

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram
@Limproduction_)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh:
CHANIFATUZ ZAHRO
NIM. 1917102149

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chanifatuz Zahro
NIM : 1917102149
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @limproduction_)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 13 Juni 2023



Chanifatuz Zahro
NIM. 1917102149



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

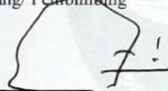
PENGESAHAN
Skripsi Berjudul

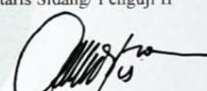
Instagram Sebagai Media Dakwah
(Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @limproduction_)

Yang disusun oleh **Chanifatuz Zahro** NIM 1917102149 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **21 Juni 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Komunikasi dan Penyiaran Islam** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

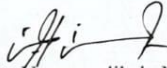
Ketua Sidang/ Pembimbing

Sekretaris Sidang/ Penguji II


Dr. Musta'in, M.Si.
NIP. 197103022009011004


Ulul Aedi, M.Ag.
NIP. 198705072020121006

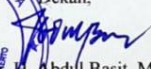
Penguji Utama


Uus Uswatusolihah, MA
NIP. 197703042003122001

Mengesahkan,

4.7.2023...

Dekan,


Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 196912191998031001



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, telaah, koreksi dan perbaikan pada penulisan skripsi dari

Nama : Chanifatuz Zahro
NIM : 1917102149
Jenjang : S1
Fakultas/ Jurusan : Dakwah/ Manajemen dan Komunikasi Islam
Judul Skripsi : Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @limproduction_)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 13 Juni 2023
Dosen Pembimbing



Dr. Musta'in, S.Pd, M.Si
NIP.197103022009011004

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH

(Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Limproduction_)

Chanifatuz Zahro

NIM. 1917102149

ABSTRAK

Fenomena dakwah hingga saat ini terus berkembang di kehidupan masyarakat. Transformasi dakwah mulai dari dakwah secara langsung, kemudian menjadi *trend* dan melekat di kehidupan sekitar yaitu dakwah melalui media sosial. Media sosial yang ada dan cukup digandrungi anak muda adalah Instagram. Akun @limproduction_ ialah sebuah aktualisasi dakwah di media sosial yang berkembang dan dinaungi pondok pesantren lirboyo dengan khas materi dakwah yang dibagikan berupa visual teks hingga audio visual. Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini untuk mengetahui budaya yang ada pada akun media sosial Instagram @limproduction_ sebagai media dakwah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui tiga tahap yakni observasi, wawancara virtual, dan dokumentasi. Pendekatan yang digunakan yaitu Metode Etnografi Virtual dengan Analisis Media Siber yang ditawarkan Rulli Nasrullah pada empat level yaitu level ruang media, dokumen media, objek media, pengalaman media.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tercipta sebuah budaya di ruang siber dimana terjadi praktek budaya melalui penggunaan bahasa daerah, dan beragam model interaksi pada setiap segmen. Pada level ruang media, akun memiliki 80,7 ribu pengikut dengan 540 postingan. Level dokumen media, konten keseluruhan membahas ilmu yang meliputi tiga yaitu akhlak, akidah, syari'ah, juga terdapat artefak budaya seperti sebutan dari *followers* kepada pemilik akun yaitu "*limin*", sesama pengikut yang laki-laki dengan sebutan "*kang*", panggilan "*ning*" kepada pemateri perempuan yang berkedudukan sebagai anak kyai. Level objek media terjadi berbagai model interaksi antar pengguna dan juga admin akun pada kolom komentar seperti *sharing pengalaman*. Level pengalaman media, hampir keseluruhan pengikut mengalami dan menjawab permasalahan seperti fikih dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: Media Sosial, Media Dakwah, Etnografi Virtual, Akun @limproduction_.

INSTAGRAM AS A PRIVATE MEDIA
(Virtual Ethnographic Study on Instagram Account @Limproduction_)

Chanifatuz Zahro
NIM. 1917102149

ABSTRACT

The phenomenon of da'wah continues to develop in people's lives. The transformation of da'wah starts from direct preaching, then becomes a trend and is embedded in surrounding life, namely preaching through social media. Social media that exists and is quite loved by young people is Instagram. The @limproduction_ account is an actualization of da'wah on social media that is developing and sheltered by the Lirboyo Islamic Boarding School with typical da'wah material that is distributed in the form of visual text to audio visual. The purpose of research in writing this thesis is to find out the culture that exists on the Instagram social media account @limproduction_ as a da'wah medium.

This study uses a type of qualitative research. Data collection techniques go through three stages, namely observation, virtual interviews, and documentation. The approach used is the Virtual Ethnographic Method with Cyber Media Analysis offered by Rulli Nasrullah at four levels, namely the level of media space, media documents, media objects, media experience.

The results of the research show that a culture is created in cyber space where cultural practices occur through the use of regional languages, and various models of interaction in each segment. At the media space level, the account has 80.7K followers with 540 posts. At the media document level, the overall content discusses knowledge which includes three, namely morals, aqidah, shari'ah, there are also cultural artifacts such as the nickname from followers to the account owner, namely "limin", fellow followers who are male as "kang", nicknamed "ning" to female speakers who are children of clerics. At the media object level, there are various models of interaction between users and also account admins in the comments column, such as sharing experiences. The level of media experience, almost all followers experience and answer problems such as fiqh in everyday life.

Keywords: *Social Media, Da'wah Media, Virtual Ethnography, Account @limproduction_.*

MOTTO

إذا ضاق قلب المتعلم لعدم الفهم صار غمه وسيلة لحضرة الرحمن

“Ketika hati seorang pencari ilmu gelisah karena masih belum paham pelajaran, maka susah payahnya akan menjadi perantara datangnya kasih sayang Allah SWT.” (Imam Abu Laits dalam kitab Bughyah al-Mustarsyidin)¹



¹ Sayyid Abdurrahman bin Muhammad bin Husain bin Umar Al-Masyhur Al-Ba'lawi, “Kitab Bughyah al-Mustarsyidin”,

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT, dan Baginda Nabi Muhammad SAW kupersembahkan karya sederhana dengan segenap hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Keluarga saya Bapak Robingu dan Ibu Sri Rejeki
5. Semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi saya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction_)**.

Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa islam hingga pada zaman millennial ini.

Penulis menyadari bahwa untuk bisa memperoleh pencapaian membutuhkan proses yang panjang. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya motivasi, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Rektor UIN Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto yakni Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yakni Prof. Dr. KH. Abdul Basit, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam yakni Uus Uswatussolihah, MA.
4. Pembimbing Akademik yakni Dr. Umi Halwati S.Sos. I., M.Ag
5. Pembimbing Skripsi yakni Dr. H. Musta'in M.,Si,
6. Segenap Dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis saat dibangu perkuliahan.
7. Seluruh karyawan Fakultas Dakwah yang telah melayani sepenuh hati dalam segala urusan akademik.
8. Petugas perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan bahan skripsi.

9. Kedua orang tua tercinta, ibu Sri Rejeki dan bapak Robingu yang selalu melakukan dan mengusahakan yang terbaik untuk putrinya.
10. Seluruh teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam kelas C angkatan 2019.
11. Saudara sekandung perempuan Najwa Salma, kakak sepupu perempuan Erni Nur Faiqoh, Bude Siti Ma'fiah, Pakde Sodikin, Sepupu laki-laki M. Khoeruman Sadid yang selalu memberikan doa dan support.
12. Abah Kyai. Taufiqur Rohman Pengasuh PP Darul Abror Purwokerto beserta keluarga ndalem yang saya harapkan barokah ilmunya.
13. Seluruh teman-teman terkhusus sesepuh aula Fatimah Atas Kaka Nisa, Arum, Firli, Sekar serta warga kamar Aula, 1, 2, 3 Fatimah Atas, PP Darul Abror Purwanegara.
14. Febri Wahyuni, Qonita Qurrota A'yun, Siti Prihatiningsih, Annisa Nurmeida, Sinta Aulia, Maspres, Teman seperjuangan selama perkuliahan dan proses penulisan skripsi.
15. Semua Pihak yang sudah berpartisipasi memberikan bantuan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan, semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang lebih dari Allah SWT. Amin ya rabb. Penulis berharap semoga karya ini bisa bermanfaat bagi kita semua. Aaamiin

Purwokerto, 13 Juni 2023

Penulis



Chanifatuz Zahro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	7
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
a. Secara Teoritis.....	11
b. Secara Praktis	11
E. Telaah Pustaka	12
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Media Dakwah	17
B. Media Sosial.....	19
C. Instagram Sebagai Media Dakwah	24
D. Etnografi Virtual	29
E. Analisis Media Siber.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian	39
C. Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Pondok Pesantren Lirboyo	44
B. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @Limproduction_.....	47
C. Analisis Media Siber	48

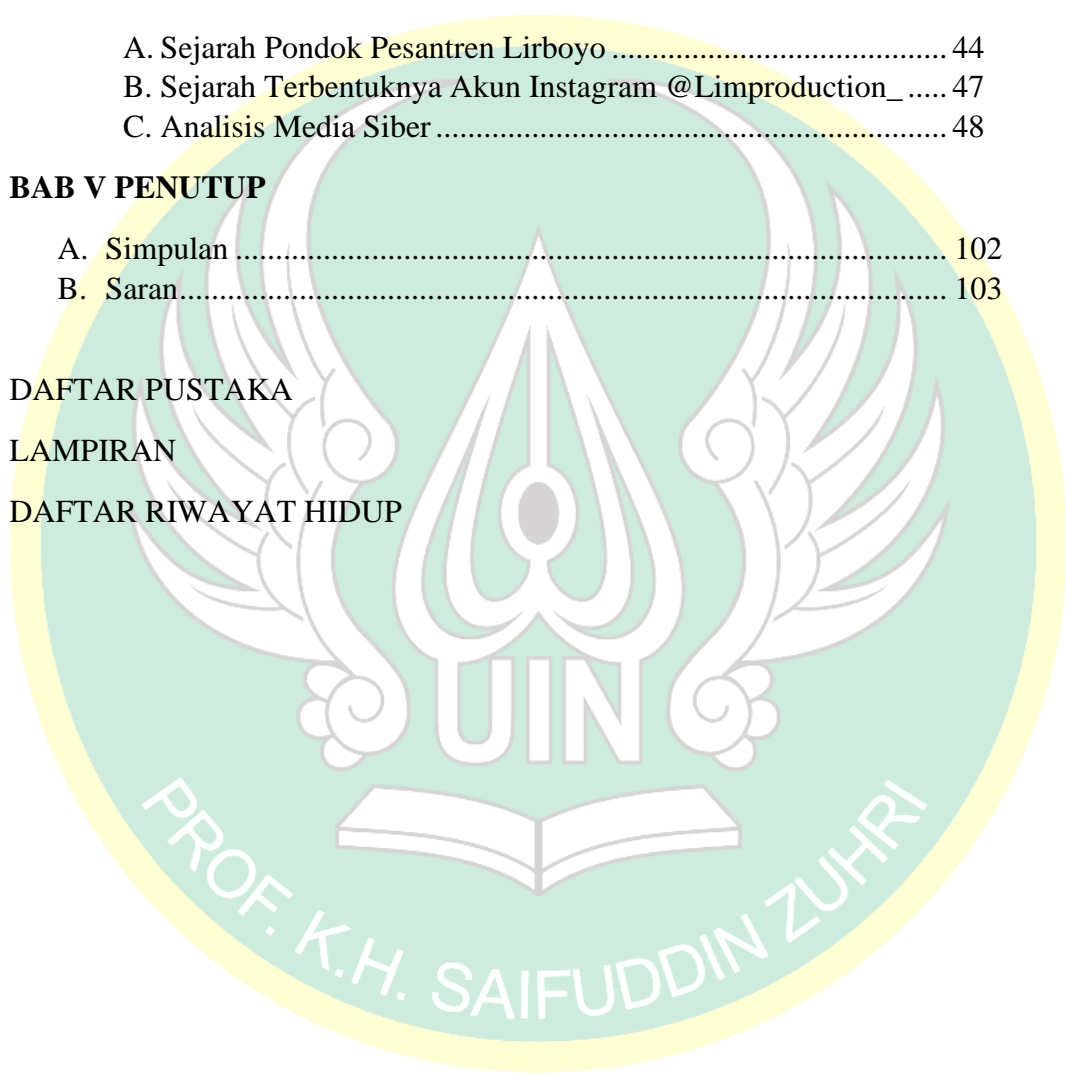
BAB V PENUTUP

A. Simpulan	102
B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Wawancara dengan Admin @Limproduction_

Lampiran 2 Buktu Wawancara dengan *Followers* @Limproduction_

Lampiran Draft Wawancara dengan Admin @Limproduction_

Draft Wawancara dengan *Followers* @Limproduction_



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Level Analisis Media Siber.....	42
Tabel 2.1 Postingan 1 (Pesan Syari'ah)	59
Tabel 2.2 Postingan 2 (Pesan Syari'ah)	60
Tabel 2.3 Postingan 3 (Pesan Syari'ah)	62
Tabel 2.4 Postingan 4 (Pesan Akidah)	64
Tabel 2.5 Postingan 5 (Pesan Akidah)	65
Tabel 2.6 Postingan 6 (Pesan Akidah)	67
Tabel 2.7 Postingan 7 (Pesan Akidah)	68
Tabel 2.8 Postingan 8 (Pesan Akidah)	69
Tabel 2.9 Postingan 9 (Pesan Akidah)	70
Tabel 3.0 Postingan 10 (Pesan Akidah)	72
Tabel 3.1 Postingan 11 (Pesan Akhlak)	73
Tabel 3.2 Postingan 12 (Pesan Akhlak)	76
Tabel 3.3 Postingan 13 (Pesan Akhlak)	77
Tabel 3.4 Postingan 14 (Pesan Akhlak)	80
Tabel 4.2 Klasifikasi Pesan Pada Akun @limproduction_ bulan Januari	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram.....	5
Gambar 1.0 Sebagian Struktur kepengurusan LIM.....	47
Gambar 1.2 Profil Akun @limproduction_ di Instagram	48
Gambar 1.3 Bentuk Tampilan Utama pada Aplikasi Instagram	51
Gambar 1.4 Penggunaan Tagar pada Caption di Setiap Postingan.....	57
Gambar 1.5 Contoh Postingan LimPedia Pada Postingan Sholat Berjamaah.....	58
Gambar 2.1 Postingan Segmen Dawuh Yai bersama Agus M. Iqdam Kholid	83
Gambar 2.2 Postingan <i>Reels</i> dengan Sapaan “Ning”	85
Gambar 2.3 Segmen Membahas Fiqih Wanita	86
Gambar 2.4 Aktivitas Diskusi Pada Kolom Komentar di Postingan	87
Gambar 2.5 Sharing Pengalaman ngaji dengan pemateri	89
Gambar 2.6 Sesi Asah Otak khusus Malam Jum’at.....	90
Gambar 2.7 Sesi Tanya Jawab setelah Asah Otak	91
Gambar 2.8 Edisi Ngaji Online dan Jagongan Santuy	92
Gambar 4.5 Aktivitas Kontra Pendapat dari Pengikut Akun pada Postingan.....	94
Gambar 4.6 Aktivitas Kolom Komentar menggunakan Emotikon Love.....	95
Gambar 4.7 Postingan Tema Hukum Bermain Catur	97
Gambar 5.2 Postingan Tentang Pangeran Diponegoro dan Pohon Sawo	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah diartikan secara (Bahasa arab) asal katanya ialah kata *da'a* yang merupakan kalimat dari fi'il madhi', *yad'u* sebagai bentuk fi'il mudhore nya, *da'watan* sebagai bentuk masdar yang artinya menyerukan, mengajak, memanggil atau mengundang, dan menjamu.² Melalui usaha untuk memanggil, mengajak serta menyebarkan kebaikan ini biasa diistilahkan dengan "*amar ma'ruf nahi munkar*". Makna dakwah menurut istilah atau *terminologis* berarti ajakan, yakni sebuah ajakan kepada kebaikan, mencegah keburukan (*kemunkaran*) sehingga mendapatkan suatu keberkahan di dunia dan keselamatan di akhirat. Beberapa ulama mendefinisikan makna dakwah bermacam-macam, salah satunya "dakwah ialah mengajak satu orang atau lebih untuk dapat beriman kepada Allah SWT dan ajaran Rasulullah SAW, melalui kebenaran berita yang disebarkan dan mengikuti segala perintah", itu pendapat dari Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah.³

Salah satu kewajiban yang diemban setiap muslim adalah berdakwah, dengan usaha yang dilakukan menyebarkan ajaran Islam. Hal tersebut tentu harus dilakukan secara sadar. Upaya ini pun semestinya sudah melalui suatu proses persiapan yang matang, pertimbangan cara, menentukan runtutan tahapan, juga sasaran yang dikehendaki. Penting juga mempertimbangkan obyektif artinya sasarannya sudah sesuai dengan kondisi dan situasi atau malah sebaliknya tidak sesuai. Pertimbangan ini penting supaya dapat mencapai keberhasilan dalam berdakwah.⁴

² Novri Hardian, "Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits", *Al Hikmah Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, Vol 5, No 1, (2018), <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.92>, hlm. 42

³ Abdul, Pirol," Komunikasi dan Dakwah Islam", (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), hlm. 5

⁴ Anwar Masy'ari, *Butir-Butir Problematika Dakwah Islamiah*. PT Bina Ilmu, (Surabaya 1993), hlm. 10-11

Kemudian, fenomena dakwah yang memberikan keberhasilan maka perlu adanya beberapa hal. Melalui beberapa tujuan dakwah yang dikehendaki terdapat unsur-unsur yang perlu ada diantaranya kepribadian dari orang yang melakukan aktivitas ajakan (*da'i*) beberapa tujuan dakwah, materi dakwah, obyeknya atau khalayak (masyarakat umum), metode dakwah serta sarana atau media untuk dakwah. Dengan ini semua yang menjadi unsur dakwah perlu ada untuk kemudian mencapai pada dakwah yang tepat sasaran dan membawakan kemaslahatan kepada seluruh umat.⁵

Media dakwah dimaknai "*medium*" memiliki arti *perantara*. Perantara yang dimaksud disini adalah alat untuk menunjang keberlangsungan dakwah, mulai dari alat-alat fisik seperti film, video dari kaset, buku, slide serta lain sebagainya. Peralihan media dakwah mulai yang dahulunya menggunakan media tradisional dan sekarang menjadi media-media modern seperti halnya media *celluler*-pun berpengaruh. Segala hal yang dijadikan alat untuk menyebarkan materi dakwah itulah yang mempengaruhi keberhasilan, keefektifan dakwah.

Pada era globalisasi informasi terjadi pertukaran informasi dan memunculkan media baru yang dinamai dengan media komunikasi. Melalui media komunikasi menjadi perantara penyebaran dakwah yang mana didalamnya terjalin sebuah komunikasi, salah satunya komunikasi kegamaan. Selaras dengan perkembangan teknologi, tugas dari dakwah yang eksistensinya menjadi kebutuhan untuk seluruh umat maka perkembangan media dakwah harus bisa menyusul perkembangan teknologi sehingga tidak tertinggal.⁶

Berbicara mengenai perkembangan teknologi, indonesia juga memiliki peningkatan pengguna yang menjelajahi media sosial. Pengertian dari media sosial ialah sebuah media berbasis *online* dimana terdapat sebuah jalinan interaksi dengan melalui pemanfaatan internet yang ada. Beberapa aplikasi yang

⁵ Pattaling, "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah", *Jurnal Farabi*, Vol. 10, No. 2, (2013), <https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/issue/view/82>, hlm. 145-146

⁶Aminuddin, "MEDIA DAKWAH", *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 9 No. 2, (2016), <http://dx.doi.org/10.31332/am.v9i2.786>, hlm. 346-353

dijadikan media online untuk dapat berinteraksi mulai dari Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path dan Wikipedia. Semua aplikasi ini memiliki beberapa fungsi dan berkolaborasi membentuk sebuah aktivitas baru di dalam platform media.

Hasil prosentase pengguna media sosial, Youtube mencapai pada angka 88% pengakses, Whatsapp 84% pengakses, Instagram 79%, dan Facebook 79%. Data tersebut diambil dari salah satu website databoks.com. Dengan melihat hasil pengakses media sosial ini, media sosial memiliki kemungkinan besar untuk efektif dalam melakukan suatu transaksi, kepentingan-kepentingan lain didalamnya.⁷ Menjadi objek untuk dapat menyebarkan dakwah karena masuk pada kategori efektif. Dikatakan demikian, melihat kondisi pengguna dari media sosial ialah suatu jejaring sosial media yang dapat memungkinkan tiap orang atau individu untuk bertukar komunikasi atau berinteraksi sesuai dengan keperluan.

Instagram menjadi salah satu yang memiliki banyak pengguna dari beberapa jenis aplikasi dalam media sosial. Instagram memiliki beragam fitur untuk kemudian dapat dinikmati dengan santai oleh para pengguna. Di dalam Instagram tercipta sebuah ruang untuk berinteraksi yakni pemilik akun dan *followers* atau pengikutnya. Melalui media Instagram akan memiliki banyak kemungkinan untuk menyampaikan pesan-pesan singkat, bahkan saling bertukar pesan. Misal dengan fitur postingan, komentar akan terjadi siklus penyampaian pesan melalui postingan yang dibagi dan *feedback* dari pengikut atau komentar yang di tanggapi dari *followers*. Dengan ini yang disebar semestinya memiliki unsur kredibilitas yang tinggi sehingga dapat menarik *followers* untuk diarahkan kepada kebenaran yang haq atau suatu hal yang bernilai positif. Dengan

⁷ Junawan, Hendra dan Nurudin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp di tengah Pandemi Covid-19 dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol, 4 No. 1, Juni 2020, <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>, hlm. 42-43

keberadaan pemanfaatan internet dan jejaring sosial yang padat maka pengoptimalan serta keefektifan dakwah dapat terpenuhi.⁸

Kemajuan teknologi juga diberi banyak pilihan baru yang kemudian mendorong manusia untuk terus memiliki rasa ingin tahu terhadap sesuatu dengan waktu yang singkat, dan praktis. Kebanyakan manusia mengunggulkan apa yang dikehendaki, informasi apapun yang ingin didapatkan maka seketika itu juga harus diketahui. Dengan ini tugas untuk berdakwah di jagad media sosial juga bertambah yakni perlu memiliki sisi inovatif dan kreatif untuk dapat menarik banyak mad'u yakni para *followers* sehingga tidak membosankan untuk terus di konsumsi dengan tanpa menghilangkan fakta dan data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.⁹

Proses menyebarkan kebaikan dan kebenaran perlu jadi landasan untuk berdakwah. Seperti dalam QS. An-Nur pada ayat ke-11 yang memiliki arti

“Sesungguhnya orang-orang yang membawakan berita kebohongan itu ialah dari kelompok kamu (juga). Janganah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapatkan balasan berupa dosa dari yang telah dilakukannya. Dan barang siapa diantara mereka yang memanggil bagian terbesar (dari dosa yang dilakukannya), dia menerima suatu besarnya azab (pula)”.

