapan pun dan di mana pun melalui Aplikasi di *Smartphone*.

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media kombinasi antara audio dan visual yang dikombinasikan dengan kaset audio yang mempunyai unsur suara dan gambar yang bisa dilihat, misalnya rekaman video, slide suara dan sebagainya.²⁸

1) Televisi

Kata televisi berasal dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “visi” (*Vision*) yang berarti penglihatan. Selain itu, televisi juga dapat diartikan sebagai sistem elektronik yang memancarkan gambar bergerak (*moving images*) dan suara kepada *receivers*. Beberapa contoh penggunaan televisi sebagai media dakwah adalah adanya adzan dan berbagai macam acara khusus pada bulan ramadhan, Idul Fitri, serta Idul Adha.²⁹

2) Film

Film dapat diproduksi dengan tujuan dakwah dengan menampilkan film yang bertema agama. Dalam proses pembuatan film memerlukan waktu yang lama dan tahap yang panjang. Salah satu film yang diproduksi dengan tujuan dakwah adalah film *Ayat-Ayat Cinta*. Film ini merupakan adaptasi dari novel karya Habiburrahman El Shirazy dengan judul *Ayat-Ayat Cinta*. Ide cerita film ini terinspirasi dari surat Az Zukhruf ayat 67, yang artinya “*orang-orang yang suka saling mencintai satu sama pada hari kiamat akan bermusuhan kecuali orang-orang yang takwa*”.³⁰

3) Internet

Kata internet berasal dari *interconnection networking* yang berarti jaringan internasional (luas dan mendunia). Jaringan itu terbentuk dari banyaknya jaringan kecil atau LAN (*Local Area Network*) yang saling tersambung menjadi satu jaringan komputer internasional atau WAN (*Wide Area Network*). Internet dapat diartikan sebagai jaringan (*network*) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang kemudian dikenal sebagai *global village* (desa global).

Penggunaan internet sebagai media telah banyak digunakan terutama dari kalangan akademisi, birokrat, serta mahasiswa. Dengan memanfaatkan

²⁸ Juni Purwono dkk, “*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 April 2014), Hlm.128

²⁹ Ahmad Zaini, “*Dakwah Melalui Televisi*”, (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 3 No. 1, Juni 2015), Hlm. 2 dan 10.

³⁰ Andi Fikra Pratiwi Arifuddin, “*Film Sebagai Media Dakwah Islam*”, (Jurnal AQLAM: Jurnal Of Islam and Plurality, Vol. 2 No. 2, Desember 2017), Hlm. 120.

jaringan satelit, internet menyajikan berbagai macam informasi bersifat global dari seluruh dunia baik berupa informasi agama, politik, ekonomi, data, pendidikan, bisnis, maupun surat elektronik (*e-mail*). Internet juga dapat menyajikan surat kabar elektronik (*electronic newspaper*) dari berbagai macam bahasa, dan hiburan lagu-lagu mulai dari yang klasik hingga kontemporer. Dengan demikian, internet dapat dikatakan sebagai salah satu media penyampaian pesan yang cepat dan efektif.³¹

Dakwah melalui internet dapat dikatakan efektif dan potensial karena mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya serta energi yang terjangkau, pengguna internet setiap tahun semakin meningkat sehingga dapat mempengaruhi peningkatan jumlah penyerap misi dakwah, dan para pakar serta ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet dapat berkonsentrasi untuk menyikapi wacana peristiwa yang menuntut hukum syar'i.

Berdakwah adalah sebuah kewajiban bagi setiap manusia, dan setiap orang dengan berbagai macam profesi dapat melakukan dakwah. Karena berdakwah dapat dilakukan dalam multi dimensi kehidupan. Dakwah islam tidak hanya dapat dilakukan melalui ungkapan atau kata-kata (*bi al-lisan*), namun juga dapat berupa tulisan (*bi al-kitab*), serta dalam bentuk aksi sosial (*bi al-hal*). Menjadi seorang dai tidak hanya dituntut untuk dapat menguasai materi dakwah, melainkan juga diwajibkan untuk dapat memahami budaya dari masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Karena hal itu akan memudahkan dai dalam memilih kata dan metode yang harus digunakan. Rasulullah SAW bersabda, yang artinya: "Berbicaralah kepada manusia menurut kadar kecerdasan mereka." (HR.Muslim).³²

Berkembangnya teknologi dan media massa yang begitu pesat sedikit banyak mengubah pola pikir masyarakat dunia. Agar materi dakwah dapat diterima dengan baik dibutuhkan strategi yang tepat supaya tidak tertinggal. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dakwah melalui internet dengan memanfaatkan Instagram. Pemilihan Instagram sebagai media

³¹ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet", (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam ,Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2013), Hlm. 101-102.

³² Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)", (Jurnal Al-Irsyad Al-Nafs: Bimbingan Penyuluhan Islam ,Vol. 1, No. 1 Desember 2014), Hlm. 16.

dakwah memberikan banyak kemudahan. Dengan Instagram, berdakwah tidak hanya dapat berupa tulisan, melainkan bisa berupa gambar dan video, selain itu *followers* juga dapat lebih mudah untuk berkomentar dan bertanya melalui materi dakwah yang diposting. Sekarang ini banyak sekali da'i yang menggunakan media sosial untuk berdakwah, tujuannya supaya materi dakwah yang disampaikan dapat tersebar di seluruh dunia. Salah satu da'i yang menggunakan Instagram untuk berdakwah adalah Ustadz Yusuf Mansur. Materi dakwah yang disampaikan Ustadz Yusuf Mansur meliputi aqidah, akhlak, syariah, dan lain sebagainya.

Dari contoh di atas, dapat menjadi bukti bahwa sejak ditemukannya internet, telah terjadi perubahan dalam komunikasi massa. Di mana media massa lama (televisi, radio, dan surat kabar) bukanlah lagi sumber utama dalam mencari informasi. Internet menawarkan keberagaman serta kebebasan akan adanya akses informasi bagi penggunanya tanpa terkait pembatasan dan sensor. Banyaknya dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama (*old media*) ke media baru (*new media*).³³ Ketika khalayak berpindah ke media baru, maka aturan konsumsi media cenderung berubah, karena teknologi mengenalkan cara baru untuk hidup, sebagaimana membangun budaya baru dalam satu jaringan komunikasi. Selain itu, media baru memungkinkan perubahan dalam hubungan antar manusia, menggantikan dengan transaksi komputer, ataupun meninggalkan transaksi lama seperti tatap muka ataupun telepon.³⁴

Setelah ditemukannya internet, keberadaan media audio visual pun semakin berkembang. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari banyaknya aplikasi media sosial internet yang berbasis media audio visual. Jika dulu media audio visual hanya bisa dinikmati melalui televisi, sekarang ini media audio visual pun dapat dinikmati melalui aplikasi sosial media seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya. Media audio visual saat ini pun dinilai lebih praktis, karena dapat dinikmati melalui *smartphone*

³³ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet", (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2013), Hlm. 99.

³⁴ Siti Meisyaroh, "Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial", (Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. 1 No. 1 Mei 2013), Hlm. 37.

sehingga dapat dinikmati kapanpun di manapun tanpa terbatas ruang dan waktu.

d. Media Cetak

Media cetak merupakan saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk tercetak. Media cetak juga dapat diartikan sebagai media masa yang menggunakan media cetak seperti kertas koran yang di dalamnya ada tulisan yang berupa kata-kata dan kalimat, tetapi tulisan itu bukanlah tulisan biasa layaknya surat-menyurat melainkan tulisan yang disebut *news* (berita) yang teknik penulisannya mengikuti kaidah jurnalistik.³⁵

1) Buku

Buku dapat diartikan sebagai sejumlah pesan tertulis yang memungkinkan memuat banyak pesan dan memiliki arti bagi masyarakat luas, direncanakan untuk pengetahuan publik tentang sesuatu serta direkam dalam bahan yang tidak mudah rusak dan mudah dibawa. Tujuan utamanya memberikan penerangan, penyajian dan menjelaskan, serta mengabdikan sesuatu dan memindahkan pengetahuan dan informasi di tengah masyarakat dengan memerhatikan kemudahan dan penampilan.³⁶

Buku merupakan salah satu media yang banyak digunakan sebagai media dakwah dari zaman dahulu hingga sekarang. Terbukti banyak sekali buku yang diciptakan oleh para ulama sebagai media berdakwah. Adapun kelebihan buku sebagai media dakwah adalah dapat dilihat dari efektivitas dalam menyebarkan pengetahuan, opini, dan pikiran secara tradisional dan terintegrasi. Selain itu, di kalangan muslim Indonesia masih banyak yang beranggapan bahwa pengetahuan itu berasal dari “kitab”, sehingga kewibawaan buku tersebut dapat digunakan sebagai upaya perubahan dan pembangunan.³⁷

2) Surat Kabar

³⁵ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak”, (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2014), Hlm. 62-63.

³⁶ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak”, (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2014), Hlm. 69.

³⁷ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak”, (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2014), Hlm. 71-72.

Surat kabar atau koran berasal dari bahasa Belanda: *Krant*, dari bahasa Prancis *Courant*. Surat kabar merupakan suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak dalam kertas murah yang disebut dengan koran, surat kabar ini berisi berita yang aktual serta berbagai topik. Topik dapat terdiri dari olahraga, kriminalitas, cuaca, tajuk rencana dan lain sebagainya. Surat kabar juga dapat berisi kartun, Teka Teki Silang (TTS), dan hiburan lain.

Kelebihan dari surat kabar adalah: *pertama*, dapat menjangkau kawasan perkotaan sesuai cakupan pasarnya. *Kedua*, surat kabar dapat digunakan sebagai referensi dalam berbelanja. *Ketiga*, surat kabar memuat hal-hal yang aktual. *Keempat*, pengiklan dapat bebas memiliki pasar mana yang diprioritaskan. Adapun kelemahan surat kabar adalah: *Pertama*, surat kabar dibaca orang dalam waktu tempo yang singkat dan tidak lebih dari 15 menit. *Kedua*, meskipun memiliki sirkulasi yang luas, beberapa kelompok pasar tidak dapat terlayani, seperti pembaca dibawah usia 20 tahun. *Ketiga*, tidak semua produk dapat diiklankan surat kabar, seperti iklan yang memerlukan peragaan produk.³⁸

3) Majalah

Majalah merupakan penerbitan berkala yang berisi berbagai macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah mempunyai karakter berupa kedalaman isi yang lebih jauh dibandingkan surat kabar, karena selain menyajikan berita-berita surat kabar juga menyajikan cerita atas berbagai kejadian dengan tekanan pada unsur hiburan dan pendidikan.

Majalah mempunyai kelebihan di antaranya: *Pertama*, mempunyai kemampuan untuk menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi. *Kedua*, dapat mengangkat produk-produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak terhadap prestise majalah yang bersangkutan. *Ketiga*, memiliki usia edar yang panjang. *Keempat*, mempunyai kualitas visual yang baik karena dicetak dengan kertas berkualitas. Adapun kelemahan majalah di antaranya: *Pertama*, majalah hanya beredar di lingkungan yang terbatas,

³⁸ Micha Kurniawan, "Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Gedung Jogja Post dan TV di Yogyakarta", Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hlm. 9 dan 12.

sehingga biaya yang dikeluarkan menjangkau setiap kepala lebih mahal. *Kedua*, distribusi kurang lancar. *Tiga*, fleksibilitas yang terbatas.³⁹

Pada saat ini teknologi komunikasi berkembang semakin pesat, perkembangan tersebut tidak hanya mempengaruhi dunia industri, melainkan juga mempengaruhi bisnis media. Hal tersebut tentunya merubah pola dan konsep pada suatu media, seperti halnya terhadap media komunikasi yang telah berkembang lama di khalayak media. Contohnya seperti media cetak seperti surat kabar, majalah, dan buku.

Surat kabar sebagai salah satu media informasi tertua yang ada di masyarakat pun mengalami kemunduran sejak adanya revolusi teknologi yang semakin berkembang. Terlebih lagi kehadiran radio, televisi, dan film pun turut andil dalam perubahan minat masyarakat terhadap surat kabar. Surat kabar pun berada dalam ambang kehancuran setelah munculnya internet yang merajai dunia teknologi sekarang ini.

Revolusi teknologi yang terus berkembang pesat membuat media berkonvergensi sehingga membentuk saluran baru atau platform media yang beragam. Konvergensi media membuat media massa melakukan inovasi. Seperti halnya surat kabar cetak yang tidak hanya menghadirkan portal berita *website realtime*, namun juga menghadirkan transformasi surat kabar cetak itu sendiri. Yaitu berupa surat kabar digital atau surat kabar elektronik (*e-peaper*). E-peaper merupakan surat kabar elektronik yang bisa diakses dengan *website* yang disediakan oleh perusahaan surat kabar dan dapat diakses melalui *smartphone* ataupun komputer.⁴⁰

4. Materi Dakwah

Yang dimaksud dengan materi dakwah yaitu pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Materi dakwah yang dibawakan dan diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW terhadap umatnya meliputi aspek duniawi serta *ukhrawi*. Materi dakwah diantaranya sebagai berikut:

- a. Akidah Islam, meliputi ajaran tauhid dan juga keimanan.

³⁹ Micha Kurniawan, "*Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Gedung Jogja Post dan TV di Yogyakarta*", Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hlm. 11-12.

⁴⁰ Nurrahmah, "*Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada Harian Ujung Pandang Ekspres)*", Skripsi, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), Hlm. 1-4.

- b. *Akhlakul karimah*
- c. Masyarakat yang sesuai dengan ajaran Islam
- d. Kebahagiaan dunia dan akhirat
- e. Serta berbagi macam materi lain

Ajaran Islam yang terdapat pada Alquran dan Hadis pada dasarnya terdiri dari empat prinsip, yaitu:⁴¹

a. *Aqidah*

Aqidah Islamiyah merupakan pokok materi yang ada dalam prinsip pembahasan ini. Seperti kita ketahui bahwa *aqidah islamiyah* akan membentuk karakter *taqqarub* seorang hamba terhadap Allah SWT. *Aqidah Islamiyah* dapat diartikan sebagai tauhid inti dari sebuah keyakinan. Materi ini mencakup problematika keimanan, tauhid, dan juga syirik.

b. *Syariat*

Syariat dapat diartikan sebagai hukum dalam Islam, baik hubungan antara manusia dengan Allah SWT, hubungan dengan sesama manusia, maupun hubungan dengan alam. Materi yang disampaikan dalam prinsip syariat ini meliputi hukum wajib, haram, sunah, makruh, dan mubah (boleh). Syariat dikatakan sangat penting karena mendasari perbuatan amal kita baik hubungan kita terhadap Alloh SWT (*hablumminallah*), sesama manusia (*hablumminannas*), dan juga dengan alam (*hablumminalalam*).

c. *Muamalah*

Muamalah sejatinya merupakan prinsip yang ada dalam syariah. Materi ini membahas hubungan manusia dengan sesamanya. Dalam Islam, materi muamalah mempunyai materi yang besar dalam pembahasannya. Pembahasannya, di antaranya adab serta sikap yang baik ketika berhubungan antara sesama manusia.

d. *Akhlak*

Prinsip akhlak juga sebenarnya juga termasuk dalam prinsip muamalah. Hanya saja prinsip akhlak yang dimaksud disini adalah berkaitan dengan tabiat dan kondisi kebatinan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan sesama manusia. Materi ini juga dikatakan sangat

⁴¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ila'hi, "*Manajemen Dakwah*", (Jakarta:Kencana, 2006), hlm 24-28.

penting karena Nabi Muhammad SAW diperintah Allah SWT untuk memperbaiki akhlak.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Kaplan menyatakan bahwa media sosial yaitu sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user *generated content*. Sedangkan menurut Soris menyatakan media sosial itu terdiri dari kegiatan yang berkaitan dengan sosialisasi serta jaringan bersifat online baik menghubungkan satu sama lain maupun dengan organisasi yang melayaninya. Hal tersebut membuktikan suatu diskusi yang membuat orang dapat memperoleh dan membagi informasi. Dengan adanya media sosial juga mengubah cara berkomunikasi baik secara pribadi maupun profesional.⁴² Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian media sosial adalah media yang berbasis online yang dapat menghubungkan satu sama lain tanpa terbatas ruang dan waktu.