Maka kemudian seorang da'i memiliki tugas sekaligus peluang untuk terjun di media sosial untuk menyebarkan dakwah, dengan membawa kemaslahatan untuk para pengguna Instagram. Instagram dengan aplikasi yang memiliki banyak fitur semestinya dimanfaatkan oleh para pengguna, untuk kemudian bisa menyediakan hal-hal positif dan bermanfaat untuk tiap konsumen. Sehingga dapat mengurangi hal-hal buruk yang tersebar di jagad media sosial.

Keberadaan media sosial massif dalam menyampaikan bermacam informasi tidak hanya keperluan komunikasi saja. Dalam hal ini menjadi akibat

⁸ Adi Wibowo. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital”, Jurnal Islam Nusantara. Vol. 03, No. 02, (2019), <https://doi.org/10.33852/jurnal.in.v3i2.141>, hlm. 341

⁹ Lutfi, Ahmad, Bobby, “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @nuonline_id”, Vol 7. No. 1, (2021) <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v7i1.4244>, hlm. 117

munculnya akun-akun yang bukan pribadi yaitu milik komunitas, organisasi hingga lembaga baik swasta maupun milik pemerintahan. Tujuan kemunculan-kemunculan ini tentu untuk memperluas jangkauan informasi. Informasi yang kemudian dapat disebarluaskan dan memiliki nilai positif dan memberi kemaslahatan umat pengguna media sosial.¹⁰



Gambar 1.1

Profil akun @limproduction_

Diakses pada 24 Januari 2023 pukul 13.51

Seperti Akun Instagram milik Lembaga Ittihadul Mubalighin ini yang dikemas dan dituangkan dari hasil aktualisasi sebuah pondok pesantren di Jawa Timur yakni pondok pesantren Lirboyo Kediri. Akun yang memiliki nama @Limproduction_ memiliki postingan yang dibagikan kepada pengunjung berjumlah 530 Postingan di Instagram, dengan *followers* 80,718 dan mengikuti 4 akun lain. Akun ini menggunakan beberapa fitur dari Instagram seperti halnya

¹⁰ Hendra, Kurniawan, "info Grafik Sejarah dalam Media Sosial: Trend Pendidikan Sejarah Publik", *Jurnal Sejarah, Budaya dan Pengajarannya*, Vol. 14, No. 4. (2020), <http://dx.doi.org/10.17977/um020v14i22020p1-13>, hlm. 2

postingan, *snapgram* dan *vidgram*. Dalam *highlight* terdapat beberapa *snapgram* yang disimpan untuk kemudian dapat dibaca kapanpun oleh pengunjung yang mengunjungi akun @Limproduction_.

Penelitian ini mengambil subjek akun instagram @limproduction_ dengan alasan karena melihat jumlah *viewers* dan juga pengikut yang cukup banyak serta antusias. Dikatakan antusias karena dalam beberapa segmen seperti “Ngaji Online”, penonton bisa mencapai ratusan. Adapun ketika di segmen “asah otak” yakni berisi soal yang di bagikan di *snapgram* terkhusus malam jum’at. Soal pilihan ganda mulai dari fiqih, nahwu shorof hingga pertanyaan random banyak yang antusias bertanya dalam edisi Q n A pun banyak pertanyaan-pertanyaan mengenai hukum dalam keseharian.

Akun Instagram ini dicetuskan oleh Lembaga Ittihadul Mubalighin dari pondok pesantren Lirboyo kediri yang di buat sekaligus dijadikan sebagai penyalur dakwah nabi. Keberadaan pondok pesantren salafiyah yang mengkaji kitab kuning dan dijadikan referensi menjadi lebih sederhana dan dituangkan dalam platform media sosial untuk di *share* publik. Kemasan yang menarik seperti halnya postingan segmen tentang “Tutmini” yaitu tutorial islam mini. Segmen Tutmini ini merupakan sebuah sajian berupa video singkat yang berisi tentang tutorial-tutorial singkat seputar fiqih seperti cara berwudhu, cara memandikan mayat, dan lain sebagainya.

Pada akun ini sisi menarik yang lain ialah terdapat postingan-postingan beragam yang dapat diambil *ibrah* maupun ilmu didalamnya. Seperti pada segmen Limstory ialah segmen berisi cerita apapun yang dapat dipetik pelajaran dalam kehidupan. Ada beberapa segmen seperti segmen “asmaul husna” yang mana cuplikannya disajikan dengan versi video sehingga penjelasannya tidak hanya melalui tulisan. Terdapat tulisan yang memaparkan biografi tokoh suri teladan bermacam tokoh yang ada pada segmen “LIMPerson”. Terdapat segmen LIMpedia yang berisi pembahasan hukum mengenai permasalahan yang ada dalam kehidupan sehari-hari mulai dari fiqih ibadah amaliyah dan lainnya. Pada segmen ini juga diisi dengan konten edukasi mengenai hal-hal beragam seperti keutamaan-keutamaan, kesunahan dan lain sebagainya.

Syarat dari mengajak dan mengenalkan Islam dengan baik salah satunya adalah memiliki materi yang dijadikan referensi akurat. Selain itu, sekaligus mengamalkan salah satu ayat dakwah pada QS. Al-Baqarah pada ayat 42 yang memiliki arti “*Dan janganlah kamu menyampuradukkan kebenaran dengan sebuah kebathilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sementara kamu megetahuinya*”.

Melalui dakwah di media sosial seperti akun Instagram @limproduction_ ini yang digali dari seorang peneliti adalah seyogianya keberadaan perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dengan baik melalui konten-konten dakwah yang di isi pada akun-akun Instagram. Sehingga kemadharatan yang tersebar di jagad media serta tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dapat terminimalisir. Melihat pada keefektifan, kecepatan informasi yang tersebar luas dengan waktu yang singkat juga mendukung untuk tujuan dakwah.

Berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual pada akun Instagram @limproduction_)” dengan menganalisis menggunakan Analisis Media Siber pada akun Instagram @limproduction_ yang dijadikan subjek untuk penelitian. Peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk budaya yang terjadi pada akun Instagram @limproduction_ sebagai media untuk berdakwah.

B. Penegasan Istilah

1. Media Dakwah

Media berarti *medius* (bahasa latin) yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Sedangkan media dalam bahasa inggris merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti antara, rata-rata.¹¹ Dalam bahasa arab media sama dengan *washilah* atau dalam bentuk jamak *washil* yang berarti

¹¹ Aan Mohamad Burhanudin, dkk, “Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)”, (Jurnal Dakwah dan Komunikasi: 2019), Vol. 10, No. 2, <http://syekhnujati.ac.id/jurnal/index.php/orasi>, Hlm. 239

alat atau perantara. Sedangkan arti dakwah adalah sebuah kegiatan untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai, lembut (QS. 35: 6) konsisten dan penuh komitmen.

Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah dengan mitra dakwah.¹² Alat yang dimaksud disini adalah sesuatu yang dijadikan perantara, penghubung untuk sampainya pesan dakwah yang dikehendaki oleh pengantar pesan kepada yang menerima pesan dakwah tersebut.

2. Instagram

Instagram ialah sebuah aplikasi dari sosial media yang berbasis android bagi *smartphone* dan Ios untuk iPhone serta masih banyak lagi. Dalam penggunaan aplikasi Instagram ini tiap pengguna dapat men-*sharing* atau membagikan foto hingga berbentuk video apapun. Dalam Instagram juga memiliki kesamaan dengan aplikasi lain yaitu dengan menggunakan pengistilahan *follow* yakni pertemanan yang bertambah di dalam fitur aplikasi ini yakni memiliki istilah *follower*. Terdapat juga kegiatan *like*, komen untuk berinteraksi melalui postingan yang di *share* publik. Ada juga fitur *direct message* biasa di istilahkan dengan DM yang mana dapat digunakan untuk berinteraksi, saling kirim informasi dan pesan apapun.¹³

Instagram yakni aplikasi dalam *smartphone* memiliki kegunaan untuk bermedia sosial dan mempunyai fungsi hampir mirip juga dengan Twitter. Bedanya, terdapat di pengambilan foto, dan tempat untuk bertukar, berbagi dengan pengguna akun lain. Dua mahasiswa dari lulusan Stanford University menciptakan aplikasi ini yaitu bernama Mike Krieger dan Kevin System. Dua mahasiswa ini meluncurkan Instagram mulai pada bulan oktober tepatnya tahun 2010.

¹² Aan Mohamad Burhanudin, dkk, "Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Menganai Kesetaraan Gender)", (Jurnal Dakwah dan Komunikasi: 2019), Vol. 10, No. 2, <http://syekhnujati.ac.id/jurnal/index.php/orasi>, Hlm. 239

¹³ [http://www.nesbamedia.com/pengertian-instagram/Hermawan Riyadi](http://www.nesbamedia.com/pengertian-instagram/Hermawan%20Riyadi), di publikasikan 10 juni 2022

Kehadirannya mendapatkan popularitas tinggi dengan melalui waktu yang cepat. Menurut Kevin hanya melalui kurun waktu tiga tahun instagram ini penggunaannya sudah mencapai pada ratusan juta pengguna. Terlihat pada jumlah pengguna yang mencapai pada angka 100 juta pengguna aplikasi instagram. Diantaranya tercatat terdapat 90 juta yang aktif dalam hitungan bulanan tepatnya per tahun 2013. Dengan ini menandakan dalam kurun waktu 3 tahun pengguna Instagram memiliki ratusan juta pengguna.¹⁴

3. Akun Instagram @limproduction_

Akun Instagram yang di miliki oleh lembaga yang bergerak di bidang keagamaan dan dinaungi oleh Pondok Pesantren Lirboyo ini bergabung dengan Instagram untuk berdakwah melalui postingan pertamanya yang menampilkan kepengurusan PSR atau Panitia Safari Ramadhan. Postingan tersebut di unggah pada 29 April 2020 tepatnya dua tahun yang lalu. Adapun LIM ini berdiri pada tanggal 12 Februari 2003 lewat putusan sebuah sidang BPK-P2L yakni Badan Pembina Pondok Pesantren Lirboyo.

Akun tersebut mempunyai mempunyai aktivitas yang sudah rutin terjadwal. Seperti halnya di malam jumat selalu ada Asah Otak. Asah otak ini adalah sebuah segmen beberapa pertanyaan yang di *share* di *snagram* berupa pertanyaan pilihan ganda, seputar keagamaan, seperti pertanyaan fiqih, nahwu sorof, sejarah seputar islam hingga negara/ nasionalisme.

Segmen lain yang ada di akun @limproduction_ adalah segmen #NGAJI ONLINE yaitu kitab Lubabul Hadist bersama Agus M Hasan Alwafa. Melalui ini, para *followers* bisa mengikuti ngaji dengan menonton di live streaming di waktu yang sudah ditentukan, dan akun @limproduction_ akan membagikan link untuk mendownload kitab secara *online*. Dan bagi yang tidak punya waktu untuk mengikuti segmen #ngaji *online* ini bisa menonton di *vidgram* yang disimpan di postingan.

¹⁴ Rina Damayanti, “*Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*”, Jurnal Widiya Darma (2018). vol 5 No 3, <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf> hlm. 262

Selain itu juga terdapat beberapa jenis *snapgram* yang dibagikan setiap hari berisi kata-kata motivasi petikan kalam pada al-Qur'an. Beberapa penggalan motivasi yang diposting di *snapgram* ini dapat dilihat tanpa terpacu waktu pada fitur *highlight* di akun @limproduction_. Highlight tersebut berjudul kata kita dan kalam hikmah.

4. Etnografi Virtual

Etnografi virtual secara bahasa berasal dari bahasa Yunani yakni gabungan kata *ethnos* yang berarti warga atau suatu masyarakat dan *graphein* yang berarti artefak atau tulisan. Secara sederhana makna dari etnografi adalah artefak (peninggalan budaya) yang berasal dari suatu masyarakat. Kata virtual setelah etnografi maksudnya adalah lapangan atau lokasi (*field*) dari penelitian.¹⁵

Etnografi Virtual adalah sebuah metode atau teknik pengumpulan data yakni sebuah gabungan konsep pengorganisasian antara observasi dan teknik wawancara sehingga mendapatkan dinamika perilaku dalam masyarakat. Kemampuan dari metode etnografi virtual ini adalah untuk dapat melakukan eksplorasi dalam sosial digital. Dalam dunia maya etnografi memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi melalui penggunaan internet yang dinamai dengan etnografi virtual.¹⁶

Etnografi sebagai metode penelitian kualitatif yang baru di dunia internet serta melakukan adaptasi beberapa fitur dalam etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktek-praktek budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer. Proses etnografi tiap penelitian berbeda, tetapi prosedur-prosedur dalam proses etnografi sudah ditetapkan oleh para ahli, sehingga konsensus dalam proses ini sudah jelas dan tertata.

¹⁵ Rulli Nasrullah, "Prinsip-prinsip Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 24-29

¹⁶ Akhmad dan Ida, "Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian", *The Journal Society & Media* 2, 2018, Vol. 2 No.2 <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>, hlm. 131

C. Rumusan Masalah

Pada identifikasi masalah yang sudah dipaparkan di atas maka poin rumusan yang akan dibahas oleh peneliti yaitu bagaimana budaya media dakwah melalui akun media sosial Instagram @limproduction_?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui budaya media dakwah pada akun media sosial Instagram @limproduction_.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Setelah mendapat hasil sebuah penelitian yang dilakukan harapannya bisa menambah serta memperkaya wacana keilmuan terutama dalam bidang dakwah. Dengan perkembangan dakwah mulai dari dakwah tradisional hingga dakwah modern yaitu melalui media.
- 2) Manfaat lain untuk menambah wawasan keilmuan dalam ranah media dakwah berupa media sosial sebagai media yang diminati banyak pengguna. Melalui instagram penelitian ini dapat menghasilkan khazanah keilmuan yang memiliki kaitan dengan dakwah di media sosial berupa instagram terutama untuk memperkaya literasi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Adapun manfaat praktisnya, adanya penelitian ini harapannya bisa membuka wawasan tiap yang membaca, untuk kemudian menjadikan media sosial sebagai sebuah tempat untuk menebarkan kebaikan dan dapat mengaplikasikan berdakwah visual khususnya para pengguna aplikasi instagram. Dengan melalui instagram akan menghasilkan kreativitas dan inovasi untuk terus menebarkan kebaikan melalui pemanfaatan teknologi.
- 2) Manfaat bagi peneliti tersendiri adalah peneliti dapat memahami bagaimana dakwah yang terjadi di media sosial seperti isi materi dakwah yang disampaikan kepada *followers* sebagai mad'u.

E. Telaah Pustaka

Pertama, Skripsi berjudul “*Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*” milik Vista Dini Astika. 2020 IAIN Purwokerto Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif pengguna Instagram dalam menyertakan #meme dakwah dalam postingannya, untuk mengetahui cara memproduksi postingan yang menggunakan #memedakwah. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi virtual, Analisis Media Siber pada level pengalaman media, teori motif papachirissi & rubin dan teori presentasi diri Erving Goffman. Persamaan skripsi milik Vista dengan penelitian kali ini terdapat pada penggunaan pendekatan etnografi virtual dan Analisis Media Siber. Dan perbedaan terdapat di subjek penelitian, teori yang digunakan untuk penelitian serta tujuan yang dikehendaki.

Penelitian ini membahas empat motif pada penggunaan #memedakwah di Instagram, pertama motif *interpersonal utility* yaitu pengguna menyebarkan informasi terkait dakwah islam untuk mengutarakan pendapat dengan menyertakan #memedakwah sebagai ladang dakwah. Motif kedua motif *information seeking* yakni bagaimana meme bisa dijadikan nilai dakwah khususnya anak muda yang sering mencari bahan bacaan melalui meme. Motif ketiga, *convenience utility* dimana pengguna #memedakwah merasa nyaman menggunakan Instagram dengan menyertakan #memedakwah. Motif keempat *entertainment* atau motif hiburan, melalui meme ini jalan hiburan bisa dimasuki nilai dakwah sehingga mendapat keduanya. Terdapat tiga strategi dalam penggunaan meme. Pertama, *ingratiation* yaitu dengan mengatakan sedikit hal negatif tentang diri sendiri untuk menyatakan kesederhanaan, keakraban dan humor. Kedua, *competence*, pengakuan atas keterampilan pengguna dibuktikan dengan banyaknya komentar dan jumlah suka. Ketiga, *exemplification*, pengguna #memedakwah¹⁷

¹⁷Vista Dini Astika, “Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah di Media Sosial Instagram”, Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto,2020), diakses pada tanggal 10 Agustus 2020 pukul 01.27, sumber <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/7608>

Kedua, Skripsi milik Rifan Tri Yulianto berjudul “*Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*”. Pada tahun 2020 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Purwokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode Etnografi Virtual melalui teori interaksi simbolik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui interaksi yang terjadi pada akun @EDHNX dan untuk mengetahui unsur-unsur komunikasi visual yang terdapat pada konten-konten akun @EDHNX. Persamaan pada penelitian kali ini dengan penelitian Rifan terletak pada penggunaan metode Analisis Etnografi Virtual. Perbedaan terletak pada penggunaan subjek dan objek penelitian yang berbeda dan teori yang digunakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada level ruang media akun Instagram @EDHNX berisi konten dakwah, pada dokumen media memiliki konten berbentuk tulisan, gambar, atau video memenuhi unsur-unsur komunikasi visual yaitu: garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, keseimbangan dan memberikan like dan komentar pada postingan akun. Level pengalaman media para pengikut memiliki alasan mengikuti akun tersebut untuk mendapatkan ilmu agama dan saling berinteraksi.¹⁸

Ketiga, “*Analisis Etnografi Virtual Meme islami di Instagram MEMECOMIC.ISLAM*” milik Ryan Alamsyah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018. Skripsi Ryan menggunakan metode penelitian Etnografi Virtual dengan Analisis Media Siber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Realitas Sosial-Siber oleh Gotved. Tujuan penelitian milik ryan adalah untuk menjawab level-level analisis media siber di Instagram *memecommic.islam* dan artefak budaya meme islami yang digunakan di Instagram *memecommic.islam*. Penelitian Ryan dengan penelitian kali ini adalah penggunaan metode dan analisis yang sama. Perbedaan terdapat di objek penelitian yakni akun Instagram yang berbeda.

¹⁸ Rifan Tri Yulianto, “*Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx*”, Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), diakses pada tanggal 17 september 2020 pukul 12.48 sumber <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/8062>

Penelitian ini menghasilkan level-level dalam analisis media siber adalah ruang media yang dalam hal ini media sosial Instagram, level dokumen media yang adalah meme islami, level objek media adalah kolom komentar atau *direct message* dan level pengalaman yang adalah motivasi dan efek yang terjadi di dunia nyata. Level dokumen media, memecomic.islam membuat sebuah artefak budaya seperti kata “akh” yang digunakan untuk panggilan kepada *followers*.¹⁹

Keempat, Jurnal berjudul “*Teknik Asosiasi: Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instagram*” milik Rahma Maemona dan Mutia Rahmi Pratiwi tahun 2020 di Universitas Dian Nuswantoro, Tujuan penelitian ini adalah menganalisis teks pada laman Instagram pendakwah @nunuzo yang mengandung unsur komunikasi persuasif. Adapun metode yang digunakan ini metode etnografi virtual dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui teori komunikasi persuasif. Jurnal ini memiliki persamaan dengan penelitian kali ini yaitu persamaan metode yakni etnografi virtual dengan fokus penelitian sama-sama pada konten dan objek penelitian yang berbeda.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa akun Instagram @nunuzoo menggunakan teknik asosiasi sebagai strategi dakwahnya dengan menghadirkan orang terdekat (orang tua dan orang terdekat) memilih warna yang mencolok untuk cover konten, menggunakan bahasa persuasif tidak hanya di *caption* namun juga di isi video serta menyesuaikan konten dengan hal yang menarik perhatian khalayak (*trend*).²⁰

Kelima, Skripsi berjudul “*DAKWAH MELALUI KOMIK (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah di Akun Instagram @Iqomic)*” milik Laeli Saputri pada tahun 2022 di IAIN Purwokerto. Tujuan penelitian ini adalah untuk menielaskan dakwah melalui komik melalui metode analisis media siber dengan studi etnografi virtual. Metode yang digunakan dalam penelitian milik laeli adalah metode analisis media siber. Persamaan pada penelitian milik laeli

¹⁹Ryan Alamsyah, “Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.islam”, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), diakses pada tanggal 16 juli 2018, Sumber <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41521>,

²⁰ Rahma maemona dan Mutia Rahmi P, “Teknik Asosiasi : Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instagram”, Jurnal Riset Komunikasi (2020), Vol. 3 No.2, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v3i2.169>, hlm 1

dengan penelitian kali ini adalah terletak pada persamaan studi etnografi virtual. Pada subjek yang diteliti juga memiliki persamaan yaitu pemilik akun Instagram dan *followers* akun yang diteliti.

Hasil penelitian ini berisi empat motif, pertama motif *interpersonal utility* yaitu *followers* mengemosi komik dakwah dan menandai akun @iqomic dengan harapan agar bisa di *repost* oleh akun @iqomic. Kedua, motif *information seeking* yaitu *follower* @iqomic membutuhkan bahan bacaan sebagai hiburan dan pembelajaran. Ketiga, motif *convenience utility* yaitu motif kenyamanan dimana *followers* menggunakan instagram sebagai media yang mengunggah karya komik dakwah karena kenyamanan dalam menggunakan efek yang didapatkan. Keempat, motif *entertainment* atau hiburan yang ditambah dengan nilai dakwah dan juga mendapatkan pembelajaran.²¹

Keenam, Skripsi berjudul “*Eksistensi Dakwah Digital di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun @ngajikyaigusbaha)*” milik Fitri Shafa Kamila Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen dan Komunikasi Fakultas Dakwah UIN PROF. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tahun 2022. Skripsi milik Fitri membahas tentang eksistensi dakwah pada akun @ngajikyaigusbaha. Tujuan penelitian milik Fitri adalah untuk mengetahui eksistensi dakwah digital dan alur publikasi yang ada dalam akun Instagram @ngajikyaigusbaha. Penelitian milik Fitri menggunakan metode penelitian berupa kualitatif deskriptif, dan teori *Computer Mediated Communication*. Persamaan penelitian kali ini dengan skripsi milik Fitri terletak pada penggunaan media dakwah berupa Instagram, dan berjenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis yang berbeda.

Hasil penelitian ini yaitu pada level ruang media, dakwah yang dilakukan mengadopsi dari ngaji kyai Gus Baha dan pengikut mencapai 90,6 ribu. Level dokumen media konten ini berisi fenomena realitas masyarakat dalam bentuk video berupa rekaman dan visual menarik dalam sehari mengupload 3-4 konten

²¹ Laeli Saputri, “Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah di Akun Instagram @Iqomic)”, Skripsi (Purwokerto: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam) di publikasikan 26 februari 2022 pukul 03.26 <http://repositoriy.uinsaizu.ac.id/id/eprint/13359>,

tentang pesan aqidah, akhlak dan syariah. Pada level objek media terjadi aktivitas antar pengguna dan admin. Level pengalaman menunjukkan konten yang diunggah hampir semua pengikut mempunyai pengalaman dalam kehidupan nyata. Alur publikasi dimulai dengan konten yang diperoleh lewat grup telegram Muhibbin Gus baha jatim dalam bentuk file audio MP3 dan diedit untuk dengan terjemahan Bahasa Indonesia kemudian di posting lewat akun Instagram.²²

F. Sistematika Penulisan

Pembagian pembahasan di penelitian ini diuraikan beberapa sistematika. Penulis Menyusun mengikuti sistematika tiap bab diantaranya ada lima bab.

Bab I didalamnya terdapat pendahuluan yang mana berisi Latar Belakang permasalahan, Tujuan dan Manfaat dari penelitian, Tinjauan Pustaka, serta Sistematika Pembahasan.

Bab II berisi tentang Kajian Teori yang digunakan dalam melakukan penelitian ini, berupa Kerangka Teori yang di dalamnya terdapat pengertian dakwah, pemaparan media sosial, penjelasan dakwah di media sosial, Analisis Media Siber menggunakan studi Etnografi Virtual pada Instagram @limproduction_ dan isi dakwah.

Bab III didalamnya terdapat Metode Penelitian yang di gunakan. Metode yang digunakan diantaranya terdapat Jenis penelitian, Pendekatan Penelitian, Subjek dan Obyek Penelitian, Pengumpulan Data Yang Digunakan, Serta Analisis Data Pada Penelitian.

Bab IV ini membahas tentang Penyajian Data serta analisis data yang digunakan dalam Instagram akun @limproduction_, hingga konten-konten yang di sebar luaskan melalui Analisis Media Siber

Bab V adalah bagian akhir dalam penelitian, isinya Penutup isinya memaparkan kesimpulan dari penelitian, saran, kata penutup, beberapa lampiran serta daftar Riwayat hidup.

²² Fitri Shafa Kamila, "Eksistensi Dakwah Digital di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun @ngajikyaigusbaha)", Skripsi, (Purwokerto: Komunikasi Penyiaran Islam)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari kata *median* (bahasa latin), *median* ini sebuah bentuk jamak dari *medium* yang secara etimologi memiliki arti alat, perantara. Secara umum dipahami bahwa istilah ‘media’ mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema. Namun, dalam rentang media yang luas mencakup pelbagai jenis hiburan (*entertainment*) dan informasi untuk audiens yang besar-majalah atau industri musik.²³ Kemudian dakwah berarti suatu ajakan kepada arah kebagikan.

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas seperti dakwah *qauliyah bil-lisan* dan dakwah *fi’liyyah bi al-uswah* ditambah dengan media menggunakan surat yang sangat terbatas. Kemudian satu abad setelahnya menggunakan cerita dan karangan tertulis. Sampai saat ini dakwah berkembang dengan surat kabar, majalah, cerpen, cergam, piringan hitam dan lainnya. Kemajuan ini dilatarbelakangi dengan adanya teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang pesat pada zaman kisan abad ke-14 Hijiriah.²⁴

2. Dakwah di Media Sosial

Islam memperkenalkan ajarannya dengan menggunakan berbagai cara, mulai dengan membagikannya melalui sesama kalangan dengan perantara ajakan, rayuan dan lain sebagainya. Dakwah menjadi hal yang paling mendasar untuk dapat dikenal hingga dimengerti oleh umat manusia. Seperti yang diajarkan oleh Rasulullah, dakwah disebarkan melalui

²³ Irzum Fariyah, “*Media Dakwah POP*”, At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, <https://www.academia.edu/download/56502896/432-1803-1-PB>, Vol. 1 No. 2, hlm. 26-27

²⁴ Irzum Fariyah, “*Media Dakwah POP*”, At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, <https://www.academia.edu/download/56502896/432-1803-1-PB>, Vol. 1 No. 2, hlm. 28

berbagai media. Kini yang menjadi media untuk berdakwah sehingga sampai pada umat adalah media sosial.

Akhir-akhir ini marak diperbincangkan bagaimana model dakwah di abad -21 yang ideal. Kemudian dakwah muncul melalui media yang dinamai media sosial yang terkenal dan banyak digunakan di Indonesia seperti *twitter, facebook, youtube* dan *blog*. Media sosial ini muncul serta masuk pada ranah kehidupan manusia dan secara langsung maupun tidak merubah kehidupan manusia. Manusia mulai mendapatkan informasi dan pengetahuan melalui media sosial tersebut. Sehingga pola kebiasaan di masyarakat terbentuk melalui kebiasaan baru yaitu dengan adanya media sosial yang hampir keseluruhan masyarakat menggunakannya.

Media sosial yang merupakan sebuah media *online*, yang mana seorang pengguna dapat berpartisipasi, hingga menciptakan suatu konten untuk dapat mengisi pada *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial, dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang umum digunakan pada masyarakat di seluruh dunia. Media sosial menjadi hasil produk dari majunya arus teknologi informasi dan komunikasi dan menjadi fenomena yang mengglobal dan mengakar di masyarakat.²⁵

Eksistensi media sosial yang mulai mengakar ini tanpa disadari dapat memberi banyak pengaruh. Media dan informasi yang juga dapat membentuk perjalanan generasi muda selanjutnya seyogianya terkontrol yaitu dengan menegakkan konsep *amar ma'ruf nahi munkar*. Salah satu yang paling penting berperan pada proses penyebaran dakwah ialah adanya penguasaan media seorang penyebar dakwah.

Maka setelahnya pengetahuan-pengetahuan yang terbiasa hanya sebatas tersebar melalui lapangan secara langsung, dapat lebih luas lagi melalui pemanfaatan dunia virtual yaitu dengan media sosial. Manfaat juga dapat memberikan keterampilan pada *audiens* yakni akan mempunyai

²⁵ Nur Asiah, "Peranan Media Sosial sebagai Media Dakwah", *Jurnal Komunikasi: Media Komunikasi dan Dakwah* Vol. 09, No. 01, <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/download/2764/1926>, hlm. 2-11

keterampilan *hard skill* maupun *soft skill* yang pada akhirnya mencapai pada derajat manusia yang sempurna (*insan kamil*).²⁶

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein seorang tokoh media sosial arti dari media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun melalui ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan pembuatan serta pertukaran *user-generated content*. Beberapa tokoh lain seperti Cris Garrett mendefinisikan “*media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan orang lain dengan melalui kepentingan yang sama.*”²⁷

Internet muncul sebagai komunikasi yang terjalin secara tidak langsung bersama lawan komunikasi melalui jarak antar dunia. Seiring bertambahnya waktu, masyarakat Indonesia pun menggunakan internet hingga naik secara signifikan. Berdasar pada catatan polling deteksi Jawa Pos di tahun 2000 dari 252 responden di SMA Surabaya mendapatkan jawaban 62,3% pengguna internet memanfaatkan *chatting* aktivitasnya di Internet.

Fenomena interaksi sosial *online* yang semakin bermunculan, dan melahirkan istilah masyarakat informasi. Menurut Daniel Bell (1973) yang terdapat dalam Chandra (2010), bahwa pembagian masyarakat itu ada tiga macam: masyarakat agraris, masyarakat industri, masyarakat post industry. Daniel bell mengistilahkan masyarakat post industri ini sebagai masyarakat informasi. Karakteristiknya ialah sebuah perubahan, produksi dari yang berupa barang hingga ke produksi jasa, proses pengetahuan tersusun oleh teori. Melalui pengetahuan serta inovasi pelayanan sebagai sebuah strategi dan sumber transformasi lingkup masyarakat.

²⁶ Nur Asiah, “Peranan Media Sosial Sebagai Media Dakwah”, *Jurnal Komunikasi: Media Komunikasi dan Dakwah* Vol. 09, No. 01, <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/download/2764/1926>, hlm.16-19

²⁷ Nandi Abdallah Pahlevi, “Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim”, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 3-4

Dengan melalui ICT, khalayak informasi semestinya lebih mampu untuk berinteraksi, dapat menggunakan internet sehingga dapat mendistribusikan, menggunakan hingga memanfaatkan info yang memiliki manfaat seperti dalam bidang ekonomi, bidang seputar politik hingga aktivitas kebudayaan.²⁸ Bahkan beberapa kalangan remaja di Indonesia, media sosial menjadi sebuah ketergantungan, diperkirakan hampir 80% harinya di habiskan untuk di depan layar *hand phone*, diibaratkan dunia maya lebih menarik dibanding dunia nyata.

Andreas Kaplan bersama Michael Haenlein pendapatnya mengenai media sosial dipaparkan, media sosial ialah “*suatu kumpulan aplikasi yang basisnya internet dan terbangun melewati ideologi, teknologi Web 2.0 juga yang punya kemungkinan penciptaan hingga pertukaran seorang pengguna generated content*”.

2. Macam-macam Media sosial

Media sosial mempunyai beberapa jenis menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein terdapat enam sebagai berikut:

a) Sebuah Proyek Kolaborasi *Website*

Pengguna dapat dengan bebas menambah, mengubah hingga menghilangkan beberapa konten yang ada pada *website*, contoh dari *website* adalah Wikipedia.

b) *Blog* dan *Microblog*

Pada jenis media sosial ini, seorang pengguna dapat mengekspresikan hingga menuangkan karya tulisnya dan di unggah di *website*, seperti sebuah *diary*. Contohnya seperti *Blogspot* di internet, *Wixsite*, *Wordpress*.

c) Konten

Setiap pemilik konten dapat membagikan bermacam konten media dalam bermacam format tertentu seperti halnya gambar, rekaman

²⁸ Shiefti Alyusi, *Media Sosial: interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, (Jakarta: Kencana: 2016), hlm. 24

suara, video, atau dapat berupa *e-book* dan lain sebagainya. Contoh: *Soundcloud, patreon, Tumblr, You Tube*.

d) Situs jejaring sosial

Situs jejaring sosial ini memiliki perizinan bagi para pengguna untuk berhubungan satu dengan lainnya dengan melalui pembuatan profil pribadi tersendiri terlebih dahulu. Lalu barulah dapat bertukar informasi dengan melalui fitur *chat*, atau membagikan postingan, melalui fitur *post, comment*. Selain informasi tersebut, beberapa juga bisa melalui teks, foto, atau video. Contohnya: *facebook*.

e) *Virtual Game World*

Ialah sebuah dunia *replica* Tiga Dimensi, dalam menggunakannya ini tiap pengguna membuat suatu karakter dari animasi atau sebuah *avatar* yang menyesuaikan keinginan yang direalisasikan dalam peta dunia yang mana sudah terjadi suatu interaksi satu dengan lainnya seperti dalam dunia nyata namun dengan sentuhan fantasi. Contoh: beberapa *game online* seperti MMORPG, RPG, dan JPRG.

f) *Virtual Sosial World*

Dunia pervirtualan yang mana seorang pengguna merasa seperti ada di dunia nyata walaupun dalam kondisi virtual. Contohnya; *Second life & Tge Sins Play*. Yang memiliki popularitas yang tinggi adalah jejaring sosial. Karena keberadaan jejaring sosial memiliki satu fungsi yakni untuk berbagi, seperti berbagi cerita, foto, video, file dan lainnya. Dan jejaring sosial ini memiliki fungsi yang lebih lengkap daripada media sosial lain.

Beberapa penggunaan media sosial yang sering dimiliki para pengguna diantaranya:

1. Facebook

Facebook menjadi media sosial yang mempunyai banyak pengguna. Di Indonesia tersendiri di tahun 2020 mencapai 130 juta pengguna. Dikatakan mencapai pada separuh populasi dengan jumlah penduduk Indonesia di tahun 2020 yaitu 268.583.016 jiwa. Selain

itu, di seluruh dunia *facebook* juga menjadi situs jejaring sosial paling banyak.

2. Youtube

Media sosial ini menjadi jejaring sosial paling banyak nomor dua di dunia. Ini memiliki perbedaan dengan media sosial *Facebook*. Youtube berisi segala hal yang berkaitan dengan informasi di dunia dengan tema yang beragam. Fungsi dari youtube ini salah satunya untuk hiburan, berbeda dengan *facebook* yang digunakan untuk ajang pertemanan.

3. Instagram

Media sosial yang populer memiliki banyak pengguna yaitu instagram dilihat pada data yang ada di tahun 2020 menyatakan pengguna Instagram mencapai pada 63 juta jiwa. Adapun rata-rata usia penggunanya adalah 18-24 tahun. Instagram ini memiliki ciri khasnya yang ada pada fitur postingan gambar untuk dapat dikomentari maupun disukai.

4. LinkedIn

LinkedIn merupakan jenis jejaring sosial yang menyediakan berbagai informasi tentang lowongan kerja, dan tidak ada sangkut paut politik atau hukum didalamnya.

5. Twitter

Twitter menjadi jenis media sosial yang di Indonesia mempunyai pengguna banyak. Media sosial ini mempunyai ciri khas yang dominan digunakan oleh orang-orang terkenal seperti politisi, para hukum yang digunakan untuk menyampaikan pandangannya.

6. Whatsapp

Aplikasi ini biasa digunakan untuk kebutuhan *chatting* atau sms. Informasi dan pesan biasa dibagikan melalui aplikasi ini.

3. Katakarakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang tidak ada pada media lain. Terdapat batasan dan ciri khusus yang hanya ada pada media sosial. Beberapa karakteristik diantaranya menurut Nasrullah “jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated content*)”.²⁹

1. Jaringan (*network*), kata *network* bisa dipahami dalam istilah bidang teknologi seperti ilmu computer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya.
2. Informasi (*information*) menjadi entitas yang penting pada media sosial. Berbeda dengan media lain, internet mengkreasikan representasi identitasnya, membuat isi bermuatan konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi dibuat dan kemudian dipertukarkan hingga dikonsumsi setiap individu yakni setiap khalayak yang melihatnya.
3. Arsip (*archive*) pada arsip memuat informasi yang sudah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan dengan perangkat apapun. Informasi yang sudah tersimpan ini tidak dapat hilang dalam hitungan hari, minggu, bulan hingga tahun.
4. Interaksi (*interactivity*), Gane dan Beer mengatakan bahwa interaksi merupakan “proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi”.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*), untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lain antar muka di media sosial, pengguna harus melewati dua kondisi. Pertama, harus masuk atau log in yang berisi nama pengguna (*user name*) dan kata sandi (*password*). Kedua, pengguna akan melakukan keterbukaan identitas diri dan

²⁹ Neng Dewi Kurnia, Riche Cyntia johan, dan Gema Rullyana, “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas”, Jurnal Vol. 8 No. 1, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>, hlm. 4-5

mengarahkan setiap individu untuk mengkonstruksikan dirinya pada dunia virtual.

6. Konten oleh pengguna (*user generated content*), konten oleh pengguna atau yang biasa di sebut *user generated content* ini pemilik akun memiliki peran penuh dalam mengisi konten.
7. Karakter media sosial selanjutnya adalah penyebaran (*share/sharing*), pada medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibuat melainkan didistribusikan dan dikembangkan oleh pengguna akun. Penyebaran konten dilakukan melalui konten dan perangkat.³⁰

C. Instagram Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata *insta* yang artinya instan. Seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan foto instan. Instagram juga mempunyai kesamaan yaitu dapat mengambil foto-foto dengan instan, seperti polaroid pada tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata telegram yakni memiliki cara kerja yang mirip dengan telegram yaitu sama-sama dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dengan lainnya. Melalui ini setiap pengguna dapat saling berkirim dan bertukar informasi dengan cepat.³¹

2. Fitur-fitur di Instagram

Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto, mengambil gambar dan menerapkan efek pada gambar mempunyai lima menu yang terdapat dibagian bawah postingan atau gambar yang dibagikan:

1. Home page

³⁰ Neng Dewi Kurnia, Riche Cyntia johan, dan Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas", Jurnal Vol. 8 No. 1, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>, hlm. 4-5

³¹ Neng Dewi Kurnia, Riche Cyntia johan, dan Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas", Jurnal Vol. 8 No. 1, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208> hlm. 6

Home page merupakan halaman yang tersedia dibagian utama dan menampilkan foto. Foto terbaru yang ada dari sesama pengguna Instagram yang diikuti.

2. *Comments*

Media sosial instagram mempunyai fitur komentar pada foto. Foto yang dibagikan di instagram dapat dikomentari.

3. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram.

4. *Profil*

Profil pengguna bisa diketahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik dari profil akun pribadi maupun sesama pengguna dengan yang lainnya. Halaman *profil* dapat diakses melalui *ikon* kartu nama di menu utama bagian kanan.

5. *News feed*

News Feed adalah fitur yang menampilkan notifikasi terhadap beragam aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengguna instagram.

6. *Stories*

Stories merupakan jendela yang menampilkan sebuah foto dan video yang memiliki Batasan waktu untuk ditampilkan. Seorang pengguna dapat membuat *stories* dan akan terlihat dalam waktu satu menit dan bergantian dengan *stories* dari pengguna akun Instagram lain. Jika telah memenuhi waktu 24 jam maka *stories* akan terhapus dengan sendirinya.

7. *Reels*

Reels merupakan fitur terbaru yang mempunyai kemiripan dengan tik tok. Fitur yang dapat memungkinkan pengguna instagram dapat

merekam sekaligus, menyunting video pendek yang memiliki durasi 15 detik.³²

Beberapa fitur instagram yang memungkinkan pengguna untuk dapat berkomunikasi dengan pengguna lain diantaranya:

a. *Dirrect Message*

Fitur ini ada untuk dijadikan komunikasi secara pribadi, hingga berkelompok dengan penggunaan penambahan anggota untuk membuat grup. Komunikasi yang terjadi pada *direct message* bukan hanya berupa teks tapi juga foto dan video. Pengirim juga bisa menggunakan tenggat waktu agar video atau foto dapat hilang dengan waktu tertentu.

b. Berbagi Foto dan Video

Pada mulanya instagram merupakan aplikasi yang berisi konten untuk berbagi foto secara murni. Kemudian di tahun 2013 bulan juni instagram menciptakan video berisi 15 detik untuk dapat dibagikan seperti foto. Dua tahun kemudian dibulan agustus tepatnya video yang terbatas hanya dapat dibagikan 15 detik bisa bertambah dengan durasi 60 detik. Berbagi foto dan video ini pun bisa diberi filter/ efek. Selain itu, seorang yang mengunggah foto atau video dapat menaruh lokasi pada fitur yang disediakan.

c. Instagram Stories

Fitur ini adalah fitur yang memungkinkan seorang pengguna untuk mengambil foto, menambah dengan mengubahnya melalui efek dan lapisan untuk menambahkan feed Instagram.

d. Siaran Langsung/ *live streaming*

Siaran langsung merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna Instagram yang lain. Tidak hanya video secara pribadi tapi

³² Diah Saputri, Toleransi Beragama di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Pro Kontra Netizen Pada Akun Instagram @felixsiau”, *Skripsi* (Purwokerto: UIN SAIZU Purwokerto, 2021), sumber: <https://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/11933>, hlm 32-33

pengguna dapat mengajak pengguna lain untuk ikut bergabung sehingga layar video berisi siaran langsung bisa berisi lebih dari satu pengguna.

e. *Hashtag*

Fitur yang memiliki manfaat untuk subjek pencarian, sehingga untuk mencari pada kolom pencarian lebih mudah. Pada kolom pencarian yang disediakan agar mudah dalam menemukan tersedia nama pengguna, lokasi, *hashtag*. Kebutuhan untuk promosi suatu konten juga bisa menggunakan fitur *hashtag* yaitu dicantumkan pada bagian akhir postingan.

f. IGTV

Instagram memiliki fitur yang dijadikan untuk membagikan video, berbeda dengan video yang terdapat pada fitur postingan, karena pada fitur IGTV memiliki durasi yang panjang. Durasi yang dimiliki IGTV mencapai 10 menit. Dengan menyediakan kolom suka/*like*, dan kolom komentar. Sehingga seorang penonton dapat memberikan masukan dan apresiasi melalui kolom tersebut.

g. Komentar

Fitur komentar berisi teks komen dari pengguna akun lain untuk pemilik yang mengunggah konten yang dibagikan. Melalui fitur komentar ini dapat dijadikan kolom untuk berdiskusi antar sesama yang berkomentar. Pengguna instagram juga dapat menyaring kata dari komentar yang didapatkan. Komentar yang sudah masuk dapat dihapus oleh pengguna hingga pemilik konten dapat menutup kolom komentar untuk menutup kolom.

h. *Editing*

Tersedia fitur *editing* untuk foto hasil bidik secara langsung ataupun hasil koleksi yang ada di galeri. Sehingga foto yang tadinya sederhana dapat dipercantik supaya lebih indah dan menarik.

i. Explore

Pada fitur *explore*, Instagram memberikan layanan pencarian untuk menjelajahi. Misalnya untuk pencarian tempat yang sedang *trend*, *tag* tempat terdekat, konten yang dikurasi.³³

3. Media Dakwah

Pengertian dari “media” secara *etimologi* (bahasa) asal katanya *medius* (latin) yang artinya lantaran yakni perantara, atau suatu pengantar. Adapun artinya dalam Bahasa arab diistilahkan sebuah “*wasilah*” artinya adalah alat atau suatu perantara. Yang dimisalkan dari alat dakwah disini adalah alat seperti penghasil suara yakni radio, penghasil audia dan gambar yaitu televisi, dan lain-lain. Jadi istilah dari media dakwah atau alat, berarti alat komunikasi, tetapi ada yang mengartikan alat disini ialah sebuah tempat, mesin, tempat duduk, suatu infrastruktur, alat-alat tulis, dan lain sebagainya.³⁴

Media dalam dakwah menjadi salah satu dari beberapa unsur yang ada dalam kegiatan berdakwah. Adapun ketika dalam berdakwah tidak ada metode, ini tidak menjadi masalah seperti halnya seorang kyai guru mengaji di rumah yang mempraktekkan ibadah secara langsung kepada para santrinya, tanpa adanya media. Berkenaan dengan media tersendiri adalah sebuah sarana, saluran atau perantara yang digunakan untuk berdakwah.