2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik dari media sosial adalah adanya jaringan yang menghubungkan setiap penggunanya. Jaringan tersebut bukan hanya berfungsi sebagai peluas pertemuan serta pengikut, namun sebagai pembangun interaksi antar penggunanya. Interaksi yang lazim terjadi oleh antar pengguna media adalah saling mengomentari, *like*, *share*, *broadcast*.

Media sosial memberikan banyak peran penting terhadap masyarakat. Peran media sosial menurut McQuail yang dikutip oleh Eka Nanda Wulandari dalam buku *Mass Communication Theory* sebagai berikut:

- a. Digunakan sebagai media kampanye dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lainnya.
- b. Digunakan untuk mendapatkan informasi yang *up to date*.
- c. Sebagai media hiburan bagi masyarakat.

⁴² 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. 30.

- d. Sebagai sumber informasi yang bersifat menjelaskan serta mengomentari peristiwa dan informasi.

Karakter dari media sosial adalah adanya hubungan atau interaksi yang terjadi antara satu pengguna dengan yang lainnya dalam berbagi informasi sehingga memungkinkan terjadinya interaksi dan komunikasi.

3. Kategori Media Sosial

Media sosial terbagi dalam beberapa kategori yaitu:⁴³

- a. Media Jaringan Sosial (*social networking*)

Jaringan sosial atau biasa disebut dengan *social networking* merupakan jaringan yang memungkinkan para penggunanya dapat saling berinteraksi, interaksi tersebut bukan hanya berbentuk pesan teks, melainkan juga dapat berbentuk foto maupun video. Postingan yang diunggah (publikasi) bersifat *real time*, sehingga memungkinkan penggunanya dapat membagikan informasi sesuai apa yang terjadi sekarang. Jejaring sosial yang termasuk dalam *social networking* diantaranya adalah Facebook, Line, Instagram dan sejenisnya.

Salah satu akun jejaring sosial Instagram yang berisikan konten dakwah adalah milik Nurul Azka dengan *username* @Nunuzoo. Akun tersebut merupakan akun yang berisi konten dakwah berupa video-video dakwah. Postingan video yang ada dalam akun tersebut dikemas secara menarik dan unik sehingga berbeda dengan video dakwah pada umumnya. Konten dakwah yang ada dalam akun @Nunuzoo berisi video dakwah komedi yang tidak menghilangkan inti pesan dakwahnya. Sampai sekarang akun Instagram @Nunuzoo telah mencapai jumlah followers sebanyak 490 ribu dengan jumlah postingan sebanyak 195 postingan. Video yang diunggah pada periode Januari 2018 hingga April 2020, video berjudul “Parodi Count On Me” adalah video yang paling banyak ditonton dengan 3.342.606 tayangan.⁴⁴

Selain itu akun instagram yang berisikan konten dakwah adalah @hijabalila. @hijabalila merupakan sebuah brand dari produk pakaian muslim yang mengutamakan *kesyar'ian* yang berarti menutup aurat

⁴³ Rulli Nasrullah, “Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi”, (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2016), Hlm. 40-46.

⁴⁴ Futkhatussalamah, “Analisis Pesan Dakwah Remaja Di Akun Instagram @Nunuzoo Periode Januari 2018-April 2020”, Skripsi, (Purwokerto:IAIN Purwokerto, 2021), Hlm. 36-37.

sesuai dengan anjuran islam. @hijabalila digagas oleh Ustadz Felix Siauw bersama dengan istrinya, Ummu alila. Meskipun @hijabalila adalah akun bisnis, namun konten dakwah lebih dikedepankan dari pada produknya. Dalam akun @hijabalila mempunyai 2792 unggahan serta 380.000 pengikut. Adapun konten yang di *share* akun @hijabalila merupakan pesan motivasi dalam bentuk *visual graphic* yang dikemas menjadi menarik. Sedangkan konten video yang di *share* berupa film pendek berdurasi satu menit dengan cerita menarik.⁴⁵

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti meneliti akun Instagram @immiainpurwokerto. @immiainpurwokerto adalah satu dari beberapa akun Instagram yang konten- kontennya berisikan materi dakwah islam. @immiainpurwokerto merupakan salah satu akun media sosial yang dimiliki oleh organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. @immiainpurwokerto dibuat selain sebagai media informasi terkait organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto, namun akun tersebut juga difungsikan sebagai media untuk berdakwah. Akun tersebut dibuat sekitar tahun 2015 dengan jumlah unggahan mencapai 748 unggahan.

Adapun konten dakwah islam yang terdapat dalam akun Instagram @immiainpurwokerto terdiri dari gambar dan video. Dalam postingan berbentuk gambar biasanya terdiri dari dua jenis, yaitu foto dan *visual graphic*. Foto dan *visual graphic* dikemas dengan apik sehingga menarik untuk dibaca. Sedangkan konten berupa video berisikan penuturan dari tokoh agama maupun dari tokoh organisasi IMM Ahmad Dahlan itu sendiri. Isi konten @immiainpurwokerto disertai dengan *caption* yang sesuai dengan tema yang diunggah serta menggunakan *hashtag* (sebutan bagi simbol # yang kemudian ditambah dengan kata kunci) dalam menemani tema agar mudah dipencarian Instagram. Selain itu, dalam akun @immiainpurwokerto juga memposting berbagai macam kegiatan dari organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto, namun tetap terdapat pesan dakwah yang disampaikan dalam setiap postingan.

⁴⁵ Nisa Adilah Silmi, “Analisis Pesan Dakwah Pada Video Akun Instagram @Hijabalila”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), Hlm. 5.

b. Jurnal Online (*blog*)

Blog berasal dari singkatan *Web Log* yang pertama kali dipopulerkan oleh *Blogger.com* dari Google. *Blog* juga dapat diartikan sebagai media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat mengunggah berbagai macam kegiatan sehari-hari, saling mengomentari, tautan *web*, informasi, dan lainnya. *Blog* dapat dimanfaatkan sebagai catatan harian yang ditayangkan seperti layaknya sebuah *wibesite*. Karakteristik dari *Blog* ini yaitu penggunanya adalah pribadi dan konten yang diunggah juga masih terkait dengan penggunanya itu sendiri. Dengan demikian seorang da'i dapat mengisi *blog*-nya dengan berbagai macam materi ajaran islam sehingga dapat dibaca oleh mad'u.⁴⁶

c. Jurnal Online Sederhana (*microblogging*)

Microblogging sama halnya seperti *blog* yang berfungsi untuk memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk menulis serta mengunggah aktivitas dan pendapatnya. Salah satu jenis media sosial ini adalah *Twitter*. *Twitter* adalah situs *micro-blogging* yang berdiri pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. *Twitter* memiliki beberapa keunikan yaitu: pertama, pengguna *Twitter* tidak perlu untuk menunggu persetujuan agar bisa menerima *update* dari pengguna lain yang ingin diikuti. Kedua, *Twitter* mengizinkan penggunanya dapat mem-posting gambar ataupun opini melalui pesan singkat (*tweet*). selain itu, *Twitter* mengizinkan untuk *tweet* dengan maksimal 140 karakter.⁴⁷ Salah satu da'i yang memanfaatkan *Twitter* sebagai media dakwah adalah Ustadz Yusuf Mansur melalui akun *@Yusuf_Mansur*, dimana beliau sering membahas materi tentang dakwah salah satunya tentang do'a.

d. Media Berbagi (*sharing media*)

Media berbagi merupakan sebuah situs yang memungkinkan penggunanya untuk dapat berbagi video, gambar, dokumen, audio, dan lainnya. media sosial yang masuk dalam kategori ini diantaranya adalah Youtube, Flickr, Photo Bucket, dan Snapfish.

⁴⁶ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak", (AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2014), Hlm.104.

⁴⁷ Ahmad Fathan Hidayatullah, "*Twitter Sebagai Media Dakwah*", (Jurnal Tektonin, Vol. 22 No.1, Maret 2016), Hlm.40.

YouTube merupakan sebuah situs web video sharing (berbagi Video) yang populer dimana para penggunanya dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Adapun karakteristik dari YouTube yaitu: Pertama, Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Kedua, system pengamanan yang mulai akurat. Ketiga, berbayar, YouTube memberikan penawaran bagi siapapun yang memuat video dengan jumlah penonton 1000 *viewers* maka akan diberikan honorarium. Keempat, system offline yaitu YouTube mempunyai fitur baru bagi pengguna dapat menonton secara offline dengan ketentuan harus mengunduh video tersebut. Kelima, tersedia editor sederhana.⁴⁸ Contoh da'i yang menggunakan YouTube sebagai media berdakwah adalah Ustadz Abdul Somad dengan *username* Ustadz Abdul Somad Official. Konten dakwah yang beliau sampaikan berupa aqidah, ibadah, syariah, dan lain sebagainya. Hingga saat ini, total *Subscribe* akun YouTube Ustadz Abdul Somad mencapai 2,08 juta dengan jumlah video yang diunggah sebanyak 1,1 ribu.

e. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

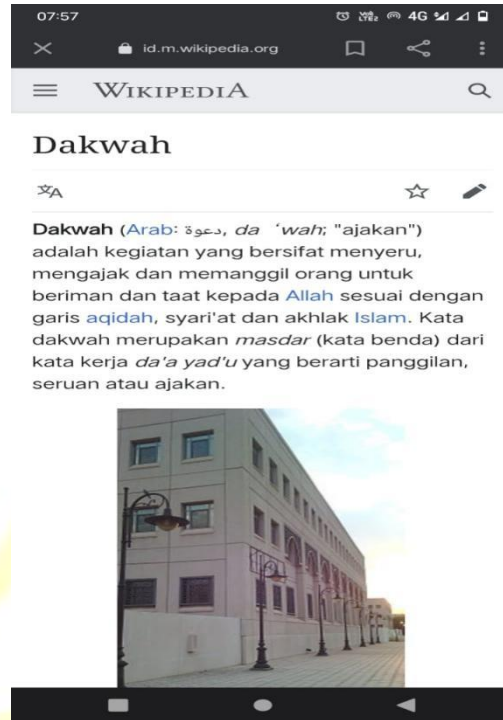
Penanda sosial atau yang biasa disebut dengan *social bookmarking* adalah media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat menyimpan, mengorganisasikan, mengelola, serta mencari informasi tertentu berbasis online. Bentuk dari informasi tersebut adalah sebuah tautan yang mengarahkan pada sumber informasi tersebut. Contoh dari media sosial ini diantaranya Delicious.com, Digg.com, dan sejenisnya.

f. Media Konten Bersama (*Wiki*)

Media Konten Bersama atau biasa disebut dengan wiki ini memungkinkan penggunanya dapat berkerjasama atau kolaborasi untuk membentuk sebuah konten. Seperti halnya ensiklopedia, wiki menyajikan kepada penggunanya mengenai pengertian, sejarah, tautan, atau bahkan rujukan buku. Adapun manfaat dari media konten bersama (wiki) yaitu: Pertama, wiki menyediakan berbagai sumber belajar yang dapat dimanfaatkan sebagai referensi tidak terkecuali tentang materi

⁴⁸ Fatty Faiqah, dkk, "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram", (Jurnal Vol. 5 No. 2, Juli-Desember 2016), Hlm.260-161.

agama islam. Kedua, dengan adanya wikipedia dapat mempublikasikan hasil penelitian misalnya terkait materi dakwah islam. Ketiga, wikipedia dapat mempermudah literatur secara luas. Keempat, wikipedia dapat mengidentifikasi hasil yang paling relevan akan selalu muncul pada halaman pertama.⁴⁹



Gambar 2. 1 Halaman Wikipedia <https://www.wikipedia.org>

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 2.1** yang merupakan contoh media konten bersama (*wiki*) yang ada di Indonesia yaitu Wikipedia yang dapat di akses melalui *smartphone* atau komputer dengan wibsete <https://www.wikipedia.org>.

4. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang banyak digemari saat ini oleh kalangan konsumen telepon pintar (*smartphone*). Nama Instagram sendiri diambil dari kata “insta” yang aslinya berasal dari kata “instan” dan “gram” yang aslinya berasal dari kata “telegram”. Jadi dapat dikatakan bahwa kata Instagram berasal dari kata *instan* dan *telegram*. Instagram sendiri berarti sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan informasi dengan cepat

⁴⁹ Tony Hendroyono, “*Wikipedia Ensiklopedia Top Dunia*”, (Yogyakarta: B-First, 2011), Hlm. 81.

yang berupa foto atau video dengan mengolah, mengedit, dan membagikan (*share*) ke jejaring sosial dengan cepat.⁵⁰

Instagram juga dapat dikatakan sebagai aplikasi photo-sharing dan layanan sosial *online*, hal ini karena Instagram memungkinkan penggunanya untuk dapat membagikan hasil foto ke berbagai macam media sosial seperti Facebook, Twitter, dan sebagainya. Maka hal tersebut yang membuat Instagram mempunyai keunikan tersendiri.

Aplikasi yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger ini mempunyai beberapa ciri menarik, salah satunya adalah terdapat batas foto yang berbentuk persegi, sama dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 yang biasa digunakan oleh kamera ponsel.