Keberadaan teknologi komunikasi dan informasi yang berusaha diterapkan dalam kehidupan manusia dan muncul interaksi di ruang abstrak atau dunia maya. Keberadaan interaksi antar individu dan kelompok ini melahirkan kebiasaan membudaya, yakni kebiasaan berdiskusi, berkomunikasi, serta mengakses informasi hingga hiburan dinamai dengan kebudayaan baru. Kebudayaan yang muncul di dunia maya ini dinamai dengan *cyberculture*.

³³ Kartini, Juwita Syahrina, Nisya Siregar, dan Nurhasanah Harahap, “Penelitian Tentang Instagram”, *Jurnal Maktabatun*,

³⁴ Moh. Ali Aziz, “Ilmu Dakwah”, (Jakarta: PRENADAMEDIA GRUP: 2004), hlm. 403-405

Adapun ruang abstrak yang dimiliki ini tentu tercipta interaksi yang bersifat simbolik. Dalam interaksinya terdapat ruang sosial fisik. Sosial fisik ini kemudian diistilahkan dengan kontak fisik, yang mana dalam *cyberspace* yang utuh bersifat simbolik dan hanya di representasikan di dunia visual, teks, audio-visual dan lain-lainnya. Dengan ini dakwah layaknya dapat memberikan solusi yang bijak untuk berjalan di tempat yang lebih relevan.³⁵

Instagram ialah sebuah aplikasi yang didalamnya terdapat aktivitas berbagi atau mengirim foto dan video. Instagram ini di tahun 2010 sudah berdiri, didirikan oleh Kevin Sydom dan Mike Krieger. Memaknai Instagram sendiri berasal dari “*insta*” yang artinya instan seperti foto polaroid yang instan, “*gram*” memiliki arti yang asal katanya “*telegram*” yang fungsinya antara lain untuk mengirimkan sebuah pertukaran berita, atau informasi tertentu kepada orang lain dengan waktu yang singkat. Tujuan utama adanya Instagram adalah membagikan kegiatan dan terdapat aktivitas “*follow*” untuk saling mengikuti, dan aktivitas “*like*” untuk saling menyukai postingan yang di unggah.³⁶

D. Etnografi Virtual

1. Pengertian Etnografi Virtual

Secara Bahasa etnografi berasal dari Bahasa Yunani gabungan dari kata *ethnos* yang berarti warga suatu bangsa atau masyarakat dan kata *graphein* yang berarti tulisan atau artefak. Dalam KBBI etnografi bisa diartikan sebagai (1) deskripsi tentang kebudayaan suku-suku bangsa yang hidup (2) ilmu tentang pelukisan kebudayaa suku-suku bangsa yang hidup tersebar di muka bumi. Secara sederhana etnografi adalah artefak (peninggalan budaya) yang berasal dari suatu masyarakat.

³⁵ Asep Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatma Media:2012), hlm. 60-61

³⁶ Adelia Septiani, Aulia Fitria, Lilliannisa Damayati, M. Nurin Fajrudin, *Media Sosial, Identitas, Transformasi dan Tantangannya*,

Makna etnografi menurut M. Harris (1968) sebagaimana dikutip Creswell (2007:68), etnografi merupakan sebuah desain penelitian dengan jenis penelitian kualitatif dimana seorang peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasi beberapa pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan maupun bahasa.

Etnografi tidak sekedar cara untuk melihat (*a way of seeing*) realitas budaya sebuah kelompok (Wolcott, 2008:71) atau pekerjaan untuk mendeskripsikan budaya (*the work of describing a cultures*) semata (Spradley, 1979). Metode ini juga menjelaskan bagaimana masa lalu dan masa depan kelompok masyarakat itu. Menyadarkan kelompok atau masyarakat melalui pendekatan tentang dominasi serta hegemoni kekuasaan, praktik-praktik ketidaksetaraan seperti agama, ras maupun gender. Etnografi bukan sekedar mengeksplorasi catatan-catatan tentang artefak kebudayaan semata, melainkan juga meneliti lebih mendalam bagaimana artefak itu bisa ada dan berlaku di sebuah kelompok.³⁷

Etnografi Virtual adalah sebuah metode analisis atau suatu pendekatan yang mana penggunaannya diterapkan untuk dapat mengambil poin penting seperti konten yang dijadikan kebutuhan dalam penelitian. Melalui sudut pandang *audiens* dan pengamat, alih-alih dari sudut pandang pembuat pesan/ konten yang dibagikan. Metode ini biasa digunakan untuk investigasi pada penggunaan internet yang memiliki makna bagi kehidupan sosial masyarakat. Etnografi virtual ini memungkinkan untuk dapat mengetahui dan melihat interaksi yang terjadi pada ranah virtual hingga fisik.³⁸

Melalui studi etnografi virtual wawancara, *survey* dapat digantikan oleh koleksi/arsip yang didapat melalui informasi dalam lingkungan online seperti situs jejaring sosial. Dengan ini etnografi virtual memberikan

³⁷ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet", (Bandung :2018), Simbiosis Rekamata Media, hlm. 9

³⁸ Nunung Prajarto, "Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah", 2018 vol. 15 No. 1 <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1367>, hlm. 37

pilihan untuk peneliti dalam memilih objek virtual yang dijadikan kajian penelitian. Penelitian etnografi virtual ini tidak menyangkut materi-materi yang ada pada *timeline* di *twitter*, isi teks dalam berita atau penggambaran status orang di media sosial. Seperti halnya video, audio gambar meme sekalipun jika disajikan di ranah virtual maka dapat dijadikan penelitian budaya di jagad media sosial.³⁹

2. Prinsip-prinsip Etnografi Virtual

Keberadaan kehidupan secara *online/* realitas di dunia internet memiliki perbedaan dengan realitas *offline*. Budaya yang termediasi oleh internet membentuk realitas yang berbeda dari realitas sosial dalam dunia nyata. Manusia dan teknologi membentuk artefak budaya baru yang mana prosesnya terjadi dengan termediasi di internet. Kemunculan teknologi tidak hanya mendeterminasi pada setiap individu tetapi juga memberikan kontribusi dan menjadi salah satu alasan terbentuknya realitas sosial siber.

1). Keberadaan Peneliti di Lapangan Virtual

Seorang peneliti memahami persoalan di lokasi yang diteliti. Di internet terdapat interaksi yang terus menerus berlangsung dan terdapat prinsip teknologi yang terus menerus hidup. “internet mesti melihatnya dengan konteks yang luas, karena keberadaannya tidak hanya sebagai medium berkomunikasi antara penggunanya. Namum juga menjadi tempat suatu komunitas yang saling berinteraksi, bahkan sebagai wujud dari komunitas yang menjadi arsip virtual”.

2). Medium Interaksi Secara Virtual

Peneliti etnografi harus mengetahui sekaligus mampu mempraktikkan bagaimana komunikasi yang terjadi di internet. Lapangan dalam internet menawarkan pendekatan yang berbeda terhadap definisi interaksi antara entitas secara virtual. Praktik komunikasi yang ada secara tatap muka ini menjadi berbeda, baik

³⁹Rahmaniar, Puji Prihadini, Renata Anisa, “Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom”, *Jurnal Undiksha*, vol. 20 No. 2 <https://doi.org/10.23887/mkfis.v20i2.33777>, hlm. 83-84

secara teori dan praktik di dunia nyata. Melalui penggunaan perangkat pada android dapat mempengaruhi bagaimana komunikasi yang terjadi dengan informan.

Internet memberikan beragam kesimpulan dalam menjalani proses keterlibatan entitas (pengguna dan perangkat teknologi) yang berkontribusi di dalamnya. Dengan ini etnografer mesti memahami konteks pada situasi dan prosedur dari teknologi. Untuk melihat kondisi antara pengguna dan teknologi ini saling memiliki pengaruh atau tidak, etnografer harus melihat kondisi dan perlu adanya improvisasi untuk mengetahui interaksi dalam dunia virtual.

3). Medium Komunikasi yang Berkembang

Seorang peneliti etnografi harus memiliki gagasan tentang internet secara umum sebagai sebuah cara dan juga medium untuk berkomunikasi. Etnografer bukan memposisikan internet sebagai lapangan yang berbeda-beda dalam berinteraksi. Tetapi etnografer lebih memfokuskan untuk berfikir tentang bagaimana proses interaksi antarentitas yang dimediasi melalui internet.

4). Memahami lokasi dan konektivitas antarpengguna

Prinsip tentang medium internet sebagai lokasi yang disyaratkan dalam penelitian etnografi menjadi berkembang dari sekedar lokasi. Internet dan entitas memberikan pergeseran pemahaman tentang 'lokasi' penelitian. Internet merupakan tempat yang interaktif dan selalu bergerak. Sehingga lebih tepat dalam pendekatan etnografi untuk melihat bagaimana tempat virtual di internet itu dibuat dan dibuat kembali. Gagasan tentang 'lokasi' tersebut menimbulkan pertanyaan yang serius sebab dalam etnografi kultur serta komunitas bisa diidentifikasi dalam lokasi yang nyata. Penelitian dengan etnografi virtual harus melepaskan dari pemahaman umum terhadap lokasi dan batas-batas fisik atau geografis, memfokuskan diri terhadap konektivitas sesama pengguna dan juga arus di internet.

5). Memberikan Batasan

Pada dasarnya prinsip etnografer tetap memerlukan lapangan penelitian karena disana artefak budaya muncul. Namun, proses interaksi di antara entitas secara langsung maupun tidak akan menempatkan lokasi sebagai bagian dari terbentuknya artefak. Karena itu, bukan berarti etnografi tidak memerlukan batasan, tetapi batasan yang dimaksud disini bukan sekedar apa yang dipahami sebagai lokasi dan wilayah.

Seorang peneliti etnografi memiliki tantangan tersendiri diantaranya memberikan batasan tentang koneksi yang dibuat antar entitas serta bagaimana koneksi itu dibedakan diantara yang virtual dan nyata. Etnografer juga harus memutuskan kapan ia harus menghentikan panggilan data dari interaksi yang tengah ditelitinya. Batasan ini menjadi penting karena prinsip internet yang selalu berkembang dan dapat menyebabkan etnografer terjebak dalam ruang-waktu yang tidak berkesudahan.

6). Situasi sementara

Etnografi virtual berkaitan dengan dislokasi, baik ruang maupun waktu. Pergeseran dari lokasi yang nyata menjadi lokasi yang temporal dan secara fakta menjadi virtual, etnografer harus memahami bahwa melakukan etnografi virtual adalah mengupas situasi sementara hasil dari berbaurnya peneliti dengan subjek yang diteliti. Metode ini bersifat menghasilkan simpulan sementara. Hubungan antara etnografer dengan subjek yang diteliti dan konteksnya pula sementara sebab penggunaan media yang berbeda bisa menghasilkan simpulan yang berbeda.

7). Menangkap (artefak) budaya yang Parsial

Melakukan etnografi virtual dengan medium internet pada prinsipnya adalah menggambarkan budaya dan artefak secara parsial atau tidak utuh. Sangat tidak mungkin bagi etnografer untuk menghasilkan simpulan penelitian dengan etnografi virtual untuk

memetakan secara utuh tentang sebuah budaya. Apalagi di internet sangat tidak mungkin peneliti mendeskripsikan tentang informan penelitian, lokasi, juga budaya yang muncul.

8). Keterlibatan Penuh dalam Interaksi Termediasi

Dalam etnografi klasik peneliti atau etnografer bisa sekedar sebagai pihak luar yang mengamati dan tidak perlu terlihat atau menjadi bagian dari budaya. Namun, tidak dalam etnografi virtual. Prinsip penting karena syarat dalam etnografi virtual adalah seorang peneliti harus punya keterlibatan penuh dalam interaksi termediasi. Pada konteks ini peneliti harus pula memahami perangkat teknologi yang digunakan oleh entitas dalam berinteraksi di komunitas.

Misalnya kehidupan pengguna di internet tidak terjadi dalam 24 jam yang sesungguhnya, *netter* atau pengguna internet tidak dapat dipastikan kapan mereka ada di internet. Oleh karena itu, etnografer virtual pada kondisi tertentu bisa menjadi informan itu sendiri. Artinya pengalaman etnografer itu sendiri dan penggunaan perangkat atau media dalam berinteraksi menjadi sumber. Etnografer bisa merefleksikan dimensi-dimensi pengalamannya untuk memetakan artefak budaya yang ada di sebuah komunitas. Interaksi yang terbentuk dengan informan penelitian melalui perangkat teknologi sebagai bagian dari pelaksanaan penelitian etnografi.

9). Komunikasi virtual dan kehadiran entitas

Etnografer maupun informan (penelitian) harus dirasakan kehadiran antarkeduanya (subjek penelitian). Bukan dalam konsepsi fisik, melainkan penggunaan teknologi bisa memediasi proses penelitian dalam etnografi virtual. Teknologi internet memungkinkan informan untuk tidak hadir dalam penelitian. Sebaliknya, etnografer juga bisa tidak hadir di 'lokasi' penelitian. Ketidakhadiran informan dan etnografer menjadi salah satu prinsip dalam melakukan etnografi virtual. Hubungan yang terjadi dalam proses penelitian bisa terjadi secara temporal dan special melalui perantara teknologi.

10). Prinsip Virtualitas

Prinsip virtualitas terdapat tiga tahap di awal yaitu (1) *identity fluidity* yaitu sebuah proses pembentukan identitas secara *online* atau virtual dan identitas yang terbentuk tidak mesti sama dalam artian identitasnya mendekati di dunia nyata (*offline identities*). (2) *renovated hierarchies*) dibentuk kembali menjadi bentuk *online* dengan konteks yang berbeda. (3) *informational space* yaitu informasi yang di dalamnya menggambarkan realitas sesungguhnya dan hanya berlaku di dunia virtual.⁴⁰

E. Analisis Media Siber

Kata siber asalnya (*cyber*) yang banyak digunakan untuk menjelaskan realitas dalam media baru. Media baru awal mulanya dikenal dalam novel science-fiction, true name oleh Venor, seorang novelis yang juga ahli pada bidang matematika. Istilah “*the other plane*” digunakan oleh Venor untuk menggambarkan jaringan. Kemudian konsep ruang tersebut dipopulerkan melalui novel milik William Gibson tentang memperhatikan sebuah fenomena keyakinan yang muncul pada anak-anak yang bermain *video games*. Anak-anak pemain game tersebut meyakini bahwa apa yang ada pada dunia permainan itu adalah sebuah benda nyata mulai dari bangunan, interaksi, ruangan meski kenyataan ini tidak dapat dijangkau oleh manusia.

Kemudian muncul dengan pengertian “*cyberspace*” yang menurut Gibson adalah sekumpulan data yang dapat diakses melalui perangkat komputer. Ruang siber ini digambarkan seperti halnya seorang anak yang memainkan *game* balap mobil dan secara tidak sadar menggerakkan badannya ke kanan dan ke kiri karena bersifat halusinasi tetapi seolah nyata dalam benak dan hidup.⁴¹ Kristen Foot dalam buku Rulli Nasrullah menegaskan diperlukan sebuah pendekatan baru dalam melihat realitas di media siber terutama untuk

⁴⁰Rulli Nasrullah, “Prinsip-prinsip Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet”, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 24-29

⁴¹ Ruli Nasrullah, “Teori dan Riset Media Siber (*cyber media*)” (Jakarta: Kencana: 2014), hlm. 17-18

mengupas budaya siber itu diproduksi, makna yang muncul, relasi, pola hingga bagaimana hal itu berfungsi di ruang siber.⁴² Kemudian munculnya istilah media siber ini menciptakan analisis media siber (AMS). Analisis media Siber adalah sebuah unit analisis yang digunakan untuk menganalisis budaya di dalam internet dengan melalui dua level yaitu level makro dan level mikro. Setiap level analisis ini menggambarkan suatu kelompok atau suatu komunitas yang ada dalam internet. Metode ini juga memberikat kolaborasi antara dunia offline dan online.⁴³

Proses menganalisis media dalam internet melalui AMS (analisis media siber) menggunakan dua unit analisis. Pada level mikro seorang peneliti menguraikan mengenai bagaimana perangkat internet yang berupa tautan atau hal-hal yang tampak. Sementara level makro seorang peneliti dapat melihat konteks yang ada dan itu dapat muncul dan alasan yang mendorong teks tersebut muncul. Melalui dua makro-mikro ini kemudian memunculkan 4 bagian diantaranya: ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).⁴⁴

Pada analisis media siber diperlukan untuk menangkap budaya siber, beberapa peneliti internet memberikan perhatian pada bidang masing-masing. John December yang menempatkan ruang siber (*web sphere*) sebagai unit analisis, David Bell dengan pendekatan dalam melihat realitas penggunaan internet berdasar kategori, dan Christine Hine untuk melihat pengalaman di online dan memberikan koneksi di dunia *offline*. Kemudian Rulli Nasrullah pada bukunya menawarkan sebuah metode untuk menguraikan budaya dan artefak budaya di internet. Analisis media siber yaitu sebuah perpaduan dan memandu

⁴²*Ibid*, hlm. 203

⁴³ Ibrahim Adnan dan Dudi Iskandar, "Analisis Media Siber Pola Komunikasi dan Budaya Komunikasi pada Komunitas The Podcasters di Media Sosial Discord", *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, (2021) Vol. 7 no. 2, hlm. 682

⁴⁴ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi di Internet", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2018). hlm. 44

proses menganalisis etnografi virtual. Setiap levelnya memberikan gambaran pada komunitas virtual.⁴⁵

1) Level Ruang Media

Pada level ruang media mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium yang ada di internet. Medium yang dimaksud adalah lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas untuk berinteraksi. Misalnya ketika mengambil media sosial yang dijadikan penelitian maka prosedur membuat akun media sosial tersebut, memublikasikan konten, maupun aspek grafis dari tampilan media menjadi salah satu deskripsi yang perlu dipaparkan dalam laporan penelitian.⁴⁶ Menganalisis menggunakan Analisis Media Siber pada poin pertama di level ruang media yang dikembangkan oleh Rulli Nasrullah, mengungkapkan bagaimana struktur di medium internet, mulai dari pembuatan akun, memublikasikan konten, aspek grafis hingga tampilan dari media.⁴⁷

2) Level Dokumen Media

Level dokumen media ini digunakan untuk mengungkap bagaimana isi suatu teks yang diproduksi oleh suatu media dan makna yang terkandung pada teks tersebut. Teks yang dibangun oleh pengguna (*encoding*) menjadi sorotan penting dalam level ini untuk diterjemahkan (*decoding*). Level ini juga mengeksplorasi yang menjadi artefak budaya dalam suatu media. Pada dokumen media, melihat teks yang diproduksi dan dipublikasikan baik berupa kalimat, foto, kalimat, audio, audio visual dan perwakilan visual lainnya.⁴⁸ Artefak budaya yang dimaksudkan ini seperti halnya penggunaan tagar atau hastag apa saja yang digunakan.⁴⁹

⁴⁵ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet" hlm. 43

⁴⁶ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet" hlm. 45

⁴⁷ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual; Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022) hlm. 45

⁴⁸ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual; Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022) hlm. 45

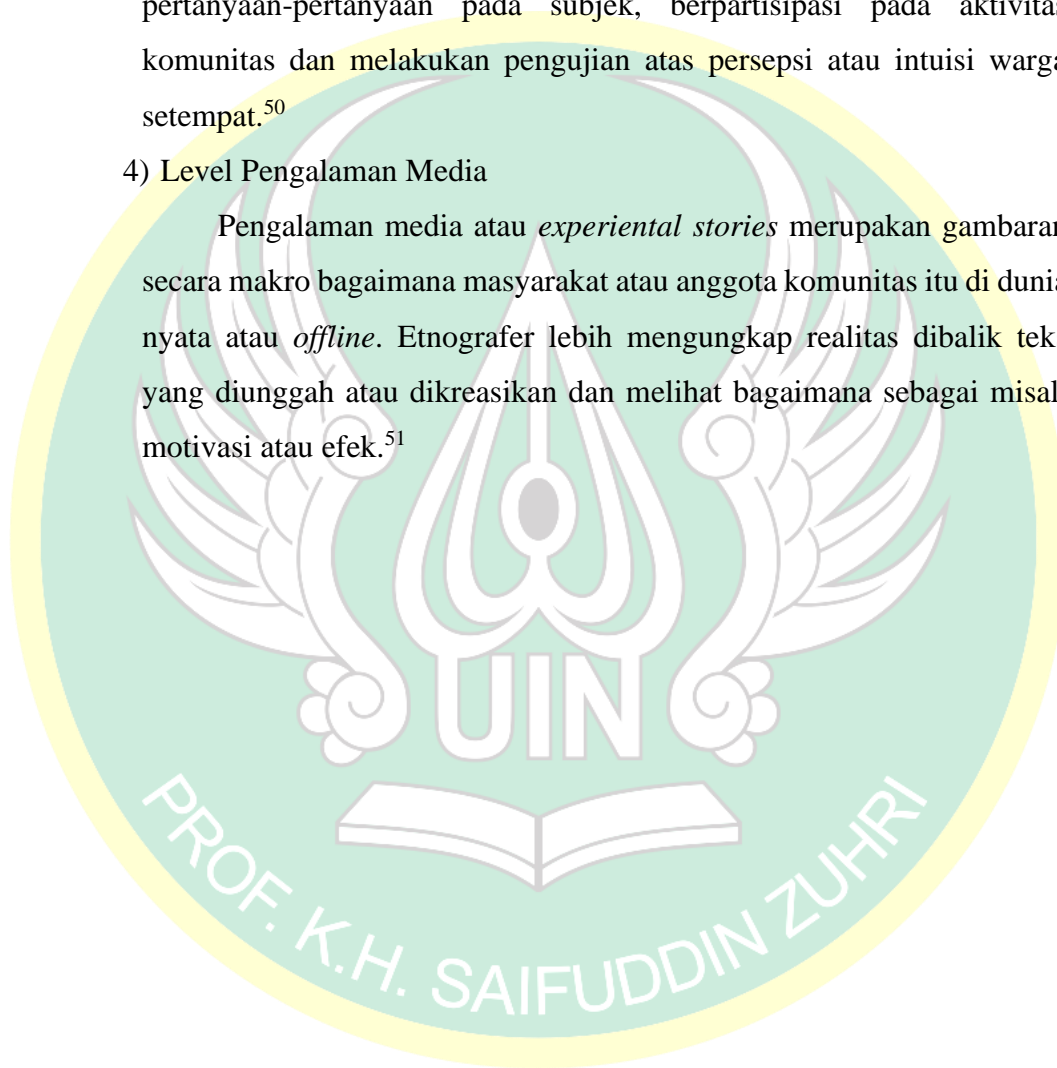
⁴⁹ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet*. hlm. 51

3) Level Objek Media

Level objek media lebih memfokuskan pada aktivitas dan interaksi pengguna atau antar pengguna. Seorang peneliti dapat melihat praktek etnografi komunikasi di lapangan, dengan melalui observasi, melakukan pertanyaan-pertanyaan pada subjek, berpartisipasi pada aktivitas komunitas dan melakukan pengujian atas persepsi atau intuisi warga setempat.⁵⁰

4) Level Pengalaman Media

Pengalaman media atau *experiential stories* merupakan gambaran secara makro bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia nyata atau *offline*. Etnografer lebih mengungkap realitas dibalik teks yang diunggah atau dikreasikan dan melihat bagaimana sebagai misal, motivasi atau efek.⁵¹



⁵⁰ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet hlm. 54

⁵¹ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet hlm. 55

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian di akun Instagram ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti mendefinisikan fenomena yang terjadi dalam sebuah objek yang diteliti. Melalui metode (pendekatan) etnografi virtual dengan analisis media siber. Hal-hal secara rinci dan mendalam yang menjadi pembahasan didalamnya terhadap yang peneliti tangkap dan teliti.

Fenomena yang ditemukan kemudian dianalisis oleh peneliti sehingga mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Apa yang ditemukan peneliti pada isi yang ada di dalam objek baik berupa lambang, simbol, gambar, pesan, budaya tertentu kemudian di interpretasikan menggunakan bahasa yang dapat memaparkan secara jelas.⁵²

Akun Instagram @limproduction_ menjadi objek yang diteliti oleh peneliti. Adapun akun ini memiliki cukup banyak postingan dan beberapa ciri khas yang menarik pengunjung. Selain itu akun Instagram ini juga cukup aktif di sosial media baik untuk menyapa para *followers* atau membagikan hal-hal baru yang banyak dan bermacam-macam.

B. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ialah sesuatu yang diteliti baik itu orang, sebuah benda, atau organisasi. Subjek merupakan pemberi informasi/ informan dan sumber dari riset. Subjek dalam Penelitian ini ialah produser konten, *followers*, dan konten akun Instagram @limproduction_.⁵³

⁵² Gusti Yaseer Arafat, "Membongkar isi Pesan Dan Media dengan Content Analysis", Jurnal Al-Hadharah, 2018, Vol. 17 No. 33. <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>, hlm. 33-34

⁵³ Mukhtazar, "Prosedur Penelitian Pendidikan", (Absolute Media: Yogyakarta: 2020), hlm. 45

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah topik permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Objek ini menjadi titik perhatian dalam penelitian yang dilakukan. Adapun pada penelitian kali ini objek yang diambil yaitu budaya media dakwah akun Instagram @limproduction_.⁵⁴

C. Sumber Data

a) Sumber data primer

Yang menjadi Sumber untuk data yang diperlukan ini didapatkan secara langsung melalui hasil jawaban dari subjek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diambil pada akun Instagram @limproduction_.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder ini diperoleh melalui sebuah arsip, tulisan, buku, jurnal, penelitian terdahulu dan beberapa sumber yang relevan.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses pengamatan secara sistematis mulai dengan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus mulai dari lokasi, tempat untuk kemudian dapat menghasilkan fakta yang dibutuhkan.⁵⁵

Dalam mengumpulkan data melalui observasi dilakukan dengan cara pengamatan dengan mencatat keadaan pada objek yang diteliti. Pada tahap ini peneliti mengamati akun Instagram @limproduction_.

2. Wawancara Virtual

Wawancara merupakan sebuah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua orang yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan yang diwawancarai/ ditanya oleh pewawancara. Penelitian pada akun instagram ini wawancara yang

⁵⁴ Mukhtazar, "Prosedur Penelitian Pendidikan", (Absolute Media: Yogyakarta: 2020), Hlm. 45

⁵⁵ Hasyim Hasanah, "Teknik-teknik Observasi", *Jurnal Attaqaddum*, Vol. 8 No. 1, <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163> hlm.26

digunakan melalui *online*, dengan melalui *Dirrect Message* (DM) media sosial Instagram, *chatting* whatsapp atau media lain.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan kumpulan data yang berbentuk nyata dan didapatkan berdasar pada sistem pengelolaan data yakni proses dokumentasi. Dokumentasi sendiri diartikan dengan proses yang dilakukan secara sistematis mulai dari pengumpulan hingga pengelolaan data yang kemudian menghasilkan kumpulan berbentuk dokumen.⁵⁶

Teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan tentang data pribadi dari responden. Adapun yang diambil dari dokumentasi ini adalah berbentuk gambar, tulisan, karya seni, dan karya monumental seseorang. Melalui akun Instagram, peneliti dapat mendapatkan gambar, tulisan dan apapun yang menjadi postingan di akun Instagram @limproduction_.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah sebuah usaha untuk mencari hingga menata membentuk sistematika beberapa catatan dari hasil setelah melakukan observasi, wawancara, dan lain sebagainya. Melalui analisis ini memenuhi tujuan untuk menambah tingkatan sebuah pemahaman dari seorang peneliti mengenai kasus masalah yang diteliti hingga menyajikannya menjadi sebuah temuan baru bagi penelilitain. Dan sebagai tujuan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilakukan.⁵⁷

Metode yang diaplikasikan pada tahap teknik analisis data ini yaitu Metode Analisis Media Siber (AMS) Sebagai panduan analisis etnografi virtual hingga menyelesaikan penelitian. Analisis media siber ini dilakukan untuk dapat menemukan budaya yang ada di internet, dengan dari level mikro hingga makro. Melalui unit makro dan mikro ini kemudian membentuk

⁵⁶ Ekkal Prasetyo “Sistem Informasi Dokumentasi dan Kearsipan Berbasis Client-Server Pada Bank Sumsel Babel Cabang Sekayu”, *Jurnal Tips*, Vol. 7, No. 2, <https://www.jurnal.polsky.ac.id/index.php/tips/issue/view/15> hlm. 3

⁵⁷ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 17 No. 33, (2018) <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>, hlm. 84

sebuah teks dan konteks. Di level makro peneliti akan menjelaskan dan peneliti mengetahui konteks yang ada. Pada level mikro peneliti memaparkan bagaimana perangkat internet, beberapa hal yang disediakan internet dari yang paling dasar atau tampak di permukaan.

Tabel 1.1 Level Analisis Media Siber

Level	Objek
Ruang Media (<i>Media Space</i>)	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis.
Dokumen Media (<i>Media Archive</i>)	Isi, aspek pemaknaan teks atau grafis sebagai artefak budaya.
Objek Media (<i>Media Object</i>)	Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas.
Pengalaman (<i>Experiential Stories</i>)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang berhubungan secara offline maupun online termasuk mitos.

Langkah kerja Teknik Analisis Media Siber:

1. Level Ruang Media

Pada teknik Analisis media siber level ruang media berbicara mengenai aktivitas berinteraksi di dunia internet. Lokasi adanya komunitas saling berkomunikasi disana. Misalnya, fokus untuk menjawab dalam ruang media adalah bagaimana prosedur dalam pembuatan akun, publikasian konten hingga aspek grafis, bagaimana cara mempublish tulisan, mengatur siapa saja yang dapat melihat pada tampilan media menjadi salah satu penjelasan yang ada dalam level ruang media ini.⁵⁸

⁵⁸ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 45-51

2. Level Dokumen Media

Pada Level Dokumen media lebih memfokuskan untuk melihat bagaimana isi dari suatu teks dan makna dari teks tersebut hingga kemudian dapat tersebar di internet. Peneliti etnografi dalam dokumen media melakukan eksplorasi mendalam terkait alat-alat atau benda-benda budaya yang digunakan pada internet atau budaya virtual yang ada. Teks yang diproduksi juga tidak hanya mewakili pendapat melainkan menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, dan merepresentasikan identitas dari khalayak.

3. Level Objek Media

Level Objek Media seorang peneliti etnografi dapat melihat bagaimana interaksi yang terjadi antar pengguna dengan lingkup makro maupun mikro. Penelitian ini melihat mulai dari teks dan konteks yang ada pada sekitar teks tersebut. antara level dokumen media dan level objek media sama-sama memfokuskan pada teks, bedanya pada level objek media lebih pada komentar atau bagaimana teks itu ditanggapi atau berinteraksi dengan pengguna siber lainnya.

4. Level Pengalaman

Level pengalaman menggambarkan dan menjawab lingkup makro bagaimana komunitas yang ada di dunia virtual dengan di dunia secara nyata. Realitas dibalik dunia *online* diungkap oleh etnografer. Menjawab bagaimana motivasi atau efek yang ada. Peneliti dapat menggabungkan antara dunia *online* dan dunia nyata atau *offline*.⁵⁹

⁵⁹ Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 45-55

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Pondok Pesantren Lirboyo

Pondok Pesantren Lirboyo pertama kali didirikan oleh K.H. Abdul Karim yang pada mulanya bertempat tinggal di Desa Lirboyo (sekarang Kelurahan Lirboyo) pada tahun 1910 M. Sekarang berada dibawah pimpinan salah satu cucunya yaitu K.H. M. Anwar Manshur. Sebelum K.H Abdul Karim menetap di Desa Lirboyo, sudah mengajar di Pondok Pesantren Tebuireng yang diasuh oleh K.H. Hasyim Asy'ari yang juga menjadi teman sebaya ketika berguru di Syaikhona Kholil Bangkalan, kemudian K.H. Abdul Karim menikah dengan Nyai Khodijah binti K.H Sholeh dari Banjarmlati, Kediri. Sejak K.H Abdul Karim dan Nyai Khodijah menikah, hingga kemudian pindah dan menetap di desa Lirboyo. Berpindahnya K.H Abdul Karim dari Tebuireng ke Desa Lirboyo juga disebabkan oleh adanya dorongan dari mertuanya (K.H Sholeh) dengan harapan agar syi'ar dan dakwah islam menjadi lebih luas.

Adanya keinginan dan inisiatif kemudian K.H. Abdul Karim dengan didukung oleh mertuanya, maka K.H Abdul Karim mendirikan sebuah pondok untuk menyebarkan ajaran islam dan mengajarkan ilmu kepada siapapun yang mencari ilmu. Santri pertamanya dari Madiun yang bernama Umar, kemudian Yusuf, Sahil dan Somad dari Magelang, dan Syamsudin dari Gurah, Kediri. Hari, bulan hingga bertahun-tahun, Pondok Pesantren Lirboyo semakin banyak memiliki santri dan mulai dikenal oleh warga baik dari Kediri maupun luar Kediri.⁶⁰

Pada tahun 1913 K.H. Abdul Karim membangun sebuah masjid di dalam wilayah pondok pesantren dengan tujuan sebagai sarana untuk beribadah. Masjid tersebut bernama Masjid Lawang Songo, sebab jumlah

⁶⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Pondok_Pesantren_Lirboyo#Sejarah, di akses pada 2 April 2023

pintu (*lawang*) masjid itu berjumlah Sembilan, bahkan hingga kini, masjid tersebut masih ada dengan nama yang sama. Hingga saat ini keberadaan Pondok Pesantren Lirboyo sangat berkembang pesat menjadi pusat studi islam klasik dengan corak pesantren yang usianya sudah mencapai lebih dari satu abad. Dalam peristiwa-peristiwa sejarah Indonesia. Pondok Pesantren Lirboyo selalu mempunyai andil dalam pergerakan perjuangan dengan mengirimkan santri-santrinya ke medan perang seperti halnya peristiwa Pertempuran 10 November di Surabaya.

Sebagai salah satu pusat pendidikan agama islam, Pondok Pesantren Lirboyo selalu mencetak kader-kader generasi agama dan bangsa yang mumpuni dalam berbagai bidang yakni di dalam disiplin ilmu agama. Selain itu Pondok Pesantren Lirboyo juga tetap berpegang teguh pada Pendidikan *salaf* (tradisional) dengan mengharmonisasikan antara budaya yang mampu mengisi modernisasi, serta telah terbukti bahwa Pondok Pesantren Lirboyo telah melahirkan tokoh-tokoh yang salih baik dalam bidang keagamaan maupun bidang intelektual.⁶¹

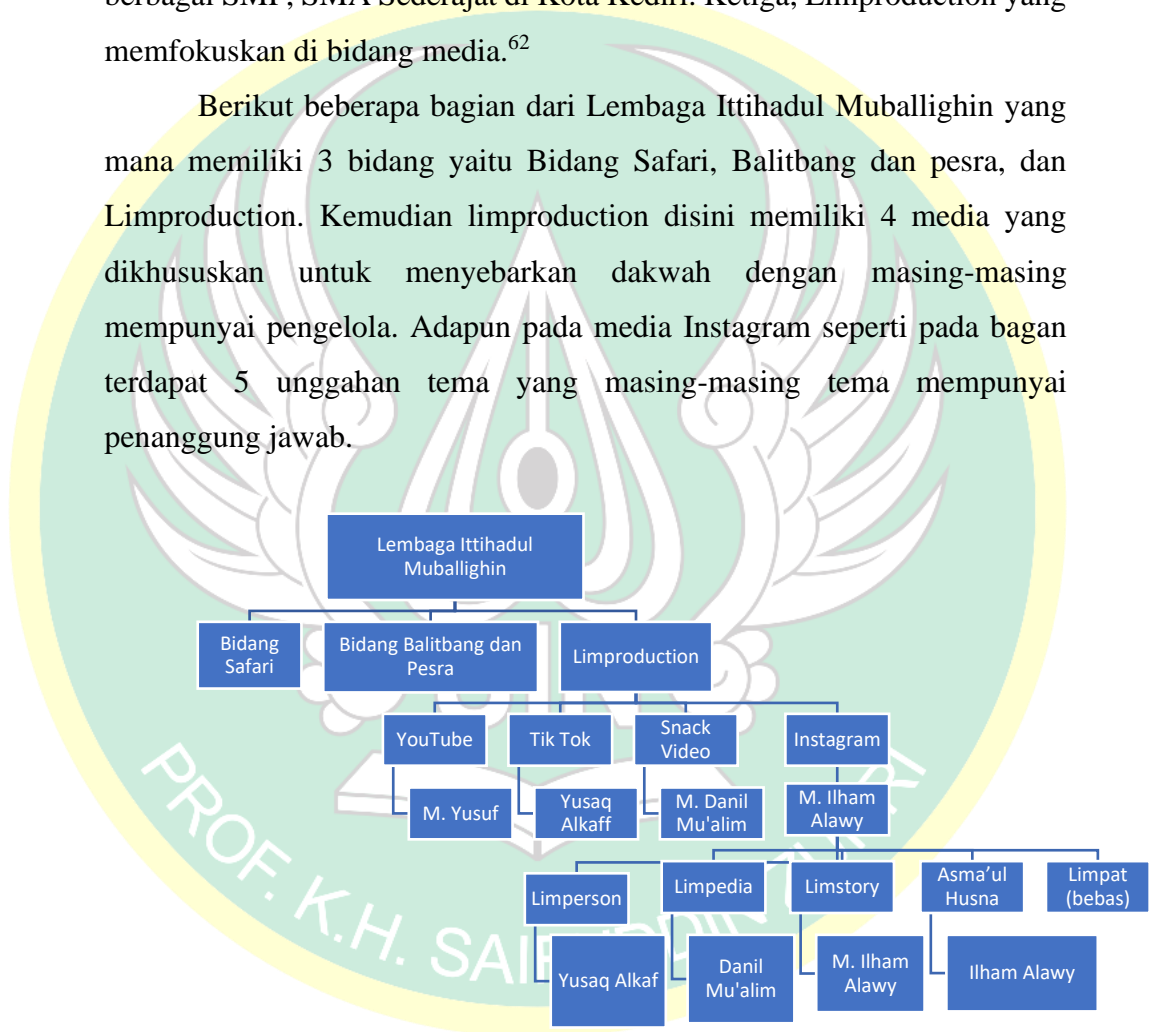
Pondok pesantren Lirboyo memiliki dua lembaga besar yaitu Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM) dan Lajnah Bahtsul Masail (LBM). Lembaga Ittihadul Muballighin merupakan lembaga yang bergerak di bidang dakwah keagamaan, sedangkan LBM merupakan sebuah lembaga yang memfokuskan pada bahtsul masail yaitu didalamnya membahas perkara-perkara terkini, hal-hal terbaru yang kemudian digali secara hukum. Kemudian hasilnya dapat dibukukan dan di *share* melalui media yang dimiliki Lajnah Bahtsul Masail.

Adapun Lembaga Ittihadul Muballighin ini bergerak di tiga bidang diantaranya; pertama, di Bidang Safari yang mana di setiap minggunya ada kegiatan safari di desa-desa terpencil utamanya di kabupaten dan kota Kediri. Terkhusus di bulan ramadan menggerakkan santri-santri lirboyo untuk ditempatkan di berbagai wilayah di Indonesia. Kedua, yaitu bidang

⁶¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Pondok_Pesantren_Lirboyo#Sejarah, di akses pada 2 April 2023

Balitbang (Badan Penelitian dan perkembangan) dan PESRA (Pesantren Ramadan). Balitbang ini lebih memfokuskan dalam keikutsertaan menjadi pengajar dan mengisi berbagai ekstrakurikuler di berbagai Sekolah di SMP, SMA Sederajat di kota dan kabupaten Kediri. Dan khusus di bulan ramadan melakukan kegiatan pesantren ramadan dan mengisi kegiatan ramadan di berbagai SMP, SMA Sederajat di Kota Kediri. Ketiga, Limproduction yang memfokuskan di bidang media.⁶²

Berikut beberapa bagian dari Lembaga Ittihadul Muballighin yang mana memiliki 3 bidang yaitu Bidang Safari, Balitbang dan pesra, dan Limproduction. Kemudian limproduction disini memiliki 4 media yang dikhususkan untuk menyebarkan dakwah dengan masing-masing mempunyai pengelola. Adapun pada media Instagram seperti pada bagan terdapat 5 unggahan tema yang masing-masing tema mempunyai penanggung jawab.



Gambar 1.0

Sebagian Struktur Kepengurusan atau pengelola LIM
Sumber: Wawancara virtual via whatsapp dengan admin LIM

⁶² Wawancara dengan pihak Limproduction melalui Whatsapp Tanggal 25 Juni 2023, pukul 15.00

B. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @Limproduction_

Akun @limproduction_ ialah akun media sosial yang dimiliki oleh Lembaga Ittihadul Muballighin (LIM). LIM sendiri merupakan lembaga yang dinaungi oleh pondok Pesantren Lirboyo. Fokus yang digerakkan pada lembaga ini adalah pada bidang dakwah keagamaan. Lembaga Ittihadul Muballighin mempunyai kegiatan yang mana didalamnya menggerakkan santri-santri khususnya *ma'had aliy* untuk terjun ke masyarakat mengaplikasikan ilmu yang sudah di dapat selama di pesantren.

Berjalannya kegiatan yang dimiliki Lembaga Ittihadul Muballighin ini dimotori oleh Agus Abdul Qodir Ridwan selama dua tahun dengan menerjunkan santri-santri untuk di tempatkan di pelosok-pelosok desa di setiap tahunnya. Tepatnya di momen bulan Ramadan ada kegiatan rutin yang dinamai “Safari Ramadan”.⁶³ Program Safari Ramadan ini berjalan selama bertahun-tahun dan bertepatan pada tahun 2020 di masa adanya *lockdown* akibat Corona -19 menjadikan program Safari ini terhalangi.