Adapun fitur-fitur pada sosial media Instagram sebagai berikut⁵¹:

a. *Home Page*

Home page merupakan tampilan utama pada media sosial Instagram, *home page* ini bersis foto-foto yang diunggah oleh sesama pengguna *Instagram* yang diikuti. Foto yang terlihat pada *home page* merupakan foto terbaru yang diunggah. Cara untuk melihat foto-foto tersebut hanya dengan menggeser layar dari atas ke bawah.

b. *Comments*

Comments merupakan salah satu fitur *instagram* yang memungkinkan penggunanya untuk berpendapat pada foto yang dilihat. Cara memberikan comment adalah menekan ikon berbentuk balon komentar kemudian mengetik apa yang ingin disampaikan dan selanjutnya menekan ikon kirim.

c. *Explore*

Explore merupakan kumpulan dari foto-foto Instagram populer yang paling banyak disukai oleh *followers*. Dalam menentukan *explore*, Instagram menggunakan algoritma yang dirahasiakan sehingga biasanya halaman *explore* antara pengguna yang satu dengan yang lain berbeda, tergantung dengan apa yang disukai.

⁵⁰ Santi Anindya Apsari, "*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 14-15.

⁵¹ Atmoko Bambang Dwi, "*Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*", (Jakarta: Media Kita, 2012), Hlm. 28.

d. *Profile*

Profile merupakan halaman yang berisi identitas dari pengguna instagram tersebut. Dalam profil terdapat foto profil, nama pengguna, serta hal lain berkaitan dengan identitas yang dicantumkan dalam biodata, selain itu juga terdapat jumlah video atau foto yang diunggah, jumlah pengikut, dan jumlah akun yang diikuti. Untuk mengecek profil dapat menekan ikon kartu nama yang terletak di pojok kanan bawah.

e. *News Feed*

News Feed merupakan fitur Instagram berupa notifikasi yang berisi aktifitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Pada news feed terdapat dua jenis tab yaitu *following* dan *news*.

f. *Stories*

Stories adalah fitur Instagram berupa jendela yang menampilkan video atau foto yang diunggah oleh pengguna Instagram. Fitur ini hampir mirip dengan *home page*, hanya saja dalam fitur *stories* ini, foto dan video yang diunggah hanya dapat disaksikan dalam jangka waktu 24 jam dan waktu penayangan kurang lebih hanya satu menit. Maka dapat dikatakan fitur *stories* ini hanyalah unggahan foto atau video yang berupa kilas singkat dari penggunanya.

g. Pengikut (*followers*)

Pengikut (*followers*) merupakan akun Instagram yang mengikuti akun kita. Karena sistem sosial dalam Instagram adalah mengikuti akun pengguna lain atau diikuti oleh pengguna lain. Dengan adanya sistem tersebut, komunikasi antar pengguna dapat terjalin yaitu dengan menekan ikon suka ataupun memberikan komentar atau pendapat pada video atau foto yang diunggah.

h. Mengunggah foto

Adanya sosial media Instagram bertujuan untuk mengunggah atau membagikan foto dan video secara cepat dan mudah kepada pengguna instagram yang lain.

i. Kamera

Menggunakan kamera untuk mengambil foto yang akan diunggah pada instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang telah disediakan.

j. Efek Foto

Efek foto atau yang biasa disebut sebagai filter merupakan fitur yang disediakan untuk mengatur pewarnaan pada foto yang akan diunggah. Dalam instagram terdapat 15 jenis filter yang dapat digunakan oleh penggunanya sesuai dengan keinginan masing-masing.

k. Judul Foto

Dalam proses mengunggah foto di Instagram, setelah proses pengambilan foto dan pengeditan, maka akan diarahkan pada penulisan judul dan lokasi yang digunakan dalam pengambilan foto.

l. *Arroba*

Arroba (@) merupakan fitur Instagram yang dapat digunakan untuk menandai atau mention orang lain. Caranya adalah dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan menuliskan nama pengguna yang akan ditandai atau dimention tersebut.

m. Label Foto

Label Foto merupakan sebuah kode yang memudahkan para pengguna instagram untuk mencari foto yang tersebut dengan menggunakan kata kunci.

n. *Geotagging*

Setelah pengguna menuliskan judul foto yang akan diunggah, maka akan terdapat fitur *geotag*. Fitur ini akan muncul jika pengguna mengaktifkan GPS.

o. Jejaring Sosial

Dalam menunggah foto, pengguna Instagram tidak hanya dapat mengunggah foto tersebut di instagram saja, namun dapat mengunggahnya ke berbagai jejaring sosial yang lain.

p. Tanda suka

Fitur ini memungkinkan para penggunanya dapat menyukai foto atau video yang diunggah dengan cara menekan icon hati.

q. Peraturan Instagram

Peraturan utama yang ada dalam penggunaan instagram ini adalah tidak mengunggah foto yang bersifat pornografi serta menggunakan foto orang lain tanpa sepengetahuan pemilik foto yang asli.

r. Penandaan Foto dengan Bendera

Fitur ini memungkinkan penggunanya dapat melakukan pengaduan terhadap video atau foto yang diunggah pengguna yang lain. Hal ini biasanya dilakukan karena foto atau video yang diunggah mengandung unsur pornografi, ancaman, curian, dan lain sebagainya.

5. Instagram Sebagai Media Dakwah

Seperti yang kita ketahui bahwa teknologi media adalah salah satu faktor yang penting dalam melakukan integrasi terhadap manusia yang satu dengan lainnya. Makna media dapat kita pahami sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan terhadap orang lain. Maka dari itu, kelancaran dan kelangsungan penyampaian informasi dapat berjalan dengan baik tergantung dengan media yang digunakan.

Kegiatan dakwah yang bersifat khas juga memposisikan media sebagai unsur yang penting dalam proses penyampaian pesan dakwah. Berdasarkan sejarah, keberhasilan dakwah Islam di dunia salah satu faktornya adalah penggunaan media yang tepat. Berkaitan dengan media dakwah pada saat ini, internet merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah karena jangkauan dan kecepatan informasi yang dapat menembus ruang dan waktu.⁵² Adapun terdapat 3 alasan mengapa dakwah di internet menjadi sangat penting :

- a. Penganut agama Islam telah menyebar di seluruh penjuru dunia, sehingga internet merupakan sarana yang tepat digunakan karena kemudahan dan kemudahannya sehingga komunitas muslim dapat selalu terhubung.
- b. Pencemaran nama baik Islam akibat berita buruk yang tidak bertanggung jawab perlu diperbaiki. Dengan adanya internet sebagai sarana yang mudah digunakan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan dakwah di seluruh dunia.
- c. Penggunaan internet sebagai media dakwah juga dapat menunjukan bahwa masyarakat muslim dapat menyesuaikan diri dengan peradaban yang sedang berlangsung saat ini.⁵³

⁵² Wahyu Ilahi, “Komunikasi Dakwah”, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 110.

⁵³ Santi Anindya Apsari, “Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 23.

Besarnya potensi dan efisiensi yang diberikan internet dalam pembentukan jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah bisa dilakukan melalui media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial dan bagian dari internet yang dapat dimanfaatkan sebagai media penyampaian dakwah. Hal ini karena instagram memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik seperti media sosial lainnya.⁵⁴

Berikut merupakan kelebihan penggunaan Instagram apabila dimanfaatkan sebagai media penyampaian dakwah.⁵⁵

- a. Instagram dapat menembus ruang dan waktu dengan biaya dan energi terjangkau.
- b. Pengguna internet mengalami peningkatan derastis sehingga memungkinkan misi dakwah dapat diserap banyak orang.
- c. Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah internet dapat berkonsentrasi dalam menyampaikan wacana dan peristiwa yang menuntut hukum *syar'i*.
- d. Dakwah melalui internet sudah menjadi pilihan di masyarakat, sehingga mereka bebas memilih sehingga tidak terdapat unsur paksaan kehendak.
- e. Dengan penyampaian pesan dakwah secara variatif dapat menjangkau segmen yang luas di masyarakat. Selain sebagai media penyampaian dakwah, instagram dapat digunakan sebagai sarana silaturahmi dan sebagainya.

Dengan pemilihan materi yang sesuai dengan sasaran dakwah di Instagram, maka memungkinkan penggunaanya dapat diterima dengan baik. Adapun pemilihan materi dakwah juga harus sesuai dengan teknik posting konten yang tepat. Berikut posting konten yang ada di Instagram:

- a. Foto atau Gambar

Pengguna Instagram bisa mengunggah materi dakwah berupa foto atau gambar dalam bentuk JPEG (*Join Photographic Expert Group*) ataupun dapat berupa PNG (*Portable Network Graphic*) yang

⁵⁴ Santi Anindya Apsari, "*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 23-24.

⁵⁵ Santi Anindya Apsari, "*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 22-24.

dapat disesuaikan dalam berbagai desain sesuai kreativitasnya, seperti dapat berupa tulisan, cerita gambar, kenyataan sosial, dan lain sebagainya.

b. Video

Pengunggah materi dakwah di Instagram juga dapat menggunakan video dengan format MP4 (MPEG-4 Part 14). Materi dalam bentuk video ini pun dapat disesuaikan dengan kehendak pengunggah, misalnya ceramah, puisi, animasi, dan lain sebagainya.

c. Keterangan (*Caption*)

Pengunggah materi dakwah juga dapat memberikan keterangan di bawah video atau foto yang diunggah, keterangan tersebut dapat berupa penjelasan dari video atau foto yang diunggah. Pengunggah dapat dengan bebas memilih berbagai macam *font* yang disediakan fitur Instagram dengan maksimal 2200 karakter.⁵⁶

C. Teori Determinisme Teknologi

Determinisme teknologi adalah sebuah teori yang disampaikan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui karya tulisnya dengan judul *The Guttenberg Galaxy: The Making Of Typographic Man*. Teori tersebut menyebutkan 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.⁵⁷ Dengan artian bahwa teknologi memberikan pengaruh untuk memutuskan atau menentukan sesuatu.

Gagasan utama dari teori determinisme teknologi adalah pengaruh teknologi media terhadap masyarakat, dengan asumsi bahwa :⁵⁸

- a. Media mempengaruhi setiap tindakan dan perbuatan manusia.
- b. Media memperbaiki persepsi dan mengolah pengalaman manusia.

⁵⁶ Santi Anindya Apsari, “*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 25-26.

⁵⁷ 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, Vol. III, No., 2014) hlm 3.

⁵⁸ Santi Anindya Apsari, “*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 37-38.

c. Media mengikuti dunia bersama-sama.

Pada asumsi pertama, menekankan pada gagasan bahwa kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari media, media ada dalam berbagai macam aspek terdalam kehidupan manusia. Asumsi kedua, teori ini menekankan bahwa manusia itu secara langsung dipengaruhi oleh media. Para ahli teori meyakini bahwa media dapat memperbaiki persepsi, mempengaruhi, dan mengola pengalaman manusia. Marshall McLuhan menegaskan bahwa media mempengaruhi manusia dalam memulai harinya melalui informasi yang diperoleh dari media. Asumsi yang terakhir, media mengikuti dunia bersama-sama. Marshall McLuhan mengenakan istilah *Global Village* untuk menjelaskannya bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global sehingga informasi menjadi satu budaya populer dan global.

Marshall McLuhan menegaskan bahwa media merupakan inti dari peradaban manusia. Dominasi media di dalam masyarakat menentukan dasar organisasi sosial dan kehidupan kolektif. Guna menjelaskan idenya, Marshall McLuhan meneliti sejarah perkembangan manusia dalam masyarakat dengan mengidentifikasi teknologi media yang memiliki peran penting dan mendominasi kehidupan manusia dalam waktu tertentu serta membaginya ke dalam 4 periode, yaitu :

a. *A tribal age* (era suku atau purba)

Di era purba atau era suku pada zaman dahulu, manusia hanya dapat mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Pada era ini manusia hanya mengenal berkomunikasi mendasar seperti narasi, cerita, dongeng turunan, dan sejenisnya. Jadi, telinga merupakan “raja” pada masa ini, “*hearing is believing*” sementara kemampuan penglihatan belum diandalkan. Di era ini otak berperan sangat penting karena sebagai wilayah pengontrol pendengaran.

b. *Literate age* (era literal/huruf)

Sejak ditemukannya alfabet atau huruf, maka cara berkomunikasi manusia pada era ini berubah secara signifikan. Kemampuan indra penglihatan menjadi lebih dominan dibanding indra pendengaran seperti era sebelumnya. Manusia tidak lagi hanya mengandalkan tuturan, melainkan lebih kepada tulisan.

c. *A print age* (era cetak)

Pada era ini alfabet semakin dikenal orang terlebih lagi sejak ditemukannya media cetak. Kekuatan kata-kata menggunakan mesin cetak merajalela. Dengan kehadiran mesin cetak dan media cetak menjadikan manusia lebih bebas dalam berkomunikasi.

d. *Electronic age* (era elektronik)

Era ini ditandai dengan ditemukannya berbagai macam alat dan teknologi komunikasi. Telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, serta internet. Manusia menjadi hidup di dalam apa yang disebut “*global village*”. Pada masa ini, media massa dapat membawa manusia mampu bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan pun dimana pun, bahkan saat itu juga.⁵⁹

Penerapan teknologi ini dapat dilakukan dalam setiap konteks komunikasi. Tapi harus sesuai dengan ide Marshall McLuhan yaitu dengan menekankan indra dalam proses komunikasinya dan media sebagai titik tolaknya, maka teori ini tetap diterapkan dalam konteks komunikasi massa.

Salah satu pemikiran Marshall McLuhan yang paling terkenal dan menimbulkan kontroversi adalah ungkapan yang mengatakan bahwa media adalah pesan (*the medium is the message*). berdasarkan ungkapan itu, Marshall McLuhan ingin menyampaikan bahwa pesan yang disampaikan oleh media tidak lebih penting dari media atau saluran komunikasi yang digunakan pesan untuk sampai kepada penerimanya. Dengan demikian, ia memaparkan bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan serta memberikan pengaruh terhadap masyarakat, dan bukan isi pesannya. Orang yang melakukan *chatting* melalui internet ataupun berkomunikasi dengan Facebook bisa jadi tidak terlalu mementingkan isi pesan yang akan mereka tulis, melainkan kebenaran bahwa mereka menggunakan Internet atau Facebook itulah yang penting.

Marshall McLuhan berpendapat bahwa dalam menggunakan media, orang hanya cenderung mementingkan isi pesan saja dan tidak menyadari media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut juga mempengaruhi kehidupan mereka. Menurut pendapatnya, media dapat membentuk dan mempengaruhi pesan atau informasi yang disampaikan. Jika suatu pesan disampaikan melalui

⁵⁹Deify Timbowo, “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.VNo.2, 2016), Hlm 6-7.

radio maka akan memberikan pengaruh yang berbeda apabila pesan tersebut disampaikan dengan televisi. Televisi dapat memberikan efek dramatis terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Misalnya adalah mengenai efek debat calon presiden Amerika Serikat antara Jhon F. Kennedy dengan Richard Nixon dimana orang yang menonton televisi lebih mendukung Kennedy, sedangkan orang yang mendengarkan radio lebih mendukung Nixon.