Adanya akun @limproduction_ merupakan sebuah ketidak sengajaan yang bertepatan dengan terhalanginya program “menyebarkan dakwah ke masyarakat pelosok desa” dengan mengirimkan santri-santri lirboyo.⁶⁴ Sebelumnya, Agus Abdul Qodir Ridwan mempunyai keinginan membuat sebuah akun media sosial untuk menyebarkan dakwah pada tahun 2009, tetapi terhambat karena keterbatasan Sumber Daya Manusia. Kondisi *lockdown* ini kemudian menjadikan tercetusnya idenya beliau Almarhum Agus Abdul Qodir Ridwan kembali yang sebelumnya sudah menjadi keinginan. Dan terbentuklah akun Instagram @limproduction_ tepatnya pada 29 April 2020. Penyebaran dakwah melalui program “Safari Ramadan” yang terbiasa dengan secara langsung (*offline*), saat itu juga tetap dilakukan dengan metode yang berbeda, yakni secara *online* melalui media sosial.⁶⁵

⁶³ Kang santri, <https://lirboyo.net/lembaga-ittihadul-muballighin-lirboyo/>, diakses pada 13 April 2023

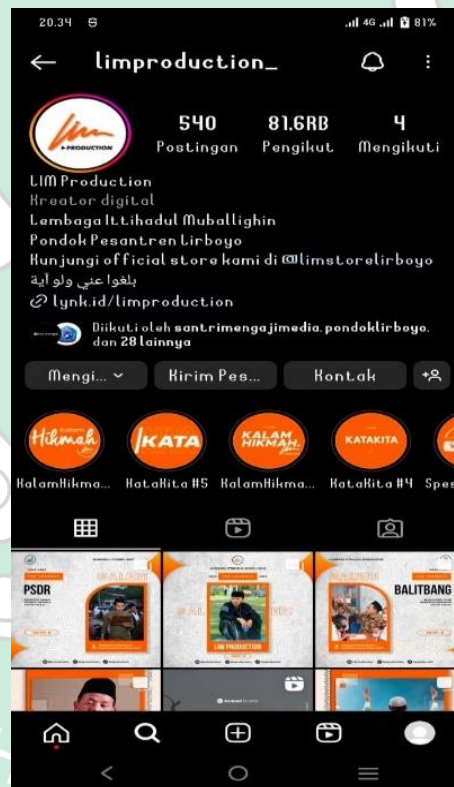
⁶⁴ Wawancara online via whatsapp dengan limproduction_ pada 24 Maret 2023 pukul 14.21

⁶⁵ Wawancara online via Whatsapp dengan limproduction_ pada 26 Maret 2023 pukul 22.06

C. Analisis Media Siber

Berdasarkan penelitian data pada media sosial yaitu Instagram, peneliti menggunakan Analisis Media Siber (AMS) sebagai panduan dalam menganalisis etnografi virtual. Penelitian terdahulu sebagaimana menggunakan metode Analisis Media Siber (AMS) yang ditawarkan oleh Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. Penulis menemukan data-data mulai dari Ruang media, Dokumen media, Objek media, dan pengalaman media yang masing-masing dipaparkan lebih jelas sebagai hasil penelitian.

1. Level Ruang Media



Gambar 1.2

Profil akun @Limproduction di Instagram

Sumber: https://instagram.com/limproduction_?igshid=YmMyMTA2M2Y=, diakses

16 Maret 2023

Pada gambar 1.2 di atas merupakan profil dari akun Instagram @limproduction_. Akun @limproduction_ adalah media Instagram yang dijadikan media untuk berdakwah. Pada level ruang,

berdasarkan yang peneliti lihat, dalam *bio* yang ada di bawah foto Profil instagram akun Instagram @limproduction_ terdapat *link* untuk masuk ke beberapa media seperti You Tube, Tik tok, Twitter, WhatsApp, *Facebook* dan *Snack Video*. Terdapat slogan yang dicantumkan pada bio “*ballighu ‘anni walaw ayah*” بلغوا عني ولو آية

Akun Instagram @limproduction_ ini dijadikan sebagai media untuk menjembatani tersampainya pesan dakwah yang dikehendaki. Sejalan dengan visi dan misi yang dimiliki akun @limproduction_ yaitu “Menjaga ajaran Ahlussunah Waljama’ah, ruh dan spirit besarnya adalah memesantrenkan masyarakat dan memasyarakatkan pesantren”.⁶⁶ Melalui visi misi ini, menjadikan terbentuknya aktivitas komunikasi, tidak sebatas mengirim dan menerima pesan saja, tetapi mendapati *feedback* dari penerima pesan, aktivitas belajar dan saling diskusi.

Akun @limproduction_ merupakan akun yang terbuka untuk umum sehingga siapa saja dapat mengaksesnya serta mencari isi dari apa yang ada pada akun. Siapapun yang belum mengikuti akun @limproduction_ dapat mengunjunginya kapanpun. Akun yang dikelola oleh Lembaga Ittihadul Mubalighin (LIM) ini dipilih dengan menggunakan aplikasi Instagram dengan tujuan agar dari pihak Lembaga Ittihadul Mubalighin dapat menyebarkan dakwah dengan mudah, mendukung untuk menyebarkan konten yang berbentuk tulisan, di era Instagram yang masih digandrungi oleh anak muda.⁶⁷

Pada level ruang media, profil akun @limproduction_ memiliki situs jejaring sosial yang tertera di laman utama pada tampilan profil instagram seperti *Facebook*, *Youtube*, *TikTok*,

⁶⁶ Wawancara dengan pihak Limproduction melalui virtual whatsapp 26 Mei 2023 pukul 22.38 WIB

⁶⁷ Wawancara dengan pihak Limproduction melalui Whatsapp pada 26 Maret 2023 Pukul 22.36 WIB

Twitter dan *Whatsapp*. Konten yang diproduksi melibatkan pihak khusus yang difokuskan untuk mengelola akun Instagram @Limproduction_ yakni tiga orang *Konseptor* yang bergerak di bidang *design grafis*, dan tiga *Kreatif produser*. Tiga *konseptor* ini difokuskan untuk *design grafis* yakni untuk konten-konten di instagram, dan *kreatif produser* memegang di media sosial Instagram, Youtube dan Tik tok.⁶⁸

Akun Instagram milik @limproduction_ memiliki beragam konten, peneliti melihat bermacam-macam pembahasan yang diunggah beberapa hari sekali dengan tema-tema tertentu dan terjadwal. Konten yang disajikan dari Limproduction_ dibagi menjadi dua, untuk membedakannya yaitu masa Ramadan dan bukan Ramadan. Dimana segmentasinya terdapat tujuh tema, diantaranya; Lim Pedia, Asmaul Husna, Lim Story, dan Lim Person ini segmen yang di letakkan di *Feed* Instagram. Sisanya terdapat di *reels* untuk pra Ramadan ada segmen Apa Itu?, TutiMini (Tutorial Islami Mini), Dawuh Yai.

Unggahan konten berbentuk visual teks dan audio visual. Berdasarkan isi yang ada pada konten @limproduction_ isi konten yang berbentuk audio visual memiliki tema LimStory, LimSowan, Dawuh Kyai, Asma'ul Husna dan TutiMini. Konten berbentuk visual yang disertai catatan atau tulisan berisi materi dakwah terdapat pada konten Limperson, LimPedia. Pada konten-konten tersebut di posting secara terjadwal.⁶⁹

Adapun prosedur untuk membuat akun instagram bagi setiap orang agar dapat mengakses instagram dan melakukan aktivitas apapun di instagram dengan fiturnya diantaranya sebagai berikut:

⁶⁸ Wawancara dengan pihak Limproduction melalui virtual Whatsapp 24 Mei 2023 Pukul 14.33 WIB

⁶⁹ Wawancara dengan pihak Limproduction melalui virtual whatsapp 26 Mei 2023 Pukul 22.17 WIB

a. Prosedur membuat akun Instagram

Penulis mendapatkan data bagaimana untuk dapat mengakses akun @limproduction maka harus tahu cara menggunakan aplikasi Instagram.

- 1) Tahap awal agar dapat mengakses Instagram ialah dengan mendaftar. Sebelumnya perlu mengunduh aplikasinya dan dapat mendownload di *App Store* bagi yang menggunakan iPhone dan *Google Play Store* untuk Android.
- 2) Setelah mengunduh di *smartphone*, langkah selanjutnya dengan ketuk gambar aplikasi untuk dapat melakukan pemasangan.⁷⁰



Gambar 1.3

Bentuk tampilan utama pada aplikasi Instagram

Diakses pada 13 April 2023

Sumber: tampilan utama setelah masuk aplikasi Instagram melalui android

- 3) Setelahnya, tampilan yang disuguhkan seperti gambar 1.3 di atas. Langkah yang diambil yaitu *klik* pilihan buat akun baru, Daftar dengan *email* atau nomor telepon. Masukkan alamat email atau nomor telepon pada kolom yang sudah

⁷⁰ DewawebTeam, diakses pada <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

disediakan. Bagi yang menggunakan *iphone*, menu pilihan pembuatan akun Instagram baru ada di kolom buat akun baru.⁷¹

- 4) Setelah mengisi alamat *email* atau nomor telepon, *klik* pada berikutnya/*next*. Pilihan lain untuk mendaftar akun intagram selain dengan alamat *email* atau telepon adalah bisa dengan masuk ke *facebook*, kemudian kita dapat terdaftar secara langsung/ otomatis terdaftar melalui akun *facebook* tersebut. Tetapi jika tidak mempunyai akun *facebook* atau sudah lupa dengan nama akun dan juga kata sandinya lebih baik menggunakan alamat *email* atau dengan Nomor Telepon.
- 5) Kemudian membuat nama pengguna/ *username* dan juga kata sandi yang akan digunakan untuk akun baru di instagram ini. jika membuat akun instagram untuk pribadi bisa menggunakan konfigurasi dari nama pribadi. Tetapi jika akun yang dibuat untuk kepentingan bisnis yang akan dijalankan maka nama akun dengan mencantumkan nama bisnis. Nama akun yang disertakan dengan centang dengan warna hijau yang bisa digunakan. Jika tanda tersebut tidak muncul maka kita harus mencari konfigurasi nama akun lain karena artinya nama yang sudah diketik ini sudah digunakan oleh akun lain/ sudah ada di Instagram.
- 6) Setelah selesai mengisi nama akun, kata sandi, kemudian terdapat pilihan untuk dapat menghubungkan dengan *facebook* atau tidak. Jika memilih untuk menghubungkan, maka segala aktivitas yang dilakukan di Instagram akan diunggah juga di *facebook*. Jika tidak menginginkan hal ini maka bisa melawati/ klik pilihan menu lewati/ *skip*.

⁷¹ DewawebTeam, diakses pada <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

- 7) Instagram nantinya akan menyarankan beberapa kontak yang dimiliki di *smartphone* yang juga memiliki akun di Instagram untuk kita ingin ikuti atau tidak. Jika kita ingin mengikuti maka klik pilihan ikuti yang artinya kita *follow*, jika tidak ingin mengikuti maka lewati saja Langkah ini dan bisa sendiri mengikuti akun-akun yang ingin di ikuti.
- 8) Setelah melewati berbagai cara untuk mendaftar di Instagram, maka lengkapi profil Instagram, mulai dengan menambahkan foto profil, menambahkan info pribadi, nomor telepon dan lain sebagainya. Dan untuk yang terakhir adalah memilih pilihan *remember/* login pada opsi untuk mengingat informasi tentang login yang akan dilakukan agar tidak selalu mengingat nama akun dan kata sandi setiap akun saat akan masuk ke Instagram.⁷²

b. Prosedur Menggunakan Instagram

Terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan bagi setiap pengguna akun Instagram.

1) Mengunggah foto

Konten-konten yang dapat dilihat oleh pengunjung akun lain ini sudah melewati cara mengunggah foto. Mengunggah konten beragam jenis, bisa dalam bentuk visual dan audio visual. Untuk mengupload konten dengan berbentuk gambar/visual, caranya pertama *tap* tombol *plus* di menu utama bagian bawah, kemudian pilih satu dari tiga media yang dapat di *upload*, yaitu galeri, foto dan video. Pilih yang akan di upload dari galeri atau bisa ambil langsung dengan kamera. Kemudian pencet tombol *next* di bagian kanan atas. Terapkan *filter* jika ingin, lalu buat *caption* untuk konten/ gambar yang dibagikan dan terakhir tap tombol *share*. Dalam hitungan

⁷²DewawebTeam, diakses pada: <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

beberapa detik (tergantung koneksi), foto yang di unggah akan muncul di Instagram.

2) Cara upload foto yang banyak sekaligus

Di Instagram dapat mengunggah foto yang banyak sekaligus. Tampilannya berbentuk *slider* yang terdiri dari banyak foto dan bisa di geser untuk melihat isi fotonya satu per satu. Caranya dengan men-*tap* ikon layer Select Multiple lalu tandai foto-foto yang hendak di unggah, terapkan filter dan *share*.

3) Menyukai foto

Untuk dapat menyukai foto di Instagram, caranya buka foto yang dibagikan oleh teman atau oleh sendiri kemudian tap *ikon* hati tepat yang berada di bawah foto.

4) Berkomentar

Berkomentar di status teman atau teman yang sudah kita ikuti ataupun mengikuti kita. Formulirnya cukup kecil, jadi memang akan terlihat samar bagi pengguna pemula. Untuk postingan yang belum punya komentar, bisa men-*tap* menu *add comment* (tambah komentar) tepat dibawah caption. Sedangkan untuk foto yang sudah pernah di komentari oleh orang lain, anda harus men-*tap* *View all comments* (lihat semua komentar) terlebih dahulu baru menemukan kolom komentar dimana kita juga bisa ikut ambil bagian.⁷³

5) Membagikan postingan

Fitur di Instagram memungkinkan untuk membagikan postingan sesukanya. Fitur *default* ini hanya memungkinkan untuk kita membagikan postingan melalui layanan pihak ketiga baik dengan cara langsung, menyalin tautan atau mengirimkannya ke *stories* milik kita sendiri.

⁷³ DewawebTeam, diakses pada: <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

6) Membuat Instagram *stories* (cerita di Instagram)

Instagram *stories* adalah fitur yang digunakan untuk dapat membagikan foto dan video *moment* terbaik ke teman-teman terdekat, dimana konten tersebut nantinya akan terhapus secara otomatis setelah 24 jam dari pertama mengupload.⁷⁴

Caranya, buka Instagram, di beranda tepatnya di bagian atas anda akan menemukan beberapa nama yang di lingkari, termasuk foto profil anda dengan label *YourStory*. Untuk membuat story di Instagram tersebut, *tap* pada tombol tersebut. setelah tombol di *tap*, anda akan di hantarkan pada jendela kamera yang juga akan memuat opsi unggahan foto dan video dari memori lokal. Terdapat opsi untuk membuat *stories* yang berupa teks saja, kemudian ada opsi *boomerang*, *superzoom focus*, *rewind* dan pastinya *Live Streaming*. Lalu *tap* tombol *send to* kemudian di layar berikutnya pilih opsi *Your Story-Share* dan *tap* tombol *Done* (selesai) sebagai penutup. Maka kemudian *stories and* jika di *tap* akan menampilkan konten yang tadinya sudah diunggah

7) Mengedit, mengarsipkan, menghapus dan mematikan komentar

Keempatnya dapat diakses dari menu yang sama. Pertama, *Tap* dulu salah satu status milik kita yang ada di Instagram kemudian *tap* titik tiga pada sisi kanan dan nanti akan muncul jendela *popup*. Di *popup* tersebut akan menemukan opsi-opsi seperti *share*, *archive*, *Edit*, *Delete* dan *Turn Off Commenting* untuk mematikan kolom komentar.⁷⁵

⁷⁴DewawebTeam, diakses pada: <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

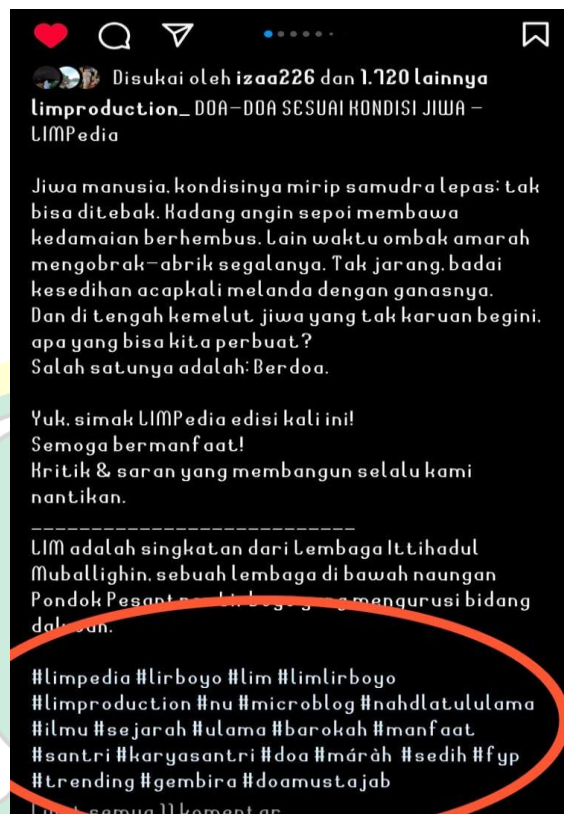
⁷⁵Bambang Winarso, <https://hybrid.co.id/post/panduan-lengkap-cara-menggunakan-instagram-untuk-pemula>, dipublikasikan 26 Agustus 2019

2. Level Dokumen Media (*Media Archive*)

Pada level ini, dalam menganalisis melihat isi suatu teks yang dibangun pada akun Instagram @limproduction_, peneliti mendapatkan teks yang dibangun terdapat pada setiap caption di postingan, dan teks yang terdapat pada isi setiap postingan yang dibagikan pemilik akun di Instagram. Kemudian, yang menjadi dokumen medianya adalah postingan berbentuk foto maupun video dimana berisi penjelasan melalui narasi dengan disugahi terjemah bahasa Indonesia, dan campuran sedikit bahasa Jawa. Untuk mendukung gambaran maksud yang dikehendaki pada video juga disuguhkan gambar yang memperjelas visualisasi.

Ditemukan juga artefak-artefak budaya berupa penggunaan *hashtag* atau tagar sebagai sebuah tanda bahwa dokumen yang dibagikan memuat beberapa hal yang ada pada postingan dan memudahkan untuk menemukan postingan yang menyangkut yakni mempermudah eksplorasi setiap pengguna akun Instagram. Di bawah ini salah satu dari postingan yang menampilkan penggunaan tagar.





Gambar 1.4

Penggunaan Tagar pada Bagian caption di setiap postingan

Sumber :

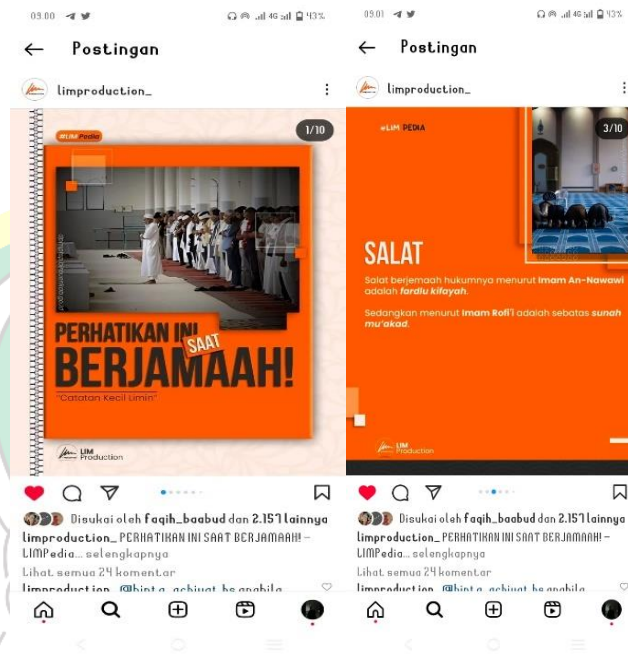
<https://www.instagram.com/p/Co3t01VJMzW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Diakses pada 14 April 2023

Pada level Dokumen Media ditemukan pada akun ini menggunakan tagar (#). Seperti pada gambar 1.4 di atas yang mencantumkan banyak tagar (#) bahwa setiap konten menggunakan *hashtag* atau tagar dengan menyesuaikan tema umum yang dibahas setiap postingan. Pada postingan di atas, terdapat #limpedia, sesuai dengan tema yang diangkat yaitu segmen limpedia. Penggunaan *hashtag* ini digunakan agar memudahkan akun Instagram yang lain dalam menemukan sekaligus mengunjungi akun @limproduction_. Tagar (*hashtag*) yang digunakan rata-rata menggunakan “lirboyo”.

Peneliti juga menemukan gambaran konten dengan tema Lim Pedia pada gambar 1.5 di bawah ini yang berisi tulisan dan

diselipkan gambar yang dapat mendukung materi yang disuguhkan kepada *publik*.



Gambar 1.5

Contoh Postingan Segmen Lim Pedia tentang Shalat Berjamaah

Sumber: https://www.instagram.com/p/CoTbR_2JYMq/?igshid=YmMyMTA2M2Y=, diakses pada 30 Maret 2023

Pada gambar 1.5 merupakan salah satu segmen yang dibagikan akun @limproduction_ pada Segmen Limpedia dengan tema yang diangkat persoalan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat shalat berjamaah. Pada gambar sebelah kiri, menyajikan teks berisi tema yang akan dibahas pada postingan yang akan di unggah. Pada bagian ini terletak pada *slide* pertama, kemudian pada gambar sebelah kanan merupakan *slide* setelahnya, yakni teks yang berisi inti dari tema yang akan dibahas mulai dari hukum melaksanakan shalat yang dikerjakan secara berjamaah.

a. Postingan Pada Akun @Limproduction_

Peneliti menyaring konten dalam periode waktu yang dapat digunakan sebagai bahan analisis. Periode yang diambil yaitu pada bulan Januari 2023. Berikut postingan di akun Instagram @limproduction_:

1. Pesan Syari'ah

Dalam setiap postingan akun @Limproduction_ ada beberapa pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat konten mengenai salah satunya pesan syari'ah. Berikut diantaranya terdapat beberapa pesan syari'ah dalam periode bulan Januari 2023.

Tabel 2.1 Postingan 1 (Pesan Syari'ah)

POSTINGAN 10/1/2023
<p>Hukum Bermain Catur-SEGMENT LIM PEDIA https://www.instagram.com/p/CnN129BvVeW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Dalam beberapa narasi kitab kuning, permainan yang konon berasal dari india pernah disinggung dalam kitab Fathul Mu'in karya Syekh Zainuddin Al-Malibari yang juga merupakan orang india. Hukum catur pada dasarnya mubah, alias boleh. Karena dalam catur sendiri mendapat maslahat berupa semacam sisi melatih otak dalam mengatur strategi dan logika bagi pemainnya. Namun kemudian hukum catur juga bisa diarahkan ke makruh karena pada akhirnya orang yang kecanduan memainkannya dianggap menyia-nyiakan umurnya. Sahabat Ali r.a juga pernah menegur sekumpulan orang yang bermain catur. Terlepas dari perbedaan pendapat tersebut, bermain catur akan pasti dihukumi haram apabila mengampu beberapa unsur diantaranya; 1. Jika bermain catur melakukan taruhan, maka kegiatan yang mengiringinya bisa dianggap sebuah salah satu manifestasi dari berjudi. 2. Catur sebagai permainan yang mengasyikan dapat melalaikan sholat yakni meninggalkan sholat, maka hukumnya jelas kartu merah. Dapat disimpulkan bahwa bermain catur boleh, tetapi hukum bisa berubah tergantung unsur lain yang menyertainya, tata niatnya.</p>

Teks yang dibagikan diatas pada tabel 2 postingan 1, berisikan postingan berjenis visual dan teks yang juga ditambah foto tangan bermain catur sebagai perwakilan dengan pembagian 10 *slide*. Pada postingan terdapat 1.560 *like*, dan 15 buah komentar. Adapun isi postingan yang membahas tentang hukum bermain catur ini memiliki keterkaitan dengan pelaksanaan kewajiban sebagai hamba kepada Pencipta. Sesuatu yang ditetapkan dalam kitab-Nya (Al-Qur'an) yang melalui lisan Rasul-Nya (*As-sunnah*) sebagai pedoman hidup bagi hamba-hamba-Nya ini merupakan sebuah pesan syariah.⁷⁶

Hukum mengenai bermain catur yang kemudian mengarah pada bagaimana unsur yang menyangkut ibadah sholat. Keterkaitan antara bermain catur dengan sholat ini dikarenakan adanya pengkategorian bahwa catur masuk pada permainan yang mengasyikkan dan dapat melalaikan waktu kewajiban lainnya, salah satunya Sholat. Melalui penghukuman ini maka kategori materi dakwah ini masuk pada pesan dakwah syariah karena menyangkut aturan/ketetapan.

TABEL 2.2 Postingan 2 (Pesan Syari'ah)

POSTINGAN 21/1/2023
<p>Karomah Kiai Abdul Hamid Pasuruan-Segmen LIM PERSON</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cnva2JYJzXw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Setiap Tahun Ke Baghdad, Fenomena ini dialami oleh kiai Masyhudi saat berhaji di tahun 80-an. Di Makkah beliau berkenalan dengan seorang ulama asal Baghdad Namanya Syekh Hasan. Setelah Syekh Hasan tahu bahwa Kiai Masyhudi berasal dari Jawa Timur, beliau menitipkan salam untuk Kiai Abdul Hamid Pasuruan. Kok bisa kenal kiai Hamid? Ternyata usut punya</p>

⁷⁶ Shoma Noor Firda Inayah, Siti Malaiha Dewi, "Analisis Pesan Dakwah Akidah, Akhlak dan Syari'ah dalam Novel Hati Suhita Karya Ning Khilma Anis", At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam", Vol. 8 No. 2, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.11937>, hlm. 241

usut, Kiai Hamid setiap tahunnya menghadiri acara haul syekh Abdul Qadir Jailani di Baghdad dan selalu menginap di kediaman Syekh Hasan. Di sini Kiai Masyhudi agak merasa aneh juga. Namun, setelah kiai Masyhudi pulang ke tanah air dan hendak sowan kepada kiai hamid dan menyampaikan Amanah tadi, belum sempat kiai Hasan memasuki halaman rumah dan mengutarakan salam dari syekh Hasan, oleh Kiai Hamid langsung dijemput dan dibisiki: “Nak Masyhudi jangan cerita ke siapa-siapa ya, kalau ketemu Syekh Hasan. Salam sudah saya terima, mohon jangan cerita siapa-siapa”. Padahal setelah ini ditanyakan kepada putra dari Kiai Hamid, ternyata beliau tidak pernah pergi jauh-jauh kecuali saat berhaji, apalagi setiap tahunnya menginap di Baghdad.

Kalau membantu sesama, padahal sudah wafat itulah Karomah. Dan itu ada pada Kiai Hamid Pasuruan. Muridnya, yakni Su’udi sedang membutuhkan uang guna membeli seragam sekolah untuk anaknya. Tiap malam, Shalawat Al-Hamid selalu ia rapalkan, dan ia selalu berdo’a agar kebutuhan keluarganya selalu diberikan kecukupan.

Suatu malam, di sela berdo’a ia ketiduran dan bermimpi dijumpai gurunya, Kiai Hamid, seraya dawuh: “di Su’udi pergilah ke kota Pasuruan! Sebelah barat Masjid Jami’ ada uang berceceran.” Sebelah barat Masjid jami’ adalah makam Mbah Hamid, demikian pikir Su’udi. Dengan agak ragu, ia tetap sendiko dawuh dan tetap pergi ke makam beliau. Dan tetap tidak ada uang berceceran di atas pusara makam. Agak kecewa juga yang Su’udi rasakan, namun sebelum pulang, ia tetap tahlilan dan kirim doa untuk gurunya.

Namun, sebelum ia pulang, ia diminta rombongan peziarah untuk memimpin tahlil. Dan alhamdulillah, usai tahlil pimpinan rombongan tadi memberinya lima ribu. Jamaah yang lain memberinya dua ribu, banyak juga yang memberinya seribu. Dari luar, jamaah perempuan (karena tidak boleh masuk kompleks makam) melemparinya dua ribu dalam lembar yang cukup banyak.

Pada postingan diatas terdapat bentuk visualisasi dari Kiai Abdul Hamid, yang menjadi pembahasan di *slide* pertama, hingga slide ke 8 berisi teks tentang kiai Abdul Hamid. Pendukung lainnya adalah tentang gambar kumpulan orang memakai baju

ihrom yang memang pada *slide* membahas Kiai Abdul Hamid yang sering mendatangi kota Makkah. Postingan yang didalamnya membahas karomah Kiai Abdul Hamid, bersambung dengan beliau yang memiliki keistimewaan, kemudian terdapat sholawat untuk bertawasul kepada beliau. Sholawat disini sama halnya dengan berdo'a atau mendo'akan.

Adapun pesan syari'ah merupakan aturan bertingkah laku seperti sholat, puasa dan lainnya.⁷⁷ Pada postingan terdapat seorang yang bernama Su'udi yang mengamalkan berdo'a dan sholawat dari Kiai Abdul Hamid. Berdo'a merupakan aktivitas bermunajat kepada Allah swt. Berdoa sebagai bagian dari ibadah berupa sholat, sholat termasuk pada pesan syari'ah, dimana bagian dari aturan dan norma untuk manusia.

TABEL 2.3 postingan 3 (Pesan Syari'ah)

POSTINGAN 23/1/2023
<p>Perempuan Haid Mengajar Al-Qur'an Boleh nggak yaa?- Segmen LIM PEDIA</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cnva2JYJzXw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Konsekuensi haid, seorang perempuan yang haid pada dasarnya tidak diperkenankan melakukan ibadah berupa shalat, puasa, membaca Al-Qur'an, menyentuh dan membawa mushaf, masuk masjid, melakukan tawaf, berhubungan badan, ataupun melakukan aktivitas seksual antara pusat dan lutut. Nah, di era seperti sekarang, peran menjadi guru ngaji tidak hanya dipegang oleh para ustadz belaka. Tapi juga para ustadzah mempunyai peran sentral dalam memberikan bimbingan pada individu-individu anak yang hendak belajar ilmu agama. Utamanya membaca al-qur'an. Solusi, setidaknya ada beberapa solusi buat para ustadzah yang kebingungan pada saat hendak mengajar malam merasa terkendala karena mengalami menstruasi/ haid.</p>

⁷⁷ Abid Nurhuda, "Pesan Dakwah Ustadzah Oki Setiana Dewi Melalui Ceramah Youtube", Jurnal Al-Manaj (2022), Vol. 2 No. 1, <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/almanaj/article/download/760/623/>, hlm. 30

Pertama, dengan cara mengeja atau istilah arabnya Tahajjiy. Jadi, ketika kita membaca potongan-potongan ayat dengan terputus-putus, hal ini tidak dianggap sebagai qiroah/ membaca Al-Qur'an. Sehingga aman-aman saja bagi perempuan haid melafalkannya pada saat mengajar anak-anak. Kedua, ini adalah cara yang paling simple, yakni ketika seorang perempuan membaca tulisan-tulisan pada kitab, hendaknya tidak diniati membaca Al-Qur'an, melainkan cuma sebatas dzikir saja. Oke dua solusi ini sekiranya cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang acapkali meramaikan kontak pesan Limin. Hikmahnya, ternyata jalan bagi kita untuk melakukan kebaikan, apapun itu (dalam hal ini, mengajar al-qur'an) selalu punya jalannya yang tersendiri, kendati ada halangan nyata yang merintanginya, asalkan ya ituu.. Kita tahu Ilmunya.

Pada tabel 4 Postingan 3 di atas memuat teks yang tertera pada isi pesan dengan visual teks. Pada postingan tersebut yang membawakan tentang hukum mengajar al-qur'an bagi seorang perempuan haid. Postingan tersebut memiliki 2.512 *like* dengan 12 komentar.

Pesan syari'ah sebagai pesan yang meliputi ketetapan Allah terhadap baik yang ada pada Al-Qur'an ataupun lisan Nabi (As-sunnah). Dan beberapa *nash-nash* syari'at yang membahas pokok kehidupan seperti ibadah, akidah, akhlak serta mu'amalah. Ketetapan-ketetapan yang kemudian dijadikan tuntunan beserta hukumnya. Hukum yang dimaksud, tentang mubah, sunnah makruh, dan haram.⁷⁸ Pada akhir *slide* dijelaskan bahwa keharoman seorang perempuan untuk beberapa aktivitas. Namun kemudian, tidak sebatas mengharamkan dengan tanpa solusi.

Mengajar Al-Qur'an sebagai aktivitas ibadah yang pelaksanaannya memerlukan kegiatan dan kekuatan fisik di sertai dengan jiwa yang khusus kepada Allah Swt. Pada postingan di atas

⁷⁸ Shoma Noor Firda Inayah, Siti Malaiha Dewi, "Analisis Pesan Dakwah Akidah, Akhlak dan Syari'ah dalam Novel Hati Suhita Karya Ning Khilma Anis", At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam", Vol. 8 No. 2, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.11937>, hlm. 241

membahas bagaimana hukumnya ketika aktivitas ini dilakukan oleh perempuan yang sedang haid. Penghukuman yang ditetapkan ini melibatkan peraturan yang ditetapkan pada pembawaan pesan syari'ah karena menyangkut hukum pelaksanaan.

2. Pesan Akidah

TABEL 2.4 Postingan 4 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 3/1/2023
<p>Yang Besar dibalik Yang Kecil “Seputar Tanda Titik”- Segmen Lim Pedia</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cm8XPpPCNw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Apa yang kita pikirkan tentang titik? Sebagai tanda baca? Sebagai rangkaian sebuah garis? Dalam seni rupa, titik dianggap sebagai unsur yang paling kecil. Titik dibayangkan sebuah objek yang kecil. Tak jarang pula karena kekecilan sebuah titik keberadaannya jadi seolah tak ada. Konon jumlah kitab termasuk shohifah (lembaran) yang diturunkan oleh Allah ke muka bumi berjumlah 104, dengan rincian 50 lembar kepada nabi Syith, 30 lembar kepada nabi Idris, 10 lembar kepada nabi Ibrahim dan 10 lembar kepada nabi Musa (sebelum turunnya kitab taurat). Selebihnya kitab zabur, taurat, Injil dan Al-Qur'an. Dari sekian kitab dan lembaran itu, kesemua kandungannya telah diampu oleh satu kitab saja. Yaitu Al-Qur'an.</p> <p>Dan dari sekian kandungannya keseluruhan maknanya telah diwakili oleh sebuah rangkaian kalimat <i>Basmallah</i>. Keseluruhan kandungan lafal <i>Basmallah</i> ternyata lagi-lagi dikandung pula oleh huruf ب di awalnya. Karena dari hurug ba tersebut seolah</p> <p>Allah berkata <i>بي كان ما كان وي بي يكون ما يكون</i></p> <p>“karena sebabku apa yang telah ada menjadi ada, dan sebabku (pula) apa yang akan ada menjadi ada”. Jadi, makna yang terkandung oleh huruf ba' ternyata masih bisa diampu lagi oleh satu komponennya yang terkecil.</p>

Ternyata sebuah titik yang kecil-dupil dan mungil ini menjadi perlambang. Semacam *symbol* yang menunjukkan bahwa Allah adalah Tuhan Yang Maha Esa. Coba lihat titik pada huruf ba' tersebut. sehingga secara tidak langsung bisa disimpulkan bahwa sebuah titik kecil ternyata diam-diam telah mewakili semua kandungan kitab yang Allah turunkan. Ia berhasil menginterpretasikan sebuah inti ajaran agama islam sebagai agama tauhid yaitu agama yang mengesakan Allah. Gimana? masih menganggap kecil sebuah titik?

Adapun postingan berisi teks dan gambar yang berisi 10 *slide* dengan 1.283 *likes*. Postingan tersebut membahas pentingnya sebuah titik. Sebuah titik ini yang ada dan mewakili kandungan secara keseluruhan melalui lafadz *Basmallah*. Dimana *lafadz* tersebut berasal pada Kitab Al-qur'an. Yang artinya masuk pada rukun iman dalam islam, yakni iman kepada kitab Allah.

Sebuah keyakinan di dalam hati dan membenaran terhadap hal-hal yang meliputi iman kepada Allah, Malaikat, Kitab, Rasul, Hari Kiamat, *Qada* dan *Qodar* yang baik maupun yang buruk adalah akidah.⁷⁹ Melalui titik yang terdapat pada huruf ba' dan pada lafad basmallah yang terdapat dalam surah al-Fatihah dalam Al-qur'an ini kemudian merujuk dan dominan membahas pentingnya sebuah titik yang ada pada lafadz arab di kitab Suci Al-Qur'an. Kemudian pesan diatas dapat dikatakan membawa pesan akidah karena berhubungan dengan kitab Allah berupa Al-qur'an.

Tabel 2.5 postingan 5 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 8/1/2023
5 Fakta Tentang Sunan Gunung Jati-LIM PERSON https://www.instagram.com/p/CnJNlKdJK4u/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

⁷⁹ Masturina Khoirun Nisa, Ucik Ana Fardila, Agus Widodo, "Isi Pesan Dakwah Akidah dan Syari'ah dalam Film Indonesia Islami "Jilbab Treveller Love Sparks In Korea", Jurnal Translitera, Vol. 8 No. 1 <https://doi.org/10.35457/translitera.v8i01.594>, hlm. 4

Syarif Hidayatullah atau sunan Gunung Jati merupakan putra dari Ny. Rara Santang yang diperistri oleh Sultan Mahmud bin Sultan Odhara (Raja Mesir) bin Syekh Jumadil Kabir bin Zainal Kabir bin Zainal Abidin bin Sayyid Husein bin Sayyidina Ali bin Abi Thalib. Konon setelah diperistri, Ny. Rara Santang berganti nama menjadi Syarifah Muda'im. Karena sunan gunung jati merupakan putra Ny. Rara Santang sendiri anak kedua dari tiga bersaudara, yakni Raden Walasungsang, Ny. Rara Santang dan Raden Kian Santang. Dalam berjalannya waktu, Sunan Gunung Jati telah Sukses dalam kiprah dakwahnya, dan telah membangun kesultanan Cirebon. Hal ini berimbas pada sempat tidak harmonisnya hubungan sunan gunung jati dengan kakeknya, prabu siliwangi.

Bermula dari keberhasilan sunan gunung jati yang membangun Cirebon menjadi kekuatan yang kuat, Cirebon yang semula bawahan Pajajaran, mulai menolak membayar upeti ke Pajajaran. Hal inilah yang sekira membuat sentiment antara prabu siliwangi mengutus Ki Jagabaya dan 60 pasukannya untuk mengetahui fakta di lapangan dan tetap memaksa Sunan Gunung Jati membayar upeti. Namun, saat menghadap sunan Gunung Jati, Ki jagabaya dan pasukannya malah memeluk islam. Makam sunan Gunung Jati tidak sama seperti makam-makam keramat walisongo yang dapat diziarahi secara langsung. Para peziarah hanya diperbolehkan masuk ke area pintu ke tiga dari kesembilan pintu Pasujudan. Diantaranya; pintu gapura, pintu krapyak, pintu pasujudan, pintu Ratna Komala, Pintu Jinem, pintu rararoga, kaca, bacem, Teratai yaitu pintu untuk ke area makam sunan Gunung Jati.

Sunan gunung jati juga kerap disangka Fatahillah, padahal sangat berbeda, hanya mereka bersama menyerang postugis di Malaka dan dimakamkan bersebelahan. Ternyata Fatahillah itu berasal dari orang Pasai yang hijrah ke Jawa, kemudian diutus oleh Sultan Trenggana Demak untuk membantu Sunan Gunung Jati melakukan penyerangan melawan Portugis yang telah menguasai Malaka. Bukti lain fatahillah memang bukan Syarif Hidayatullah adalah terdapat makan disamping makam sunan Gunung Jati yang bernisankan Fatahillah. Mungkin karena bersama-sama menyerang postugis di Malaka, mereka berdua sering disalahpahami sebagai satu sosok yang sama.

Pada postingan di atas memuat 10 *slide*, yang mana postingan ini tertera berjumlah 3.072 jumlah yang menyukai postingan. Konten visual teks ini mempunyai 24 komentar. Perjuangan di peperangan melawan portugis yang dilakukan Sunan Gunung Jati ini menggambarkan perjuangan mempertahankan negara. Wujud dari peperangan ini sebagai jihad di jalan Allah swt. Jihad melalui bentuk isim Masdar yang memiliki makna menegakkan kebenaran yang diyakini.⁸⁰ Menegakkan kebenaran sama halnya dengan menegakkan yang maha haq yakni Allah Swt. Pesan ini mengandung makna pesan akidah yakni tentang bertauhid.

TABEL 2.6 postingan 6 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 12/1/2023
<p>As-Syahid- Asma'ul Husna-Segmen ASMA'UL HUSNA https://www.instagram.com/reel/CnTmWlYpk6g/?igshid=YmMyMTA2M2Y=.</p> <p>Asy syahid, mempunyai arti dzat yang menyaksikan atau mengetahui. Perlu kita cermati, asma Allah asy syahid ini masih ada kaitannya dengan asma Allah Swt. yang lain yaitu, Al khobir dan Al ngalim. Jika dilihat dari segi makna, secara umum tentunya ada kemiripan yaitu sama sama mengetahui segala sesuatu, namun yang membedakan diantara ketiga asma ini adalah, asyahid mempunyai arti pengetahuan yang dikaitkan dengan hal-hal yang dohir atau tampak, sedangkan <i>Al khobir</i> mempunyai arti pengetahuan tentang hal hal yang ghaib atau tidak tampak. Sedangkan <i>Al 'alim</i> mempunyai arti pengetahuan secara mutlak atau global lebih gampangnya mengetahui baik yg tampak ataupun tidak tampak. Dari asma Allah <i>asy syahid</i> ini kita bisa ambil kesimpulan baik dan buruknya amal seseorang pasti tidak akan luput dari persaksian Allah.</p> <p>Seumpama manusia mengerjakan kejelekan yang tak seorangpun menyaksikannya akan tetapi Allah akan menyaksikan apa yang diperbuat, bahkan sekalipun orang melakukan perbuatan</p>

⁸⁰Moh. Irfan, "Jihad Perang dalam Perspektif Hukum Islam (Kajian Pemikiran Muhammad Abu Zahroh)", Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya, Vol. 5 No. 2, <https://doi.org/10.32492/sumbula.v5i2.4280>, hlm. 328

tercela di kegelapan malam, tak sedikit pun Allah akan luput dari persaksiannya. Begitu pula sebaliknya, sekecil apapun manusia melakukan amal kebaikan kecil ataupun tidak, Allah tidak akan pernah lupa menyaksikan apa yang kita perbuat.

Pada postingan As-Syahid yakni Segmen Asma'ul Husna menampilkan berupa audio visual yang menjelaskan tentang asma Allah Asy-syahid. Pesan tentang asma Allah yang dibagikan melalui postingan kepada khalayak yakni komunikasi berisi asma Allah. Adapun pesan Akidah ialah pesan yang berisi mengenai keyakinan dalam hati dan kepercayaan, diantaranya terdapat pada rukun iman.⁸¹ Adapun postingan pada tabel di atas postingan yang memaparkan makna hakiki mengenai asma Allah Asy-Syahid yakni dzat yang menyaksikan atau mengetahui. Pada nama Allah Asy-Syahid, sebagai manusia dengan asma Allah tersebut maka keyakinan tentang bertauhid atau mengimani asma Allah swt.