Nampaknya Marshall McLuhan menggunakan ungkapan media adalah pesan khususnya kepada televisi. Kejadian serangan terorisme di New York dan perang teluk di timur tengah membuat banyak orang beralih memperhatikan televisi, namun orang hanya memperhatikan pesan yang disampaikan serta tidak menyadari bagaimana pentingnya televisi sebagai media atau saluran.⁶⁰

Marshall McLuhan dibantu oleh putranya yaitu Eric pada akhir tahun 1980-an melakukan pengembangan lebih mendalam terkait pemikirannya dalam menjelaskan efek teknologi terhadap masyarakat dengan mengajukan gagasan yaitu hukum media (*Media Laws*). usaha yang mereka lakukan menghasilkan efek lingkaran media: teknologi baru mempengaruhi cara orang berkomunikasi, cara orang berkomunikasi membawa perubahan bagi masyarakat, dan perubahan masyarakat menyebabkan munculnya teknologi baru (McLuhan & McLuhan, 1998). Kemudian mereka juga mengajukan konsep yang diberi nama *Tetrad*, sebagai usaha untuk memahami hukum media yang dibagi menjadi empat hukum media, yaitu penguatan, ketertinggalan, penemuan, dan pembalikan.⁶¹

- a. Penguatan (*enhancement*), yaitu hukum yang menyatakan bahwa media dapat memperkuat masyarakat. Internet berpotensi untuk memperkuat dan memberikan akses lebih luas terhadap informasi. Selain itu contoh lainnya adalah dengan adanya telepon dapat memperkuat ucapan yang disampaikan dalam percakapan tatap muka. Radio memperkuat suara melampaui jarak yang jauh. Televisi memperkuat suara dan gambar sehingga dapat menyebrangi benua.

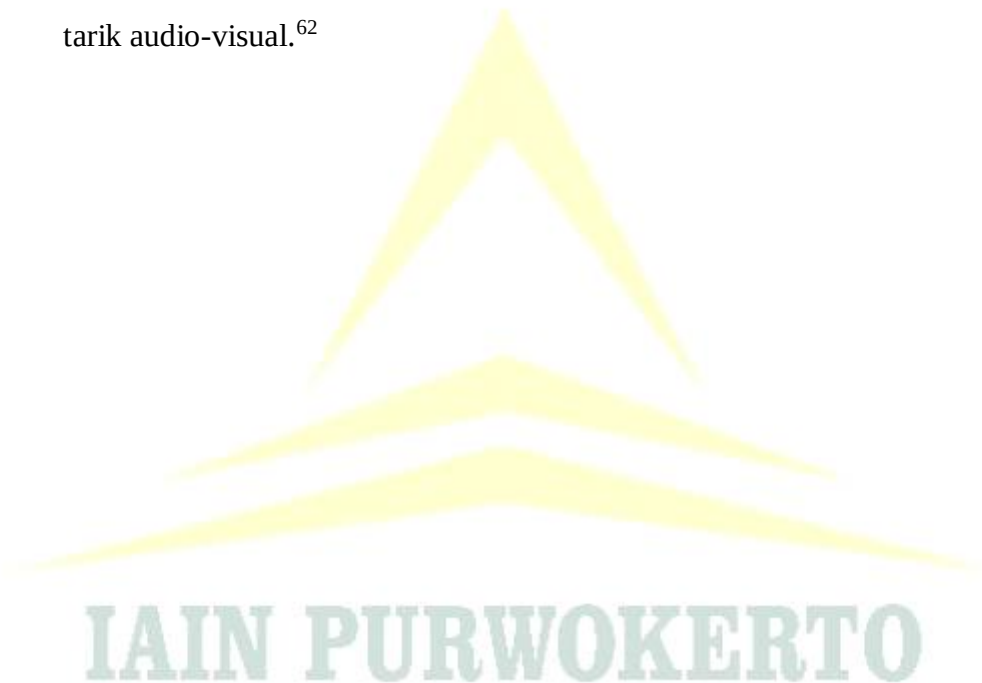
Menurut McLuhan, internet dapat memperkuat masyarakat dengan cara-cara sebagai berikut:

⁶⁰ Moch. Khaesar Januar Utomo, "*Analisis Isi Berita Politik Harian Jawa Pos dan Kompas*", Skripsi, (Surabaya: STIK Almamater Wartawan Surabaya, 2016), Hlm. 12-13.

⁶¹ Santi Anindya Apsari, "*Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @dakwahmuslimahid*", Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 40-41.

- Internet mempunyai potensi untuk memperkuat indra pada manusia seperti indra penglihatan dan pendengaran.
 - Internet dapat memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi
 - Internet bisa memperkuat pembagian kelas yang ada di masyarakat karena kelompok masyarakat baik yang kaya ataupun yang miskin sama-sama dapat mengakses internet.
 - Internet dapat menguatkan desentralisasi kekuasaan, penguasa bukan satu-satunya orang yang dapat mengakses informasi.
- b. Ketinggalan (*obsolescence*), yaitu hukum yang menegaskan bahwa media mampu menjadi suatu hal yang awalnya tertinggal atau tidak berguna menjadi sebaliknya karena diangkat oleh media dan bertahan karena sesuai kebutuhan masyarakat yang disesuaikan. Misalnya adalah ketika televisi hadir, banyak orang yang meninggalkan radio dan beralih ke televisi, meskipun akhirnya radio tetap bertahan karena orang membutuhkan hiburan ketika mengendarai kendaraan. Kemunculan VCD/DVD yang memungkinkan orang tidak perlu untuk menonton di bioskop pun sempat mengancam bioskop menjadi ketinggalan zaman serta tidak berguna, namun hingga saat ini bioskop tetap ada karena orang membutuhkan bioskop sebagai hiburan dan menjadi kebutuhan pergaulan. Dan akhirnya komunikasi tatap muka menjadi ketinggalan zaman sejak adanya telepon dan internet (*chatting*).
- c. Penemuan (*retrieval*), yaitu hukum yang menegaskan bagaimana media menyimpan sesuatu yang dulu pernah hilang, mengenai suatu yang sudah dianggap tidak berguna menjadi muncul kembali dan digunakan lagi. Contohnya adalah televisi, yaitu dengan mengembalikan pentingnya aspek visual yang sebelumnya tidak dimiliki oleh radio. Media cetak menemukan kembali pengetahuan universal yang dulunya dimiliki masyarakat era kesukuan. Chatting internet mengembalikan kebiasaan orang untuk melakukan percakapan yang marak dilakukan sebelum ditentukannya radio dan televisi.
- d. Pembalikan (*reversal*), yaitu hukum yang menegaskan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi suatu yang lain jika didesak hingga ke batas akhir dan mengandung ciri-ciri atau karakteristik dari sistem darimana ia berasal. Kebutuhan akan menonton film populer yang ada di bioskop dengan biaya terjangkau mendorong stasiun televisi membuat dan menayangkan film

serupa dengan versi televisi sendiri. Adanya alat perekam gambar menjadikan orang dapat merekam acara yang ditayangkan televisi yang bersifat masal karena ditonton jutaan orang dapat menjadi rekaman pribadi yang ditonton secara privat. Televisi berbalik kembali pada masa awal era cetak, ketika orang mengonsumsi media secara privat. Internet-apabila media ini didesak pada batas akhirnya- akan membalikan masyarakat kepada tempat baru dan unik. Internet mempunyai potensi dapat mengembalikan manusia menuju era kesukuan dengan melakukan percakapan di ruang *chatting*, tapi internet juga bisa mengisolasi orang sebagaimana televisi. Internet mempunyai kemampuan yang memungkinkan orang untuk mengunduh acara televisi, musik, dan film sehingga internet berbalik menjadi media yang memiliki daya tarik audio-visual.⁶²



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodelogi penelitian merupakan seperangkat pengetahuan menyangkut langkah-langkah yang sistimatis dan logis terkait pencarian data yang berkaitan

⁶² Moch. Khaesar Januar Utomo, “*Analisis Isi Berita Politik Harian Jawa Pos dan Kompas*”, Skripsi, (Surabaya: STIK Almamater Wartawan Surabaya, 2016), Hlm. 13-17.

dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan kemudian dicarikan jalan keluar. Penelitian adalah sebuah penyelidikan dengan hati-hati, teratur, dan terus menerus guna memecahkan masalah.⁶³ Maka dapat diibaratkan, bahwa metode penelitian adalah sebuah pisau bedah yang dimanfaatkan oleh peneliti sebagai alat pengupas penelitiannya, yang kemudian akan menghasilkan karya penelitian yang akurat. Yaitu dengan bersumber dari data yang pasti hasil dari membaca informasi tertulis, berfikir, dan melihat objek. Maka dari itu, peneliti memaparkan dan menjabarkan dengan terperinci serta menyeluruh hingga memperoleh data yang bersifat menyeluruh.⁶⁴

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam pendekatan kualitatif itu dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh berdasarkan prosedur statistik atau bentuk hitung lainnya. Contohnya dapat berupa penelitian terkait kehidupan, riwayat, perilaku seseorang. Selain itu juga dapat berupa peranan organisasi, pergerakan sosial, atau pun hubungan timbal balik. Namun, sebagian datanya juga dapat dihitung seperti data sensus, tapi analisis bersifat kualitatif.⁶⁵ Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Yaitu penelitian dilakukan di kancah, medan, atau terjadinya gejala.⁶⁶

Menurut Denzin dan Lincoln 1994 (dalam Albi Anggito dan Jhon Setiawan 2018:7) mengatakan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan tujuan menafsirkan suatu fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan jalan berbagai metode yang ada. Adapun menurut Felick (2002) sebagaimana yang dikutip oleh Imam Gunawan bahwa penelitian kualitatif adalah “*specific relevance to the study of social relations, owing to the fact of the pluralization of life words*”. penelitian kualitatif merupakan keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta pluralisasi dunia kehidupan. Metode tersebut digunakan guna melihat serta memahami subjek dan objek penelitian meliputi orang, lembaga berdasar atas fakta apa adanya. Dengan menggunakan pendekatan ini dapat

⁶³ Muhammad Nazir, “*Metodelogi Penelitian*”, (Jakarta: Hgalia Aksara, 1989), Hlm.15.

⁶⁴ Lexy J Maleong, “*Metode penelitian Kualitatif*”, (Bandung :PT remaja Rosda Karya, 1989), Hlm 49.

⁶⁵ Anslem Strauss & Juliet Corin. “*Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*”, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar Offset,2009), Hlm 4.

⁶⁶ M Iqbal Hassan, “*Pokok-Pokok Materi Metodelogi Penelitian Dan Aplikasinya*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002), Hlm.30.

mengungkap gambaran terkait aktualisasi, persepsi sasaran penelitian, dan realitas sosial.⁶⁷

Tujuan dari penelitian kualitatif ialah mengembangkan konsep sensitivitas terkait permasalahan yang ada, menjabarkan realitas yang berhubungan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*) serta mengembangkan pemahaman terkait sebuah fenomena yang dihadapi.⁶⁸ Berdasarkan kajian terkait definisi kualitatif di atas, maka dapat disimpulkan penelitian kualitatif ialah sebuah penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena terkait yang sedang dialami dan dirasakan subjek penelitian. Adapun dalam penelitian ini, bertujuan untuk membenarkan teori yang sudah ada yaitu teori determinisme teknologi Marshall McLuhan yang mempunyai ide dasar bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Berikut merupakan alasan mengapa peneliti menggunakan penelitian kualitatif:

1. Penelitian fokus terhadap determinisme teknologi penggunaan Instagram sebagai media dakwah pada akun Instagram IMM Ahmad Dahlan @immiainpurwokerto, dengan melakukan penggalan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada narasumber penelitian yaitu Ketua IMM Ahmad Dahlan dan pengurus bagian Humas IMM Ahmad Dahlan.
2. Peneliti mengumpulkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi guna mendeskripsikan determinisme teknologi penggunaan Instagram sebagai media dakwah.

Penelitian kualitatif ini adalah sebuah metode untuk menggambarkan ataupun melukiskan objek penelitian yang sedang diteliti dengan berpegangan terhadap fakta di lapangan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Penelitian kualitatif ini berdasar pada data yang berwujud kata bukan angka.⁶⁹ Dalam penelitian ini menggunakan teori determinisme teknologi yang menerangkan bahwa perubahan yang terjadi dalam perkembangan teknologi sejak zaman dulu hingga sekarang memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Perkembangan teknologi dapat dikatakan sebagai inovasi, penemuan

⁶⁷ Imam Gunawan, “*Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Hlm. 81.

⁶⁸ Imam Gunawan, “*Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Hlm. 80.

⁶⁹ M Iqbal Hassan, “*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), Hlm. 22.

baru, dan hal-hal lain yang bertujuan mengembangkan teknologi membantu kegiatan manusia, memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan nilai-nilai sosial serta kehidupan di masyarakat.⁷⁰ Peneliti dapat mengetahui tentang bagaimana determinisme teknologi penggunaan akun Instagram IMM Ahmad Dahlan @immiainpurwokerto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan untuk penelitian adalah komisariat organisasi IMM Ahmad Dahlan, Jalan Pol. Soemarto, Gang Masigit (komplek Masjid Darussalam) Purwanegara, Purwokerto, Jawa Tengah.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2021 sampai Juli 2021.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan benda, hal atau organisasi tempat data atau variabel penelitian yang dipermasalahkan melekat. Kegiatan penelitian tidak akan terjadi apabila tidak ada subjek untuk diteliti, karena tujuan dari sebuah penelitian adalah untuk memecahkan masalah yang timbul yang dilakukan dengan mendapatkan dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari narasumber.⁷¹ Sementara itu, subyek dari penelitian ini yaitu akun Instagram Organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sebuah atribut, sifat, dan nilai dari seseorang, objek ataupun kegiatan yang terdapat sebuah variasi dan diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari serta selanjutnya ditarik kesimpulan.⁷² Adapun objek dari penelitian ini yaitu determinisme teknologi.

⁷⁰ 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. 37.

⁷¹ Arikunto, S., "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", (Jakarta: PT. Reinka Cipta, 1998), Hlm.200

⁷² Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D", (Jakarta:Alfabeta, 2017),Hlm.20.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang bisa menghasilkan informasi terkait data. Berdasarkan jenis sumbernya, data diklasifikasi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti langsung dari sumbernya.⁷³ Data dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber yang pertama ataupun dari lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada subjek yang diteliti, sumber data primer diperoleh dari ketua, pengurus harian, serta divisi media dan komunikasi organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto sebagai narasumber data penelitian.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari penelitian yang mencari sumber-sumber yang masih berkaitan dengan determinisme teknologi dan penelitian terdahulu yang masih ada hubungannya dengan objek penelitian seperti skripsi, jurnal, e-book, maupun karya ilmiah yang sudah ada.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, memungkinkan hasil data bersifat detail dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Secara umum, metode pengumpulan data dibedakan menjadi dua, yaitu yang bersifat interaktif, dan non-interaktif. Metode interaktif terdiri dari wawancara serta observasi berperan serta, sedangkan metode non-interaktif seperti observasi tak berperan serta, kuisioner, mencatat dokumen, serta partisipasi tidak berperan⁷⁴.

Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian yaitu:

1. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode penelitian pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab sepihak dengan dilakukan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penyelidikan.⁷⁵ Wawancara terdiri dari dari sebuah pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti yang kemudian diajukan

⁷³ Bagya Waluyo, *"Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat"*, (Bandung: PT Setia Purna Inves, 2007), Hal. 79.

⁷⁴ Sutopo, *"Metodologi Penelitian Kualitatif"*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006), Hlm. 9.

⁷⁵ Sutrisno Hadi, *"Metodologi Research"*, (Yogyakarta: adi offset, 1997), Hlm. 42.

kepada narasumber mengenai topik penelitian. Wawancara dapat juga diartikan interaksi bahasa yang dilakukan oleh dua orang dalam keadaan saling berhadapan untuk meminta informasi kepada orang yang diteliti terkait pendapat dan keyakinannya.⁷⁶

Menurut Esterberg, terdapat tiga macam wawancara, yaitu:⁷⁷

- a) Wawancara terstruktur, adalah sebuah teknik pengumpulan data apabila peneliti telah mengetahui data dengan pasti informasi yang akan didapat. Artinya, pengumpul data telah menyimpan instrumen pertanyaan-pertanyaan tertulis.
- b) Wawancara semi terstruktur, adalah sebuah teknik pengumpulan data dimana pelaksanaannya lebih bebas dibanding wawancara terstruktur. Hal ini bermaksud supaya peneliti menemukan permasalahan yang lebih terbuka dari narasumber.
- c) Wawancara tak terstruktur, adalah sebuah teknik pengumpulan data dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara dalam menggali informasi pengumpulan data. Teknik wawancara ini biasa disebut wawancara bebas.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur dimana dalam proses penggalian informasi dan pengumpulan data terkait topik penelitian menggunakan instrumen-instrumen pertanyaan yang telah disiapkan sebelum melakukan wawancara. Peneliti melakukan wawancara terhadap 3 narasumber. Narasumber yang pertama adalah Kamdan Mujiyanto selaku Ketua Umum Organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto 2020/2021, Mia Endika Rahma selaku Ketua Bidang Media dan komunikasi Organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto 2020/2021, dan Ferdi Albahar selaku Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menyiapkan 10 pertanyaan yang sama sebagai bahan memperoleh informasi, namun tidak dipungkiri peneliti menambahkan beberapa pertanyaan tambahan untuk memperjelas data informasi yang diperoleh.

2. Observasi

⁷⁶Emzir, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif analisis Data*”, (Jakarta:Raja Grafindo Persaja, 2013),Hlm.50.

⁷⁷Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*”,(Jakarta:Alfabeta, 2017), Hlm.319.

Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai perhatian yang terfokus kepada kejadian, gejala, maupun sesuatu. Sementara itu, observasi juga dapat diartikan sebuah metode yang bersifat ilmiah dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan data secara sistematis untuk mengetahui fenomena yang diteliti. Berdasarkan peran peneliti, observasi dibagi menjadi dua, yaitu observasi partisipan dan observasi non-partisipan.⁷⁸ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi non-partisipan. Yang berarti, peneliti sebagai pemerhati atau penyaksi terhadap gejala-gejala atau kejadian yang menjadi topik atau fokus penelitian. Peneliti melakukan observasi dengan melakukan pengamatan terhadap akun Instagram *@immiainpurwokerto* dimulai dari bulan april hingga mei 2021. Selain itu peneliti juga melakukan pengamatan terhadap Organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto guna memperoleh data-data.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan suatu catatan peristiwa yang telah berlalu.⁷⁹ dokumentasi dapat berupa tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, biografi, kebijakan, dan lain sebagainya. Berupa gambar, misalnya foto, gambar hidup, seketsa, dan lain sebagainya, maupun karya monumental dari seseorang misalnya karya seni, patung, film, dan lain sebagainya. Maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan dokumentasi yaitu sebuah teknik pengumpulan data dimana data tersebut dapat berupa tulisan, gambar, maupun karya yang dapat dipakai sebagai bukti pendukung terhadap penelitian yang peneliti gali.

Metode dokumentasi dapat digunakan sebagai penguat dan penunjang dari masalah yang sedang diteliti. Dokumentasi ini meliputi profil organisasi, struktur kepengurusan, laporan pertanggungjawaban pengurus, serta foto kegiatan. Salah satu dokumentasi yang digunakan oleh penulis adalah pengarsipan catatan yang dapat digunakan untuk memperkuat terkait observasi yang dilakukan serta foto yang dapat digunakan sebagai sumber keabsahan.

⁷⁸Emzir, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif analisis Data*”,(Jakarta:Raja Grafindo Persaja, 2013), Hlm.38.

⁷⁹Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*”,(Jakarta:Alfabeta, 2017), Hlm.329.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mencari serta menyusun secara sistematis data-data yang didapat dari hasil observasi, dokumentasi, serta wawancara dengan mengorganisasikan ke dalam kategori memilih data yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.⁸⁰ Sementara itu menurut Bodgan menyatakan bahwa analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis dari data yang didapat dari teknik pengumpulan data dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke bentuk unit-unit, melakukan proses sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan membentuk sebuah kesimpulan.⁸¹

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun data dengan sistematis yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke bentuk unit-unit, melakukan proses sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan membentuk sebuah kesimpulan.

Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta verifikasi (*verification*).

1. Pengumpulan Data

Dalam kegiatan analisis interaktif, hal yang pertama kali dilakukan adalah proses pengumpulan data. Data dari penelitian ini didapat dari berbagai sumber. Proses pengumpulan data yaitu dengan peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder yang didapat.

2. Reduksi Data

Adalah metode yang merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan suatu proyek yang mana diorientasikan secara kualitatif.⁸²

Dalam penelitian ini, penulis akan memilih dan memfokuskan data-data pokok yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di lapangan

⁸⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*”, (Jakarta: Alfabeta, 2017), Hlm.224.

⁸¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*”, (Jakarta: Alfabeta, 2017), Hlm.334.

⁸² Emzir, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif analisis Data*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persaja, 2013), Hlm.129.

berkaitan dengan determinisme teknologi penggunaan Instagram sebagai media dakwah organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, maupun yang sejenisnya.⁸³ Dalam penelitian ini, penulis akan menyajikan data dalam bentuk narasi.

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah analisis yang selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan dari permulaan pengumpulan data hingga akhir. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan secara jelas. Kesimpulan akhir mungkin tidak terjadi sampai pengumpulan data selesai, namun tergantung korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan maupun lainnya, atau bahkan peneliti telah menyatakan secara induktif.⁸⁴

Oleh karenanya, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal proses pengumpulan data tapi sifatnya dinamis.

IAIN PURWOKERTO

⁸³Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*", (Jakarta: Alfabeta, 2017), Hlm.241.

⁸⁴Emzir, "*Metodelogi Penelitian Kualitatif analisis Data*", (Jakarta: Raja Grafindo Persaja, 2013), Hlm.133.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Ahmad Dahlan Purwokerto

Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) merupakan gerakan mahasiswa islam berqaidah islam yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Pada tahun 1961 yang berlokasi di Yogyakarta, telah diadakan Kongres Mahasiswa Universitas Muhammadiyah. Dari hasil kongres tersebut, ide untuk mendirikan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah muncul. Sebelumnya, telah ada Lembaga Dakwah Muhammadiyah (LDM) yang dicetus oleh Dzaman Al-Kindi serta dikoordinasi oleh Margono, Rosyad Sholeh, dan Sudibyo Markus. Adapun LdM tersebut yang cikal bakal IMM. Pada tanggal 14 Maret 1964 M atau 29 Syawal 1384 H, PP Muhammadiyah baru meresmikan IMM.⁸⁵

Terbentuknya IMM tertera dalam Mukhtamar Muhammadiyah ke-38 di dalam lampiran Program Muhammadiyah Tahun 1974-197

Sub program: Pimpinan Angkatan Muda Muhammadiyah yakni Organisasi Angkatan Muda Muhammadiyah, Nasyitul-'Aisyiyah, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM).⁸⁶ Lahirnya IMM berkaitan dengan sejarah perjalanan Muhammadiyah, serta dapat dikatakan sejalan dengan faktor kelahiran Muhammadiyah tersebut. Dengan demikian semua perbuatan yang dilakukan oleh Muhammadiyah merupakan bentuk perwujudan atas keinginan Muhammadiyah dalam memenuhi cita-cita sesuai apa yang diinginkan Muhammadiyah dilahirkan.

Selain itu, lahirnya IMM adalah sebuah respon terkait permasalahan keummatan dalam sejarah bangsa ini pada masa awal dibentuknya IMM, maka adanya IMM pada dasarnya adalah sebuah keharusan sejarah. Adapun faktor permasalahan terkait persoalan keumatan adalah sebagai berikut (Ferdhi Fathoni, 1990: 102):

⁸⁵ M. Raihan Febriansyah, Arief Budiman Ch., Yazid R. Pasandre, M. Amir Nashiruddin, Widiyastuti, Imron Nasri, *"Muhammadiyah 100 Tahun Menyinari Negeri"*, (Yogyakarta: Majelis Pustaka Dan Informasi Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2013), Hlm. 12.

⁸⁶ H. Mh. Djaldan Badawi, *"95 Tahun Langkah Perjuangan Muhammadiyah Himpunan Keputusan Mukhtamar"*, (Yogyakarta: LPI PPM, 2003), Hlm. 262.

1. Kehidupan bangsa yang tidak stabil, pemerintah yang otoriter, serba tunggal, dan adanya ancaman komunisme di Indonesia.
2. Terpecahnya umat islam, ditandai dengan saling curiga, fitna, dan kehidupan politik umat islam yang buruk.
3. Terbingkai-bingkainya kehidupan kampus (mahasiswa) yang hanya berorientasi terhadap kepentingan politik praktis.
4. Lemahnya kehidupan beragama ditandai dengan mrosotnya akhlak serta tumbuhnya materialisme-individualisme.
5. Masih sedikitnya pendidikan serta pembinaan agama dalam kampus, dan kuatnya kehidupan kampus yang sekuler
6. Mebekasnya rasa ketertindasan imperialisme seperti kebodohan, keterbelakangan, dan kemiskinan.
7. Banyaknya praktek kehidupan serba bid'ah, khurafat, syirik, serta misionaris-Kristenisasi.
8. Memburuknya kehidupan sosial, ekonomi, dan politik.

Tanggal 29 Syawal 1384 H atau tanggal 14 Maret 1964 M, Pimpinan Pusat Muhammadiyah (PPM) meresmikan berdirinya Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah. Piagam Pendirian IMM ditandatangani oleh KHA. Badawi yang merupakan Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah Saat itu. Adapun Gedung Dinoto Yogyakarta merupakan saksi bisu acara resepsi peresmian IMM saat itu. Adapun terdapat peandatanganan “Enam Penegasan IMM” oleh KHA. Badawi, diantaranya:

- a. Menegaskan bahwa Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah merupakan gerakan islam
- b. Menegaskan bahwa Kepribadian Muhammadiyah merupakan landasan perjuangan IMM.
- c. Menegaskan bahwa IMM berfungsi sebagai eksponen mahasiswa dalam Muhammadiyah.
- d. Menegaskan bahwa IMM merupakan organisasi mahasiswa yang sah dengan mengindahkan segala hukum, undang-undang, peraturan, serta dasar dan falsafah negara.
- e. Menegaskan bahwa ilmu adalah amaliah dan amal adalah ilmiah.
- f. Menegaskan bahwa amal lillahi ta'ala serta senantiasa diabdikan untuk kepentingan rakyat.

Adapun tujuan akhir dari adanya IMM adalah membentuk akademisi islam dalam rangka melaksanakan tujuan Muhammadiyah. Sementara itu, kegiatan IMM pada awal kehadirannya dengan Kelompok Mahasiswa Yogya (Farid Fathoni, 1990: 102). maksud dari adanya IMM adalah:

- a. Ikut serta memelihara martabat dan membela kejayaan bangsa.
- b. Menegakan serta menjunjung tinggi agama Islam.
- c. Untuk menopang, melangsungkan, serta meneruskan cita-cita Muhammadiyah.
- d. Menjadi pelopor, pelangsong, serta penyempurna amal usaha Muhammadiyah.
- e. Membina, meningkatkan, memadukan iman serta ilmu sastra amal di dalam kehidupan bangsa, ummat, serta persyarikatan.
- f. Berdirinya IMM lokal Yogyakarta, menjadikan cikal bakal berdirinya puluhan IMM lokal dari berbagai macam kota di Indonesia. Contohnya seperti Surakarta, Jakarta, Bandung, Bnajarmasin, tuban, dan lain sebagainya.⁸⁷

IMM Korkom Ahmad Dahlan adalah salah satu organisasi ekstra kampus yang ada di IAIN Purwokerto. Komisariat IMM Korkom Ahmad Dahlan beralamat di Jalan Pol. Soemarto Gang Masigit, Purwokerto. IMM Korkom Ahmad Dahlan merupakan kelengkapan fungsional organisasi yang mengkoordinator komisariat-komisariat di IAIN Purwokerto dan wilayah kecabangan Purwokerto. Korkom IMM berfungsi mengkoordinator pelaksanaan program komisariat IMM di wilayahnya dan menjadi wakil pimpinan cabang dalam melaksanakan pembinaan dan pengembangan komisariat IMM di wilayahnya. Selain itu, Korkom IMM mempunyai kewajiban untuk melaksanakan program cabang yang dilimpahkan, menjalani kerja sama dengan semua lembaga yang ada di perguruan tinggi bersangkutan, memperluas dakwah IMM di perguruan tinggi bersangkutan, dan bertanggung jawab atas pimpinan cabang.

Adapun ada beberapa komisariat yang kordinir oleh Koordinator Komisariat (Korkom) IMM Ahmad Dahlan Purwokerto, diantaranya:

⁸⁷ H. Mh. Djaldan Badawi, “95 Tahun Langkah Perjuangan Muhammadiyah Himpunan Keputusan Mukhtamar”, (Yogyakarta: LPI PPM, 2003), Hlm. 264.

a. Komisariat Ibrahim

Komisariat Ibrahim merupakan komisariat sepuh atau tertua di IMM Ahmad Dahlan IAIN Purwokerto. Komisariat ini menaungi 3 program studi, yakni Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Pendidikan Agama Islam (PAI), dan Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Nama awal dari komisariat Ibrahim adalah komisariat tarbiyah yang kemudian pada tahun 2015 berganti nama menjadi komisariat Ibrahim. Nama Ibrahim diambil dari nama ketua pemimpin Pusat Muhammadiyah kedua setelah K.H Ahmad Dahlan yaitu K. H. Ibrahim.

b. Komisariat Hisyam

Komisariat Hisyam merupakan komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah yang berada di bawah Koordinator Komisariat IMM Ahmad Dahlan IAIN Purwokerto. Komisariat ini berkedudukan di Fakultas Syariah IAIN Purwokerto. Pada mulanya, komisariat ini bernama komisariat syari'ah, dan kala itu kedudukannya pun masih di bawah jurusan syariah STAIN Purwokerto (sebelum berganti nama menjadi IAIN Purwokerto). Sebelum kepengurusan Pimpinan Komisariat Hisyam IMM Ahmad Dahlan IAIN Purwokerto 2018-2019, komisariat ini merupakan komisariat yang berkedudukan di dua fakultas yakni fakultas Ekonomi Bisnis Islam dan Fakultas Syariah. Dalam perkembangannya komisariat Hisyam pada akhirnya melakukan pemekaran dengan memisahkan pada kader IMM Fakultas Ekonomi Bisnis Islam untuk membangun komisariat baru yang bisa dikenal dengan komisariat Yunus Anis.

c. Komisariat Mas Mansur

Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Komisariat Mas Mansur IAIN Purwokerto merupakan komisariat yang mewadahi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. Komisariat ini adalah komisariat tertua ketiga setelah Komisariat Ibrahim dan Komisariat Hisyam. Awalnya, Komisariat Mas Mansur bernama Komisariat Dakwah. Namun pada tanggal 29 September 2016 Komisariat Dakwah berganti nama menjadi Komisariat Mas Mansur yang terinspirasi dari nama dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah ke empat, yaitu K.H Mas Mansur.

d. Komisariat Ki Bagus Hadikusumo

Komisariat Ki Bagus Hadikusumo awalnya bernama Komisariat D3. komisariat D3 berisi kader-kader PGMI (Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah) kemudian setelah turun surat keputusan dari STAIN Purwokerto tentang penggantian D3 menjadi S1, maka dirubahlah komisariat D3 menjadi Komisariat PGMI yang waktu itu hanya terdiri dari 13 kader. Kemudian setelah beberapa tahun menjadi Komisariat PGMI, tepatnya pada periode kepemimpinan ke-4 Komisariat PGMI kembali mengganti namanya. Nama Ki Bagus Hadikusumo dipakai atas kesepakatan bersama pimpinan komisariat dalam rapat bidang pada hari Jum'at, 10 Jumadil Awal 1437 H atau bertepatan pada tanggal 19 Februari 2016. Nama Ki Bagus Hadikusumo diambil dari nama ketua umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah ke lima. Komisariat Ki Bagus Hadikusumo menaungi program studi PGMI, PIAUD, Tadris Matematika dan Tadris Bahasa Inggris.

e. Komisariat Sutan Mansur

Komisariat Sutan Mansyur merupakan komisariat baru di IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Komisariat ini adalah hasil dari pemekaran dari komisariat mas mansur yang masih menaungi dua fakultas besar di IAIN Purwokerto dan juga dua kampus yang ada di Purwokerto. Sehingga Komisariat Mas Mansur dimekarkan menjadi dua yaitu Komisariat Mas Mansur itu sendiri dan Komisariat Sutan Mansur. Komisariat Sutan Mansur ini menaungi Fakultas Usuluddin Adab dan Humaniora yang ada di IAIN Purwokerto. Nama yang digunakan dalam komisariat ini adalah nama ketua umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah ke lima yaitu Buya AR Autan Mansur. Adapun maksud dimekarkannya komisariat ini adalah agar setiap fakultas yang ada di IAIN Purwokerto mempunyai wadah penggerak masing-masing dan juga untuk menjawab tantangan yang ada diarah internal maupun eksternal.

f. Komisariat Yunus Anis

Komisariat Yunus Anis merupakan komisariat yang baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Purwokerto. Berdiri sejak tahun 2018 dan baru memiliki 3 kali periode kepemimpinan. Latar

belakang berdirinya Komisariat Yunus Anis adalah karena pemekaran Komisariat Hisyam yang dulunya membawahi Fakultas Syariah dan FEBI. Komisariat Yunus Anis menaungi tiga program studi yaitu Ekonomi Syari'ah, Perbankan Syari'ah, dan Menejemen Zakat wakaf.

B. Akun Media Sosial IMM Ahmad Dahlan Purwokerto

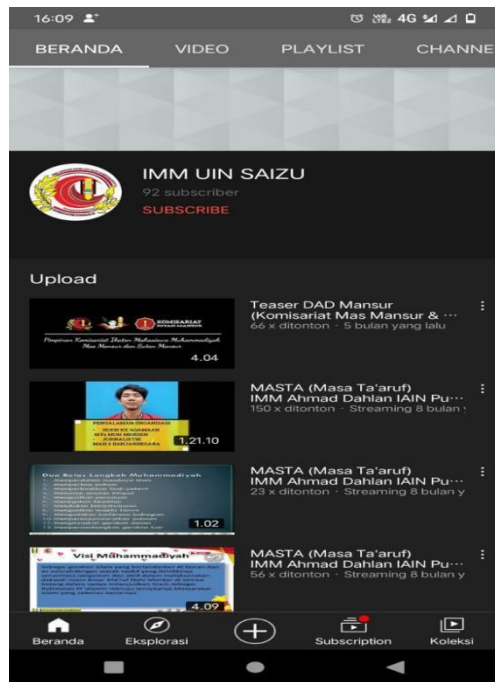
Terdapat beberapa akun media sosial yang dimiliki oleh Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad Dahlan purwokerto, sebagai berikut:

a. YouTube

YouTube merupakan situs web video sharing (berbagi video) yang sangat terkenal dimana para pengguna bisa memuat, serta berbagi klip video secara percuma. Situs ini berdiri pada Februari tahun 2005 oleh Chan Hurely, Steve Chen, dan Jawed Karim. Adapun video-video yang diunggah YouTube adalah video klip, film, televisi, dan video yang dibuat oleh penggunanya sendiri. Adapun YouTube memberikan fasilitas terhadap penggunanya untuk dapat mengunggah video dan dapat diakses pula oleh pengguna yang lain di seluruh dunia secara gratis. Maka dapat disimpulkan bahwa YouTube merupakan database video paling lengkap dan populer di seluruh dunia .⁸⁸

IAIN PURWOKERTO

⁸⁸ Fatty Faidah, Muh. Najib, Andi subhan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Mkassar Vidgram”, (Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5 No.2, Juli-Desember 2016) Hlm. 259.



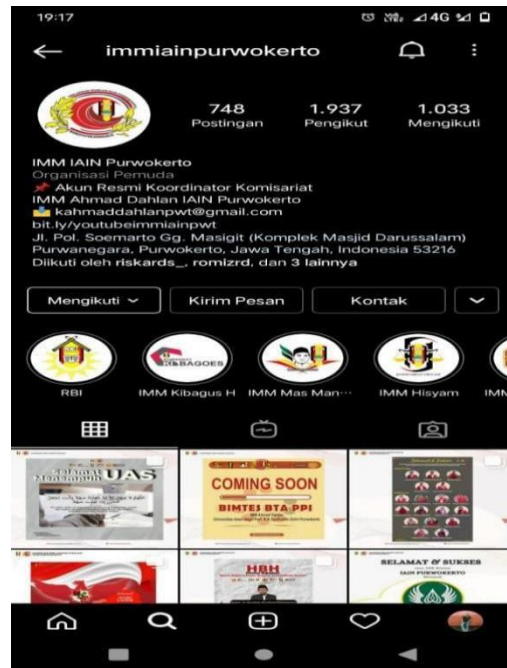
Gambar 4. 1 Akun YouTube IMM Ahmad Dahlan Purwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.1** yang merupakan *profile* akun YouTube yang dimiliki oleh IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Akun tersebut dibuat pada tanggal 5 Juli 2020. Hingga saat ini, akun tersebut sudah mencapai 93 subscriber. Adapun video yang diunggah hingga periode Juli 2021 ini sudah sebanyak 9 video. Konten video yang diunggah dalam akun tersebut berupa berbagai macam ucapan selamat dan juga kegiatan yang dilakukan oleh IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Video yang paling banyak ditonton adalah video dengan judul “MASTA (Masa Ta’aruf) IMM Ahmad dahlan Purwokerto yang diunggah pada bulan desember 2020 dengan mencapai 435 *viewers*.

b. 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 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.⁸⁹



Gambar 4. 2 Profil akun Instagram @immiaipurwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.2** adalah profil akun Instagram @immiaipurwokerto. Instagram @immiaipurwokerto merupakan satu dari beberapa akun Instragram 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 Alquran 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 @immiaipurwokerto berbentuk gambar dan video. Dalam postingan berbentuk gambar biasanya terdiri dari dua jenis, yaitu foto dan pamflet.

c. Facebook

⁸⁹ Rini Damayanti, “Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram”, (Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, vol. 5. No. 3, Juli 2018), Hlm. 262.

Facebook merupakan layanan jejaring sosial dan situ web berdiri pada tahun 2004 yang dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook, inc. Adapun pendiri jejaring sosial Facebook adalah Mark Zuckerberg dengan beberapa temannya. Pada awalnya jejaring sosial ini terbatas hanya dimiliki oleh mahasiswa Harvard saja, namun setelah itu diperluas lagi ke beberapa perguruan tinggi seperti Boston, Ivy League, serta Stanford. Tahun 2011, jejaring sosial ini dimiliki oleh lebih dari 600 juta pengguna aktif.⁹⁰



Gambar 4. 3 Halaman Facebook IMM Ahmad Dahlan Purwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.3** adalah halaman Facebook IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Halaman Facebook tersebut disukai lebih dari 1.314 orang. Adapun isi konten dalam halaman Facebook ini terdiri dari video, foto, dan juga pamflet yang merupakan dokumentasi dari berbagai macam kegiatan keorganisasian IMM Ahmad dahlan Purwokerto.

d. Twitter

⁹⁰ Mira Ziveria, "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, Agustus 2017), Hlm. 172.

Twitter adalah situs *micro-blogging* yang berdiri pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. *Twitter* memiliki beberapa keunikan yaitu: pertama, pengguna *Twitter* tidak perlu untuk menunggu persetujuan agar bisa menerima *update* dari pengguna lain yang ingin diikuti. Kedua, *Twitter* mengizinkan penggunanya dapat mem-*posting* gambar ataupun opini melalui pesan singkat (*tweet*). selain itu, *Twitter* mengizinkan untuk *tweet* dengan maksimal 140 karakter.⁹¹



Gambar 4. 4 Profil akun Twitter @immstainpwt

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.4** adalah akun Twitter IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Akun tersebut dibuat pada bulan Februari 2010. Adapun hingga saat ini jumlah pengikut per bulan Juli 2021 sebanyak 394 pengikut. Namun saat ini akun tersebut belum aktif kembali dikarenakan lupanya *password* akun tersebut.

e. Aplikasi

Pengertian aplikasi menurut Hasan Abdurahman dan Asep Ririh Riswaya (2014) yaitu program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari penggun aplikasi tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan

⁹¹ Ahmad Fathan Hidayatullah, “*Twitter Sebagai Media Dakwah*”, (Jurnal Tektonin Vol. 22 No.1, Maret 2016), Hlm.40.

pembuatan aplikasi tersebut, aplikasi mempunyai arti yaitu pemecah masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang bisa berpacu pada sebuah komputansi yang diinginkan atau diharapkan maupun proses data yang diharapkan.⁹²



Gambar 4. 5 Aplikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto

Sebagaimana yang terlihat pada **Gambar 4.5** adalah aplikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Aplikasi tersebut *launching* pada tanggal 20 Februari 2020. Tujuan pembauatan aplikasi ini adalah sebagai wadah informasi terkait IMM Ahmad Dahlan Purwokerto. Adapun dalam aplikasi tersebut terdapat berbagai macam fitur yang dapat diakses. Fitur-fitur tersebut terdiri dari profil korkom, profil komisariat, info kegiatan, kemahasiswaan, tokoh dan alumni, karya kader, lirik-lirik lagu, dan perpustakaan Rumah Baca Ikatan (RBI). Sementara itu, aplikasi ini dapat di unduh melalui Play Store. Namun aplikasi ini masih mempunyai banyak kekurangan, hal ini karena masih banyak fitur-fitur yang masih kosong.

C. Akun Instagram @immiaainpurwokerto

@immiaainpurwokerto adalah akun media sosial Instagram yang dimiliki oleh Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Ahmad

⁹² Hasan Abdurahman, Asep Ririh Riswaya, “Aplikasi Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bakti”, (Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 8 No. 2, 2014), Hlm. 61.

Dahlan Purwokerto. Pada awalnya akun tersebut hanya difungsikan sebagai media informasi terkait hal-hal yang berkaitan dengan IMM Ahmad Dahlan purwokerto. Namun melihat kondisi sekarang ini dimana masyarakat khususnya mahasiswa banyak sekali yang menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, You Tube, Twitter, dan lain sebagainya, maka IMM Ahmad Dahlan menggunakan akun media sosial tersebut sebagai salah satu strategi gerakan dakwahnya. Akun Instagram @immiainpurwokerto dibuat pada tahun 2015, kemudian berkembang menjadi media informasi dan dakwah IMM Ahmad dahlan purwokerto. Adapun pihak yang memegang akun tersebut adalah Mia Endika Rahma yang merupakan ketua bidang media dan komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto tahun 2020/2021.

@immiainpurwokerto merupakan salah satu akun Instagram organisasi Islam di bawah naungan IAIN Purwokerto yang banyak peminatnya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengikut (*followers*) di akun tersebut. Akun @immiainpurwokerto tidak hanya difungsikan sebagai media informasi terkait aktifitas keorganissian IMM Ahmad Dahlan saja, namun digunakan sebagai media dakwah khususnya bagi kalangan mahasiswa IAIN Purwokerto. Hal tersebut sesuai dengan salah satu Kewajiban Koordinator Komisariat (Korkom) yang berbunyi “Korkom berkewajiban memperluas dakwah Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) di perguaran tinggi bersangkutan.” Selain itu, hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S. Ali Imran ayat 104 :

IAIN PURWOKERTO

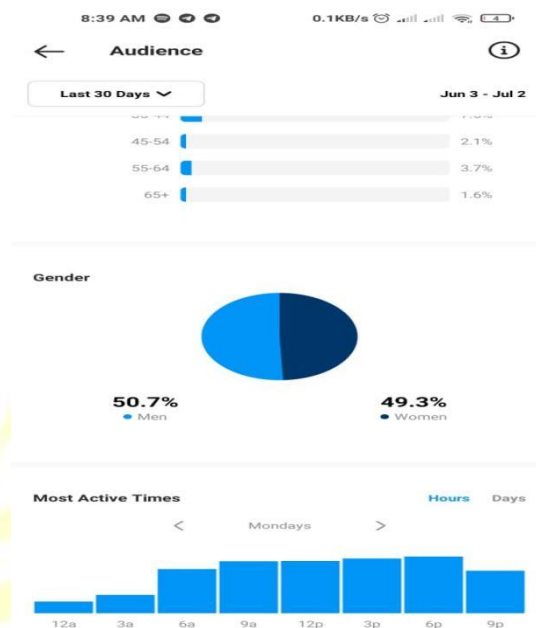
وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

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)

Adapun materi yang disampaikan dalam akun Instagram @immiainpurwokerto berisi pesan terkait aqidah, syariah, dan akhlak. Selain itu akun Instagram tersebut juga berisi pesan motivasi terkait keorganisasian. Instagram @immiainpurwokerto merupakan akun yang bersifat terbuka bagi siapa pun, hal tersebut karena akun ini tidak dikunci, sehingga siapapun yang

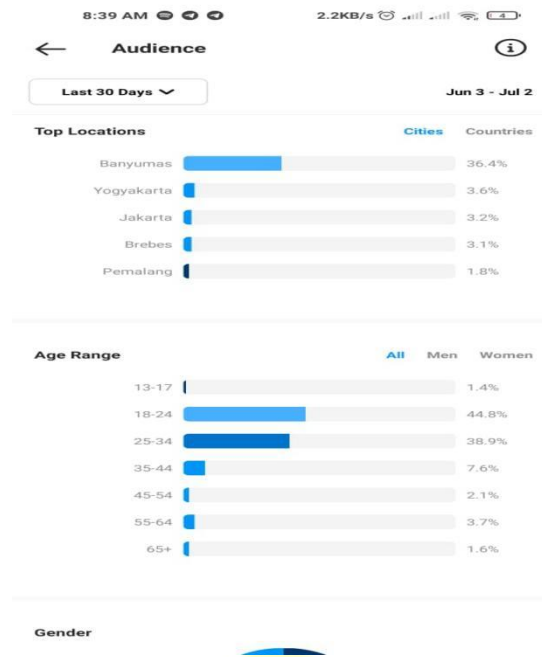
menggunakan Instagram dapat melihat foto ataupun video apa saja yang diunggah tanpa harus mem-follow terlebih dahulu.

Setelah dibuatnya akun Instagram @immiainpurwokerto ini dari tahun 2015 hingga tahun 2021 jumlah pengikutnya telah mencapai 1.937 *followers*. Hal tersebut menunjukkan bahwa cukup banyak orang yang mengetahui adanya kegiatan dakwah melalui media sosial Instagram. Adapun pengikut akun Instagram dari @immiainpurwokerto itu sendiri tidak hanya dari kalangan generasi muda saja, namun bahkan juga dari kalangan anak-anak dan dewasa.



Gambar 4. 6 Diagram presentase pengikut laki-laki dan perempuan Instagram @immiainpurwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.6** adalah diagram akun Instagram @immiainpurwokerto. Diagram tersebut menunjukkan bahwa pengikut akun Instagram @immiainpurwokerto sebanyak 50.7% adalah seorang laki-laki, dan selebihnya sebanyak 49.3% adalah perempuan.



Gambar 4. 7 Diagram rentang usia dan wilayah pengikut Instagram *@immiaainpurwokerto*

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.7** adalah diagram rentang usia dan wilayah dari pengikut akun Instagram *@immiaainpurwokerto*. Dapat kita kategorikan bahwa pengikut akun Instagram ini rentang usia 13-17 tahun sebanyak 1.4%, rentang usia 18-24 tahun sebanyak 44.8 %, rentang usia 25-34 tahun sebanyak 38.9%, rentang usia 35-34 tahun sebanyak 7.6%, rentang usia 45-54 tahun sebanyak 2.1%, rentang usia 55-64 tahun sebanyak 3.7%, dan untuk lebih dari 65 tahun sebanyak 1.6%. Adapun untuk lokasi dari pengikut tersebut dari Banyumas sebanyak 36.4%, dari Yogyakarta sebanyak 3.6%, dari Jakarta sebanyak 3.2%, dari Brebes sebanyak 3.1%, dan dari pematang sebanyak 1.8%.

1. Ide Awal Berdakwah Di Media Sosial Instagram

Pada masa ini, salah satu media sosial yang paling banyak dibuka adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang menonjolkan pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya. Karena banyak keuntungan dalam aplikasi ini maka banyak yang menggunakan Instagram dalam kehidupan

sosial.⁹³Terlebih lagi jejaring media sosial ini sangat mudah diakses karena dapat dibuka melalui *smartphone* ataupun komputer.

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 diakses berdasarkan klaim pengguna Instagram menempati posisi ketiga dengan presentase 38%.⁹⁴

Banyaknya pengguna media sosial Instagram di Indonesia kemudian dimanfaatkan oleh IMM Ahmad Dahlan untuk membuat akun Instagram *@immiainpurwokerto*.

*“Seperi yang kita ketahui pengguna Instagram cukup banyak.”*⁹⁵

Awalnya pembuatan akun media sosial Instagram ini difungsikan sebagai media informasi terkait keorganisasian IMM.

*“Akun Instagram dibuat karena memang kebutuhan IMM, sebagai organisasi yang cukup besar maka perlu adanya orientasi atau pengenalan juga bagi para khalayak publik.”*⁹⁶

Namun karena banyaknya orang yang mengakses Instaram. Hal ini dimanfaatkan oleh IMM Ahmad Dahlan Purwokerto sebagai media untuk berdakwah.

*“Saya rasa pengguna Instagram untuk mahasiswa juga banyak oleh karena itu Instagram bisa dijadikan media dakwah kita. Dengan ilmu dan teknologi yang kian maju, kita mencoba memanfaatkan teknologi yang ada. Ilmu adalah amaliyah dan amal adalah ilmiah IMM.”*⁹⁷

Pemanfaatan jejaring sosial sebagai media untuk berdakwah merupakan sebuah pilihan yang tepat. Semakin majunya teknologi komunikasi

⁹³ Rini Damayanti, *“Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram”*, (Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, vol. 5. No. 3, Juli 2018), Hlm, 262.

⁹⁴ Imas Mutiawati, *“Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)”*, Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2018), Hlm. 2.

⁹⁵ Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

⁹⁶ Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

⁹⁷ Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

dan informasi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan berbagai macam informasi hanya dengan membuka *smartphone*. Adapun yang menjadi target dalam kegiatan dakwah IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui Instagram adalah generasi muda khususnya mahasiswa. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Khamdan Mujiyanto selaku Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

“Terkhusus bagi para mahasiswa di UIN Saizu, maupun mahasiswa IMM di UIN ataupun nasional serta masyarakat pada umumnya.”⁹⁸

Dengan banyaknya informasi yang ada di Instagram, maka timbul lah berbagai macam informasi yang masih bersifat simpang siur dan negatif. Apabila dibiarkan maka akan menimbulkan banyak efek buruk terhadap masyarakat. Contohnya seperti berita bohong (*hoax*), konten pornografi, konten kekerasan, dan lain sebagainya. Maka dari itu IMM Ahmad Dahlan mencoba hadir melalui Instagram untuk menyebarkan misi dakwah Islam. Sehingga masyarakat khususnya generasi muda juga dapat mengambil nilai positif dari media sosial yang mereka gunakan.

“Bagi kami penggunaan media ini kita gunakan sebaik-baiknya. Kami berusaha untuk memposting hal-hal yang baik dan bermanfaat. Terkait dengan berita yang menyimpang ataupun yang belum jelas kami selalu mendiskusikannya, mendialogkan serta tabayun kepada teman, pimpinan, kemudian dari Persyarikatan Muhammadiyah biasanya juga memberikan anjuran-anjuran dan saran terkait isu yang beredar.”⁹⁹

2. Konten Dakwah @immiainpurwokerto di Instagram

Dakwah melalui media sosial khususnya Instagram merupakan hal yang penting. Karena kegiatan berdakwah bertujuan untuk mengajak kebaikan dengan bersumber dari Alquran dan Hadis sehingga memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Adapun materi dakwah juga tidak kalah pentingnya, karena dengan pemilihan materi dakwah yang tepat, maka akan menarik *mad'u* dan pesandakwahnya pun akan diterima dengan baik.

Meskipun tujuan dibentuknya akun Instagram @immiainpurwokerto adalah sebagai media informasi terkait keorganisasian IMM, namun tidak dipungkiri bahwa akun tersebut juga digunakan sebagai media untuk berdakwah. Adapun materi dakwah yang disampaikan dalam akun Instagram

⁹⁸ Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

⁹⁹ Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

@immiainpurwokerto mengandung berbagai macam pesan dakwah. Pesan dakwah tersebut meliputi akidah, muamalah, syariah, dan akhlak.

a. Akidah

Aqidah Islamiyah merupakan pokok materi yang ada dalam prinsip pembahasan ini. Seperti kita ketahui bahwa *aqidah islamiyah* akan membentuk karakter *taqqarub* seorang hamba terhadap Allah SWT. *Aqidah Islamiyah* dapat diartikan sebagai tauhid inti dari sebuah keyakinan. Materi ini mencakup problematika keimanan, tauhid, dan juga syirik. Adapun aspek *aqidah* tersebut akan membentuk moral manusia.¹⁰⁰ Berikut ini adalah unggahan dengan aspek *akidah* dalam akun Instagram @immiainpurwokerto.



Gambar 4. 8 Ucapan selamat menempuh UAS oleh @immiainpurwokerto.

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 2.8** adalah unggahan selamat menempuh Ujian Akhir Semester (UAS) @immiainpurwokerto. Dalam unggahan tersebut terdapat doa supaya dipermudah dalam mengerjakan ujian. Hal ini menunjukkan bahwa IMM Ahmad Dahlan Purwokerto mengedepankan aspek tauhid kepada *mad'u* nya. Diaman sebagai seorang muslim kita harus senan tiasa memohon dan meminta pertolongan hanya kepada Allah SWT. Maka dari itu dalam unggahan ini mengandung materi *aqidah*.

b. Syariat

¹⁰⁰ Muhammad Munir, Wahyu Illaihi, "*Manajemen Dakwah*", (Jakarta: Kencana, 2009), Hlm.

Syariat dapat diartikan sebagai hukum dalam Islam, baik hubungan antara manusia dengan Allah SWT, hubungan dengan sesama manusia, maupun hubungan dengan alam. Materi yang disampaikan dalam prinsip syariat ini meliputi hukum wajib, haram, sunah, makruh, dan mubah (boleh). Syariat dikatakan sangat penting karena mendasari perbuatan amal kita baik hubungan kita terhadap Alloh SWT (*hablumminallah*), sesama manusia (*hablumminannas*), dan juga dengan alam (*hablumminalalam*). Berikut merupakan contoh unggahan dengan mengutamakan aspek syariat.



Gambar 4. 9 Tips ujian online menurut @immiainpurwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.9** adalah unggahan pamflet tips dalam melaksanakan ujian online. Adapun tips dalam melaksanakan ujian online adalah niat, cetak jadwal ujian, siapkan peralatan, internet, air minum, dan berdoa. Berdasarkan pamflet tersebut niat dilakukan sebagai ibadah dan bahan untuk mengevaluasi diri sedangkan berdo'a dilakukan di awal dan akhir ujian. Hal ini menunjukkan bahwa IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui Instagram @immiainpurwokerto berdakwah dengan menitik beratkan materi syariat. Dimana sebagai seorang muslim kita wajib untuk berdoa dalam menjalankan aktifitas sehari-hari.

c. Muamalah

Muamalah sejatinya merupakan prinsip yang ada dalam syariah. Materi ini membahas hubungan manusia dengan sesamanya. Dalam Islam, materi

muamalah mempunyai materi yang besar dalam pembahasannya. Pembahasannya, di antaranya adab serta sikap yang baik ketika berhubungan antara sesama manusia. Adapun berikut aspek muamalah dalam unggahan akun Instagram @immiaipurwokerto.



Gambar 4. 10 Ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri @immiaipurwokerto

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.10** merupakan unggahan pamflet ucapan selamat Idul Fitri. Dalam unggahan tersebut terdapat ucapan berbahasa arab yang artinya “Semoga Allah menerima amal kami dan kalian semua”, selain itu juga terdapat ungkapan berbahasa Indonesia berbunyi “Mohon maaf lahir dan batin”. Dari ungkapan tersebut dapat dimaknai bahwa kita sebagai manusia hendaknya selalu bersikap baik dan saling memaafkan, selain itu sebagai makhluk sosial kita juga harus saling menjaga hubungan silaturahmi antar semua. Melalui unggahan tersebut maka dimakanai sebagai dakwah dengan mengedepankan muamalah.

d. Akhlak

Prinsip akhlak juga sebenarnya juga termasuk dalam prinsip muamalah. Hanya saja prinsip akhlak yang dimaksud disini adalah berkaitan dengan tabiat dan kondisi kebatinan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan sesama manusia. Materi ini juga dikatakan sangat penting karena Nabi Muhammad SAW diperintah Allah SWT untuk memperbaiki

akhlak. Berikut merupakan salah satu unggahan yang mengandung aspek akhlak.



Gambar 4. 11 Postingan @immialnpurwokerto ucapan Hari Raya Ramadhan.

Sebagaimana terlihat pada **Gambar 4.11** yang merupakan unggahan ucapan 1 hari menuju bulan suci. Dalam unggahan tersebut terdapat potongan Hadis sebagai berikut:

“Sesungguhnya amalan perbuatan tergantung pada niat, dan sesungguhnya setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan yang ia niatkan. Barang siapa yang berhijrah karena Allah dan Rasull-Nya maka ia akan mendapat pahala hijrah menuju Allah dan Rasull-Nya. Barang siapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin diperolehnya atau wanita yang ingin dinikahinya, maka ia mendapatkan hal sesuai dengan apa yang ia niatkan.” (HR. Al Bukhari dan Muslim)

Dari Hadis di atas telah di jelaskan bahwa amalan dan perbuatan tergantung kepada niat. Maka dapat dikatakan bahwa apabila kita mempunyai niat yang baik maka akan mendapat ganjaran yang baik, sebaliknya apabila kita mempunyai niat yang buruk maka kita akan memperoleh ganjaran yang buruk. Sepeti yang telah dicontohkan dalam Hadis di atas bahwa, barang siapa yang berhijrah karena Allah dan Rasul-nya maka ia akan mendapat pahala hijrah menuju Allah dan Rasul-Nya. Hal tersebut dapat aplikasikan terhadap diri kita, dimana sebagai seorang muslim hendaknya kita mempunyai akhlak yang baik dan ikhlas.

3. Efektivitas Dakwah Melalui Instagram

Efektivitas menurut Mardiasmo (2004:134), efektivitas merupakan ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan”.¹⁰¹ Adapun dalam konteks dakwah pengertian tersebut dapat diartikan jika materi dakwah yang disampaikan kepada mad'u melalui media sosial Instagram dapat diterima dengan baik, maka akun Instagram tersebut dikatakan telah berjalan dan efektif.

Akun Instagram @immiainpurwokerto sendiri dikelola oleh Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto yaitu Mia Endika Rahma, Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi yaitu Ferdi Albahar, dan Anggota Bidang media dan Komunikasi yaitu Muhammad Irfan. Meskipun akun Instagram @immiainpurwokerto dikelola oleh ketua bidang media dan komunikasi, namun Khamdan Mujiyanto selaku Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto selalu memonitoring atau mengawasi akun tersebut. Dengan adanya divisi khusus yang memegang akun tersebut diharapkan akun Instagram @immiainpurwokerto menjadi lebih aktif dalam berdakwah. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Khamdan Mujiyanto dalam proses wawancara.

*“Untuk pemegang itu (akun Instagram @immiainpurwokerto) di divisi atau bidang Media komunikasi IMM Ahmad Dahlan, Adapun dari Saya selaku pimpinan ikut memonitoring”.*¹⁰²

Adapun kendala yang sering dialami oleh pemegang akun Instagram @immiainpurwokerto adalah kesulitan terkait pemilihan materi konten dakwah yang menarik. Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Mia Endika Rahma selaku Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.

*“Kendala yang Saya rasakan sejauh ini lebih kepada konten dan bagaimana cara mengemasnya sehingga dapat diterima dengan baik”*¹⁰³

Selain itu, Khamdan Mujiyanto pun menambahkan:

“Postingan di Instagram semakin variatif dan menarik. Maka perlu ide ekstra supaya postingan kita tidak sekedar gambar ataupun tulisan ataupun video. Kami berusaha lebih mengena lagi lagi dakwahnya agar lebih menarik.”

Namun kendala tersebut tidak menjadi penghalang untuk melakukan dakwah melalui media sosial Instagram. Bahkan hal tersebut yang menjadi pemicu semangat bagi mereka. Seperti yang dikatakan oleh Khamdan Mujiyanto.

¹⁰¹ Yulia Anggara Sari, *“Analisis efektivitas dan Kontribusi Penerima Pajak Bumi dan Bangunan terhadap Pendapatan Daerah di Kota Bandung”*, (Jurnal Wacana Kinerja, Vol. 13 No. 2, November), Hlm. 23.

¹⁰² Wawancara dengan Khamdan Mujiyanto Ketua Umum IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

¹⁰³ Wawancara dengan Mia Endika Rahma Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

“Sesuai dengan semangat kita yaitu fastabiqul khairat atau berlomba-lomba dalam kebaikan. Kami berusaha untuk memberikan ajakan kebaikan dan berusaha mencegah hal yang munkar. Salah satunya lewat media ini”

Adapun Mia Endika Rahma juga menegaskan bahwa semangat untuk tetap berdakwah harus tetap di tegakan. Karena berdakwah adalah perintah Allah SWT sesuai dengan Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 104. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dia katakan:

“Seperti slogan IMM anggun dalam moral unggul dalam intelektual, semangat ber-fastabiqul khairat menjadi salah satu alasan IMM untuk berdakwah salah satunya melalui Instagram. Di sisi lain karena juga merupakan perintah dari Allah SWT untuk menyerukan dakwah sesuai dengan dasar yang ada Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 104.”¹⁰⁴

Sementara itu menurut Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi, Ferdi Albahar. Menurutnya hal yang membuat Dia semangat untuk terus menyebarkan konten dakwah melalui Instagram @immiainpurwokerto adalah adanya dukungan semangat dari beberapa followers akun Instagram tersebut.

“Selama pegang akun IMM ada beberapa pengikut yang DM terus dia bilang kalo akun Instagram milik IMM itu edukatif, memberikan edukasi dan membuat dia lebih semangat lagi menghidupkan organisasi dan ibadah”¹⁰⁵

Adapun media sosial Instagram juga mempunyai berbagai macam fitur menarik, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dalam berdakwah. Fitur-fitur ygng ada di Instagram meliputi stories, news feed, profile, followers, dan lain sebagainya. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Mia Endika Rahma.

“Menurut Saya, keistimewaan Instagram karena fitur yang ada diapikasi Instagram sangat beragam, seperti upload video, gambar, instastory, dan fitur lainnya yang mendukung , memudahkan kita untuk share juga lebih beragam.”¹⁰⁶

Maka dari itu, berbagai macam firur tersebut dimanfaatkan dengan maksimal oleh Mia Endika Rahma untuk efektivitas dakwahnya melalui media sosial Instagram. Sehingga tetap menjadikan lumbung pahala bagi mereka. Maka dalam mengunggah materi dakwah tidak terikat pada foto, video, dan caption saja,

¹⁰⁴ Wawancara dengan Mia Endika Rahma Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ferdi Albahar, Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Mia Endika Rahma Ketua Bidang Media dan Komunikasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto pada Sabtu, 3 Juli 2021.

melainkan memanfaatkan fitur-fitur tersebut dan konten dakwah pun menjadi lebih menarik.

Temuan Penelitian

Dari data yang telah dijabarkan di atas, maka proses selanjutnya adalah analisis data. Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun data dengan sistematis yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke bentuk unit-unit, melakukan proses sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari dan membentuk sebuah kesimpulan. Adapun teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), serta verifikasi (verification). Adapun reduksi data dan penyajian data sudah dijelaskan di atas. Berikut merupakan temuan penelitian:

- a. Dakwah melalui media sosial Instagram merupakan sebuah alternatif bagi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto untuk menyebarkan materi keislaman.
- b. Adapun materi dakwah yang diunggah dalam akun Instagram *@immiainpurwokerto* berisi berbagai macam pesan terkait aqidah, akhlak, dan Syari'ah. Selain itu, akun tersebut juga menampilkan berbagai macam informasi terkait keorganisasian IMM Ahmad Dahlan Purwokerto.
- c. Banyaknya pengguna Instagram dan fitur menarik di Instagram membuat organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto memanfaatkannya sebagai media berdakwah.

D. Diskusi Penemuan Peneliti Dengan Teori

Dalam teori determinisme teknologi kehidupan manusia tidak dapat melepaskan diri dari media.¹⁰⁷ Media dapat menembus berbagai macam aspek kehidupan. Hal demikian yang ingin ditunjukkan oleh organisasi IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram *@immiainpurwokerto* yaitu berinovasi dalam berdakwah melalui media sosial Instagram. Dengan pembuatan akun media sosial Instagram tentunya dapat menjadi salah satu jalan keluar bagi Korkom IMM Ahmad Dahlan Purwokerto dalam menunaikan Kewajiban Korkom yaitu “Korkom berkewajiban memperluas dakwah Ikatan Mahasiswa

¹⁰⁷ Morisson, M.A, “*Teori Komunikasi Massa*”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hlm. 35.

Muhammadiyah (IMM) di perguruan tinggi bersangkutan” bagi generasi muda khususnya mahasiswa IAIN Purwokerto.

Adapun teori determinisme teknologi berasumsi bahwa:

a. Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat

Media sosial Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak digemari oleh masyarakat saat ini. Berbagai macam informasi dapat diperoleh masyarakat setiap detik. Namun tidak sedikit informasi yang tidak layak bagi masyarakat ada di media sosial Instagram. Dengan memanfaatkan kondisi tersebut, maka IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram *@immiaainpurwokerto* membuat inovasi untuk berdakwah di media sosial. Sehingga dengan adanya akun dakwah tersebut, sedikitnya dapat memberikan informasi positif di tengah maraknya simpang siur informasi saat ini. Dan masyarakat dapat memperoleh nilai-nilai kebaikan seperti unggahan materi dakwah yang ada di akun Instagram *@immiaainpurwokerto*.

Adapun dakwah IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui Instagram *@immiaainpurwokerto* dapat mempengaruhi tindakan atau perbuatan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan narasumber Ferdi Albahar, Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi dimana Dia mengatakan bahwa hal yang menjadikan terus semangat dalam berdakwah melalui Instagram IMM adalah ada beberapa pengikut akun Instagram *@immiaainpurwokerto* yang mengucapkan lebih semangat dalam menghidupkan organisasi dan ibadah. Hal tersebut tentunya sesuai dengan teori yang digagas Marshall McLuhan bahwa Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat.

b. Media memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman manusia

Dalam gagasan ini, ahli teori dalam media meyakini bahwa media dapat memperbaiki persepsi, media mempengaruhi serta mengolah pengalaman manusia mengenai dunia. Adapun Marshall McLuhan menyatakan bahwa media mempengaruhi manusia di setiap harinya di saat mengawali hari dengan informasi yang diperoleh melalui media. Hal tersebut yang mendasari *@immiaainpurwokerto* sebagai media dakwah Islam untuk memberikan informasi berkaitan dengan aqidah, akhlak, dan syari'ah

sehingga dapat memberikan kontribusi dalam memperbaiki persepsi khususnya kaum muslim pengguna Instagram.

Dengan adanya informasi yang mengajarkan terhadap kebaikan menjadikan sebuah harapan agar mereka mampu memperbaiki tingkah laku serta memberikan pengaruh yang baik terhadap lingkungan. Di saat media digunakan oleh seseorang dalam setiap harinya, maka akan sesuai dengan yang dikatakan Marshall McLuhan bahwa secara tidak sadar media akan mempengaruhi persepsi serta pengalaman untuk menjalankan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif.

c. Media mengikuti dunia bersama-sama

Di saat orang yang aktif di media sosial Instagram memperoleh informasi yang beragam, maka mereka akan memilih dan memilah akun-akun Instagram yang sesuai dengan dirinya. Kemudian mereka mem-follow akun media sosial itu sehingga menjadi terikat dengan akun itu seperti para pengikut lainnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengikut akun media sosial Instagram @immiainpurwokerto dimana jumlah pengikutnya perbulan juli sebanyak 1.937. Ini dapat dijadikan sebagai bukti bahwa mereka terikat secara bersama-sama di dalam akun media sosial Instagram dakwah itu.

Selain itu, para pengikut akun tersebut secara tidak sadar menjadi bergantung terhadap akun dakwah itu. Hal ini dapat dibuktikan dengan apa yang dikatakan oleh Ferdi Albahar, Sekretaris Bidang Media dan Komunikasi bahwa selama memegang akun IMM Ahmad Dahlan Purwokerto ada beberapa pengikut yang mengatakan bahwa akun Instagram @immiainpurwokerto mempunyai nilai edukatif dan informasi sehingga dia lebih semangat lagi menghidupkan organisasi dan ibadah. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hal ini sesuai dengan teori Marshall McLuhan bahwa media mengikuti dunia bersama-sama.

Media dalam perkembangannya selalu berubah dan bertransformasi mengikuti zaman. Adapun menurut Marshall McLuhan, saat ini adalah *electronic age* atau era elektronik. Era elektronik ditandai dengan ditemukannya berbagai macam alat dan teknologi komunikasi. Contohnya Telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, serta internet. Manusia menjadi hidup di dalam apa yang disebut “*global village*”. Pada masa ini, media massa dapat membawa

manusia mampu bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan pun dimana pun, bahkan saat itu juga.¹⁰⁸ Kemajuan teknologi komunikasi sekarang ini dipergunakan oleh IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram @immiaainpurwokerto untuk melakukan inovasi. Meningkatnya aktivitas kerja masyarakat menjadikan keterbatasan bagi mereka untuk menghadiri berbagai macam acara yang positif, sehingga dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi ini dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan terkait dakwah islam.

IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram @immiaainpurwokerto memberikan strategi baru dalam berdakwah yang memungkinkan dapat dibuka kapan saja dan dimana saja. Dengan demikian *followers* menjadi lebih merasa dekat dengan pemegang akun dan mereka dapat saling *men-share* informasi menggunakan *Direct Message* (DM) yang ada Instagram sehingga komunikasi antara pemegang dengan *followers* tetap dapat terjalin baik .

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. Hal tersebut sesuai yang dilakukan oleh IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram @immiaainpurwokerto yaitu dengan memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh informasi materi keislaman. Dengan demikian masyarakat menjadi lebih pengetahuan dan keimanannya sehingga dapat menjadi manusia yang lebih baik dalam bersikap.

Surat Adz-Dzariyat ayat 55

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَ تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan teruslah memberi peringatan karena sesungguhnya peringatan bermanfaat bagi orang-orang mukmin.”(Q. S. Adz-Dzariyat: 55)

¹⁰⁸Deify Timbowo, “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, 2016), Hlm 6-7.

Ayat di atas menerangkan bahwa sebagai manusia hendaknya terus memberikan peringatan yang bermanfaat kepada sesama mukmin. Hal ini yang dilakukan IMM Ahmad Dahlan Purwokerto melalui akun Instagram @immiainpurwokerto untuk memberikan peringatan melalui konten-konten dakwahnya. Sehingga diharapkan agar manusia tetap berada pada jalan Allah SWT sesuai dengan Alquran dan Hadis.

Dakwah dengan menggunakan media sosial Instagram saat ini dapat dikatakan sebagai salah satu cara yang efektif karena intrnet memberikan kemudahan yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Materi dakwah Islam dapat disebarakan dengan sangat cepat melalui Instagram sehingga dapat menjangkau dimanapun dan kapanpun selagi orang yang bersangkutan mengakses media sosial Instagram. Karena pada saat ini dakwah tidak hanya dapat dilakukan dengan metode yang konvensional atau secara langsung. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi tersebut, dakwah dapat dilakukan secara non-konvensional. Surat An-Nahl (16): 125

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

Artinya: “Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q. S. An-Nahl (16): 125).

Dari ayat di atas dapat dikatakan bahwa berdakwah adalah perintah Allah SWT. Selain itu, Rasulullah SAW bersabda “Sampaikan walau hanya satu ayat”¹⁰⁹ yang maksudnya sebagai umat muslim tentunya kita harus menyampaikan ilmu yang dimiliki kepada orang lain. Hal tersebut merupakan sebuah tanggung jawab bagi setiap muslim dalam mengarungi kehidupan di dunia ini. Seperti yang dilakukan IMM ahmad dahlan melalui akun Instagram

¹⁰⁹ Darwin, dkk, “Aksesibilitas Media Sosial Dakwah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Palu”, (Al-Misbah, vol. 12 No. 2 Juli-Desember 2016), Hlm. 199.

@immiainpurwokerto menjadikan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah.

Adapun semangat dakwah yang dijunjung oleh Rasulullah SAW di atas, walaupun hanya satu ayat, itu mengimplementasikan sebuah “tanggung jawab moral” yang merasuk ke dalam jiwa setiap muslim. Berbagai macam usaha dan strategi dilakukan agar dakwah islam tetap dapat disebarkan hingga saat ini. Sehingga Islam menjadi rahmat bagi alam semesta.



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 Grafindo Persada.
- Faidah, Fatty .Muh. Najib, Andi subhan Amir. 2016. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar 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 Research*. Yogyakarta: Adi offset.
- Hendroyono, Tony. 2011. *Wikipedia Ensiklopedia Top Dunia*. Yogyakarta: B-Firs.
- Hassan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodelogi 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 Siosioteknologi*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Nurrahmah. 2017. *Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digita (Studi Pada Harian Ujung Pandang Ekspres)*. Skripsi. Makassar: 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-TABSYIR: 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.