TABEL 2.7 postingan 7 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 25/1/2023
<p>Al-Haq-Segmen Asmaul Husna https://www.instagram.com/reel/Cn1Nn7FJvZW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Kembali lagi di segmen asmaul husna. Al-Haq adalah dzat Yang Maha Benar. Sesuatu yang tercipta pastinya berpasangan ada siang ada malam, ada terang ada juga gelap, dan ada perkara haq, dan ada juga perkara bathil. Terlepas itu senuam Allah adalah kebenaran yang Hakiki, wujud-Nya nyata, kuasanya nyata dan tidak ada kebenaran yang paling nyata melainkan kebenaran Allah SWT. Terkadang manusia selalu merasa paling benar dengan apa yang ia lakukan. Begitupun dalam menilai orang, terkadang orang yang tidak sejalan dengannya, ia salahkan. Parahnya lagi, ia menolak untuk dibenarkan oleh orang lain padahal nyatanya ia melakukan yang salah.</p>

⁸¹ Masturina Khoirun Nisa, Ucik Ana Fardila, Agus Widodo, "Isi Pesan Dakwah Akidah dan Syari'ah dalam Film Indonesia Islami "Jilbab Traveller Love Sparks In Korea", Jurnal Translitera, Vol. 8 No. 1 <https://doi.org/10.35457/translitera.v8i01.594>, hlm. 4

Maka tidak aneh, seringkali manusia menjadi hakim untuk kesalahan orang lain dan menjadi pengacara untuk kesalahan sendiri. Ingat, berusaha melakukan hal yang benar itu harus. Namun, jangan pernah merasa kita yang paling benar. Karena, kebenaran yang dilakukan oleh seorang hamba bukan murni dari dirinya sendiri melainkan kebenaran dari Allah Swt.

Pada tautan yang tertera di tabel 8 postingan 7 (pesan akidah), memuat audio visual, dan teks utuh berisi pemaparan asma Allah Al-Haq dengan 621 *likes*. Adapun pesan di atas berisi mengenai makna dari asma Allah Al-Haq yakni memiliki hubungan dengan Allah, mengesakannya, mengimani Allah yang Esa yakni satu.

Ada beberapa macam, seperti tauhid *rububiyah*, tauhid *asma wa sifat*, tauhid *uluhiyah*. Bentuk dari bertauhid terhadap asma wa sifat ialah beriman kepada nama-nama Allah SWT beserta sifat-sifatnya.⁸² Adapun al-Haq yang berarti dzat yang maha besar sebagai sifat dan asma dari Allah swt masuk pada pesan akidah, karena memiliki kesesuaian dengan keercayaan terhadap Allah dengan nama-Nya dan sifat-Nya.

TABEL 2.8 Postingan 8 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 9/2/2023
<p>Al-Wakil-Segmen ASMA'UL HUSNA https://www.instagram.com/reel/Cobt3erplx-/?igshid=YmMyMTA2M2Y= Al wakil- Allah dzat yang dipasrahi, dipasrahinya Allah tentu berbeda dengan Makhluknya. Allah dipasrahi tidak melalui proses pemasrahan atau penyerahan kekuasaan, akan tetapi secara otomatis dengan kekuasaannya Allah sendiri. Pastinya hanya Allah lah yang mampu dan sempurna dalam melakukan apa yang dipasrahi kepada-Nya. Berbeda dengan manusia, yang ketika dipasrahi pastinya melalui proses penyerahan dan pemasrahan kekuasaan. Dan sudah bisa dipastikan ketika manusia mengerjakan sesuatu yang dipasrahkan kepadanya, hasilnya jauh</p>

⁸² Rudi Trianto dan Baharudin, "Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku Jika Kita Tak Pernah Jatuh Cinta Karya Alvi Syahrin", Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. XI No. 1, hlm. 84

dari kata sempurna, bahkan seringkali melakukan banyak kesalahan. Namun, terlepas dari itu semua, meski manusia jauh dari kata sempurna ia tidak boleh menyerah begitu saja dan hanya menerima apa yang dipasrahkan kepadanya. Justru, sebaliknya manusia harus percaya diri dan berusaha melakukan yang terbaik atas apa yang Allah pasrahkan kepadanya.

Pada tautan di tabel 9 postingan 8 di atas menampilkan postingan berbentuk audio visual dengan disertai teks utuh untuk mendukung audio dan visual yang ditampilkan dengan video berdurasi 1 menit. Postingan 8 tersebut memuat pesan yang memaparkan Asma Allah Al-Wakil yang termasuk bagian dari asma'ul husna yang berjumlah 99. Asma Allah Al-Wakil yang memiliki makna dzat yang dipasrahi merupakan sebuah mengimani Asma Allah swt dan sebagai manusia sebaik-baiknya memasrahkan setiap perkara kepada Allah swt yang memiliki dzat Al-Wakil. Bentuk mengimani asma allah al wakil sama dengan bertauhid dengan istilah tauhid asma wa sifat, maka pesan yang dibawakan ini adalah pesan akidah, yaitu keyakinan tentang iman terhadap asma Allah.

TABEL 2.9 Postingan 9 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 13/2/2023
<p>Kasih Sayang Every day “ungkapan perayaannya”-Segmen LIM PEDIA</p> <p>https://www.instagram.com/reel/CouH9QaJP1H/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Kasih sayang, cinta, kesetiaan, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan perasaan, adalah sesuatu yang kalau boleh dibilang, sangat sentimel bagi seorang manusia. Sehingga, acapkali hal macam begini diromantisir dengan berbagai macam Tindakan demi merayakannya. Hari kasih sayang. Misal ada satu hari di bulan Februari yang sampai-sampai dianggap sebagai hari kasih sayang (<i>valentina's day</i>). Tapi, jauh daripada itu, sebagai umat muslim, sebetulnya kita telah sering melakukan “perayaan” atas kasih sayang itu sendiri. Terlalu sering malah, sampai-sampai (mungkin) kita tidak menyadarinya. Tahu apa itu?</p>

Basmalah, Ya. Ucapan بسم الله الرحمن الرحيم

Sebetulnya merupakan salah satu upaya kita dalam “merayakan” apa yang kita sebut sebagai *rahmat*/ kasih sayang. Nggak percaya? Dalam *basmalah*, kita menyebutkan dua dari sekian *asma allah* yang mulia.

Arrahman dan arrohman. Keduanya memiliki arti yang sama; mengasihi/ menyayangi. Kendati demikian, praktek antara keduanya ternyata berbeda. Mengenai arrahman, kitab *I’anaḥ At-thalibiin* menjelaskan bahwa arrohman merupakan sebuah ungkapan untuk menyatakan bahwa Allah Swt. Adalah dzat yang maha memberi nikmat berupa anugerah-anugerah agung yang meliputi rizki, iman, kesehatan, pendengaran, penglihatan, dan lain macamnya. Sedangkan arrohman dijadikan sebagai ungkapan bahwa Allah Swt. Adalah dzat yang maha memberi nikmat berupa hal-hal yang sifatnya lembut, agak samar. Seperti keelokan, harta yang banyak, iman yang bertambah dan lain sebagainya. Ketika dimaknai pun acapkali demikian. Sifat arrahman dinyatakan memiliki makna yang lebih luas, ketimbang sifat arrohman. Dimana sifat *arrahman*, kasih sayangnya meliputi dunia dan akhirat. Sedangkan sifat *arrohman* hanya berkenaan dengan lingkup akhirat saja.

Nah, sampai sini bisa kita ambil pengertian bahwa *basmalah* adalah sebuah manifestasi kita, umat muslim sebagai perayaan atas kasih sayang Allah kepada makhluknya. Maka, tidak heran apabila *basmallah* selalu dianjurkan untuk dibaca setiap kali memulai hal-hal baik. Untuk apa? Untuk mengingatkan bahwa pada setiap gerak gerik aktivitas kita, senantiasa ada kasih sayang Allah yang menyertainya. Dan, bukankah sudah jamak kita ketahui bahwa *rahmat*/ kasih sayang Allah selalu mengalahkan murkanya?.

Postingan fokus pada pemaparan teks membawakan sebuah pesan dari pemilik akun kepada yang menerima pesan/ pengikut Instagram @limproduction_. Seperti di tabel 11 postingan 10 tentang perayaan hari kasih sayang atau yang terkenal dengan sebutan *valentina’s day*.

Postingan yang membahas tentang hari kasih sayang ini dibahas pada postingan dengan persamaan terhadap asma Allah Ar-Rahman dan Ar-Rahim yang terkandung pada lafal *bismillahirrahmanirrohim* yang biasa dijadikan sebagai

permulaan sebuah doa, berdoa yang merupakan bentuk dari bertauhid. Pesan yang hendak disampaikan ini merupakan bentuk pesan Akidah. Kepercayaan akan sebuah asma dan dzat Allah Maha Pengasih yaitu Ar-Rahman dan Maha Penyayang atau Ar-Rahim.

TABEL 3.0 Postingan 10 (Pesan Akidah)

POSTINGAN 15/1/2023
<p>Pohon Sawo dan Pangeran Diponegoro-Segmen LIM PERSON https://www.instagram.com/p/Cna39IdJ-gm/?igshid=YmMyMTA2M2Y=,</p> <p>Memang, sejarah mencatat bahwa rakyat Jawa telah kalah oleh Belanda, terhitung pada saat penangkapan Pangeran Diponegoro oleh Belanda pada 28 Maret 1830. Namun, semangat juang dan anti penjajah harus terus dirawat, meskipun sebatas simbolik (jika memang dianggap sebatas simbolik). Dan <i>symbol</i> itu berupa pohon sawo. Ada apa dengan sawo? Apa kaitannya dengan Pangeran Diponegoro? dan kenapa banyak pesantren di Jawa yang terdapat pohon sawo? inilah pesan singkat yang dibisikkan oleh Pangeran Diponegoro kepada Kiai Badrudin dan Kiai-kiai lain yang menjadi prajuritnya, sesaat sebelum Sang Pangeran menghilang dan diasingkan ke Manado. Para Kiai di bawah Laskar Diponegoro diperintah untuk menanam sawo di samping rumah atau di halaman pesantrennya sebagai perlambang dan sandi bahwa mereka adalah Loyalis Diponegoro. Tidak heran, banyak pesantren tua yang terdapat pohon sawo di halamannya.</p> <p>Dengan adanya sandi maka para pejuang dimudahkan dalam melakukan perlawanan, karena bisa berlindung di setiap pesantren yang terdapat pohon sawo. Jika ditelusuri lebih lanjut Sawo atau dalam Bahasa Arab berbunyi <i>Sawwu Shufufakum</i> memiliki arti rapatkan barisan. Lantas mengapa pohon sawo kecil yang dipilih? Hal ini disebabkan di rumah eyang buyut Pangeran Diponegoro, yakni di Tegalrejo, banyak tumbuh pohon sawo kecil. <i>Sarwa Becik</i>, selain itu ada anggapan kalau pohon sawo ini bisa membawa kebaikan. Maklum, dalam filosofi Jawa, sawo kecil memiliki makna “sarwa becik” atau serba baik. Panjang umur perjuangan !</p>

Dengan tautan pada tabel di atas, memperlihatkan bentuk visual dan didominasi oleh teks atau tulisan tentang tema yang

dibawakan. Postingan tersebut memiliki 1.753 penyuka postingan dan 27 komentar. Postingan yang membahas semangat juang yang dicontohkan pangeran diponegoro sama dengan memperjuangkan kebenaran.

Memperjuangkan kebenaran ialah sebuah bentuk jihad yang memiliki arti menegakkan kebenaran yang diyakini.⁸³ Tentang perjalanan melawan penjajah Belanda hingga menjadikan jejak bersejarah yakni pohon sawo sebagai persembunyian di setiap pondok pesantren untuk para pejuang peperangan di masanya.

Pesan yang diambil dan disampaikan berhubungan dengan perjuangan mempertahankan tanah jawa sebagai salah satu pulau di negara Indonesia sama dengan memperjuangkan yang hak yaitu Allah swt. Kemudian ini sama halnya dengan bertauhid atau pesan akidah.

3. Pesan Akhlak

TABEL 3.1 Postingan 11 (Pesan Akhlak)

POSTINGAN 7/1/2023
<p>Ayo Sabar-Segmen LIMSTORY https://www.instagram.com/reel/CnG7J5J_dy/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Dikisahkan di era lampau, tidak tahu tepatnya tahun kapan, ada seorang laki paruh baya bertemu dengan kawan lamanya yang memiliki derajat wali. Untuk mempermudahnya sebut saja pak wali. Yang penasaran bisa dilihat di <i>kitab Ihya Ulumuddin</i> juz ke 3 halaman 179. Selang beberapa hari setelah mereka bertemu sebentar di jalan. Pak Fulan akhirnya dolan, atau berkunjung ke rumah pak wali. Layaknya banyak orang yg ketika disambang kawan lama atau dikunjungi konco plek, pak wali suenengnya pol, pol Polan.bahagia lah pokonya.</p>

⁸³Moh. Irfan, "Jihad Perang dalam Perspektif Hukum Islam (Kajian Pemikiran Muhammad Abu Zahroh)", Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya, Vol. 5 No. 2, <https://doi.org/10.32492/sumbula.v5i2.4280>, hlm. 328

Berkunjung kalau tidak bawa jajan, ya gak berkunjung namanya, yakan. yaiya dong ngrampok namanya

“Ini kang, ada sedikit jajan, Monggo”

“Oiya ya ya siap, makasih ya kang”

Oleh pak Fulan, jajan itu diberikan pada pak wali. Jajan kemudian di pegang dan ditaruh, di sini keadaan masih normal. Lalu datanglah seorang perempuan yang ternyata adalah istri dari pak wali, belum sempat jajanan tadi dibuka, istri pak wali malah nyeroobot makanan itu nah yang aneh, bukanya terimakasih telah memberi makanan, atau minimal basa basi atau apa lah, ini engga

Si istri malah ngamuk-ngamuk bentak bentak ke pak wali tapi tetep makanannya di ambil, kan puncak komedi ya?

Tapi ya memang si, di dalam keterangannya si istri di deskripsi kan dengan syaiatul khuluk, atau buruk pekertinya. Attitude nol lah. Suasana di ruang tamu mencekam, tegang, pak Fulan akhirnya syok kan

Ini,, ini perempuan kenapaa

Setelah beberapa detik melihat puncak komedi tadi, hati pak Fulan marah, harga dirinya sebagai pria dihantam betul, karena melihat konco pleknya di maki-maki sama istrinya sendiri, ditambah ia tidak dihormati, padahal kan lagi menjadi tamu.

Tapi bagaimana dengan pak wali?

Biasa saja, biasa saja dalam arti sudah terbiasa, dan hatinya sudah mencapai taraf "selalu bisa sabar", karena saking seringnya diperlukan oleh istrinya seperti itu.

Karena marah, pak Fulan meninggalkan temannya,. Pak wali, dan masih membawa amarah yang berkobar, pak wali menyusulnya dan mengatakan. "Kang sampean inget kan, pas saya main ke rumah sampean, dan sampean menjamu banyak makanan, tapi kemudian ada kucing yg ngobrak ngabrik makanan kita trus makanan sampean di injak² kucing, digondol. Tapiiii diantara kita apakah ada yg emosi kang?"

“Oiya betul, diantara kita tidak ada yg marah ya”

Kemudian pak wali melanjutkan, “yaudah kang, anggap saja kali ini yang gondol kucing Oren, betina lagi, yaa biasa lah si oren. Mohon ikhlasnya nggih,”

Analogi yg presisi dan tutorial sabar yang sangat edukatif, akhirnya emosinya pak Fulan mereda, dan ia justru salut dan respect pada temannya yang satu ini pantas saja orang orang menyebutnya wali

Pesan moral dari cerita ini, ternyata tidak ada jaminan pasti, kalo orang Sholeh memiliki istri yg Sholehah, ya meskipun mayoritas nya sama sama Sholeh Sholehah *lha* wong setingkat wali saya bisa di takdirkan beristri yang *attitude nol*, lah apa lagi anda yang baru jadi wali murid saja ambil rapot aja males malesan, wali murid padahal.

Ya nasehat kami, kalau berumah tangga sabar, jangan sampai ngikutin *trend* mantu-mertua. Wkkw

Postingan tersebut memuat sebuah cerita tentang sabar seorang suami terhadap istrinya, yang memiliki 1.431 like dan 32 komentar. Pesan dakwah ini menggunakan audio visual dengan teks pendukung pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui cerita.

Dalam cerita disebutkan sebuah *attitude*. Attitude adalah sebuah sikap, tingkah laku, perbuatan.⁸⁴ Tingkah laku ini sama halnya dengan akhlak. Pesan Akhlak merupakan pesan dakwah yang menyangkut akhlak-akhlak manusia, asal kata akhlak ini adalah *khulq*, *khuluq* artinya berbudi pekerti.⁸⁵ Cerita yang membawakan bagaimana dalam beretika dalam berhadapan di depan tamu, kemudian tokoh pak wali yang memiliki sifat sabar luar biasa terhadap istrinya. Cerita ini mengandung makna sebuah pesan akhlak.

Demikian dicontohkan pada bagaimana seorang pak wali yang dijuluki wali. Wali Allah secara bahasa adalah seseorang yang dipercaya atau pelindung. Dalam Al-Qur'an menjelaskan wali Allah berarti orang yang beriman dan bertakwa. "*Ingatlah bahwa sesungguhnya wali-wali Allah itu tidak ada kekhawatiran pada mereka dan tidak pula mereka yang bersedih hati. Yaitu orang-orang yang beriman dan mereka selalu bertakwa.*"⁸⁶

⁸⁴ <https://kbbi.portal.id/arti-attitude/>, diakses pada 27 juni 2023

⁸⁵ Rudi Trianto, Bahrudin, "Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku Jika Kita Tak Pernah Jatuh Cinta Karya Alvi Syahrin", Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 11, No. 1. hlm. 85

⁸⁶ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Wali>, di akses pada 6 Juni 2023

Julukan wali ini tidak sembarangan dinamai untuk beliau, ini dikarenakan sifat sabar terhadap istrinya sampai-sampai teman dekatnya pun merasa heran pada kondisi dengan tindakan yang dilakukan pak wali.

TABEL 3.2 postingan 12 (Pesan Akhlak)

POSTINGAN 17/1/2023
<p>Rehat Pikir Sejenak “Menolak Overthinking”-Segmen LIM PEDIA</p> <p>https://www.instagram.com/p/CngBIL0JFeB/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Manusia sebagai makhluk yang memiliki “cipta” yaitu kekuatan pikiran untuk menciptakan sesuatu, tentunya tidak pernah berhenti untuk berpikir dan terus berpikir. Tetapi, pikiran berlebihan ternyata nggak baik lho..</p> <p>Banyak dari kita, ketika melihat orang lain sukses mendadak berpikiran tentang hal-hal yang telah lewat; “andai dulu gue gini”. Juga pernah berandai-andai tentang masa depan, impian yang terlalu jauh untuk digapai. “gue kelak harus begono begini biar gak kaya si dia”. Stop! cukup. Tak usah kamu lanjutkan karena hal ini nggak akan ada habisnya. Ambisi berlebihan dan obsesi yang tidak dapat dikendalikan tentu dapat merusak, meracuni dan membebani pikiran serta mengganggu kesehatan mental. Yaitu terlalu berpikir berlebihan/ overthinking.</p> <p>“istirahatkanlah dirimu dari berpikir keras. Maka jangan lagi kau pikirkan apa yang dilakukan oleh selainmu” (Ibnu Athaillah As-Sakandari, Al-Hikam)</p> <p>Syekh athaillah mengajak kita bersikap simple dengan tidak terlalu ngurusin hal yang nggak penting berkaitan dengan orang lain. Hal ini sederhana konsep hidup: makan sesuap nasi untuk hidup, punya sepetak rumah untuk berteduh, dan ada pakaian barang beberapa helai untuk menutup aurat. Dan yang lebih penting lagi Bahagia dan Bersyukur.</p> <p>Oke, pada bagian ini, kita seolah disuruh untuk tidak peka pada hal-hal yang berhubungan dengan oranglain, padahal nggak juga. Maksud syekh Athaillah sendiri adalah kita disuruh rehat sejenak, sejenak saja!</p> <p>Berhenti memikirkan apa-apa yang orang lain lakukan untuk meregangkan saraf-saraf pikiran kita. Bukan berarti bersikap</p>

bodoamat... maka dari itu, anjuran Syekh Athaillah tadi adalah upaya kita untuk menjaga tatanan jiwa kita. Biar tidak remuk begitu saja Cuma karena terlalu kita paksa untuk kerja kerja dan kerja ! ingat kita manusia bukan mesin !

Postingan di atas memiliki teks sebagai alat, kemudian dengan visualisasi untuk mendukung pembahasan yang ada pada teks tersebut. memiliki 1.819 *likes* dan 7 komentar. Pada postingan di atas tentang berfikir berlebihan ini menyangkut tentang keraguan terhadap kepercayaan. Berfikir yang berlebihan akan mengantarkan pada perasaan cemas dan mempengaruhi kondisi mental dan konflik internal. Karena Allah swt sendiri menggambarkan jiwa yang tenang dalam al-qur'an dibandingkan dengan orang yang terbalik dan khawatir jarang melihat dalam kondisi pikiran yang damai.⁸⁷

Keyakinan tentang sesuatu yang didobrak dengan adanya keraguan ini dijelaskan oleh Syekh Athaillah di postingan bahwa baiknya mengistirahatkan pikiran supaya tidak berpengaruh untuk kemudian menimbulkan kemadhorotan seperti sikap bodoamat dan lain sebagainya. Pesan yang dikehendaki ini menyangkut tentang akhlak yang perlu diterapkan dengan seyogianya dengan membawakan kemaslahatan bagi jiwa.

TABEL 3.3 Postingan 13 (Pesan Akhlak)

POSTINGAN 30/1/2023
<p>4 Teladan Syekh Mutawali Asy-Sya'rawi-Segmen LIM PERSON</p> <p>https://www.instagram.com/p/CoBqtLFpmt0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Untuk mendapatkan inspirasi hidup dan keteladanan, sebenarnya mudah, cukup dengan menyempatkan sedikit waktu untuk mengamati dan menemukan teladan “apa” dari orang sekitar</p>

⁸⁷ Tika Setia Utami, Safria Andy, Dampak Overthinking dan Pencegahannya Menurut Muhammad Quraish Shihab Studi Surah Al-Hujurat Ayat 12, Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies, Vol. 2 No. 2, <https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v2i1.49>, hlm. 21

kita. Demikianlah teori sederhananya. Namun, melewatkan keteladanan dari Syekh Mutawalli As-Sya'rawi, yang mendapat julukan imam ad-Du'at (pemimpin para da'i), agaknya rugi banget deh! Engga mau rugi *kan?* yuk kita meneladani beliau bareng-bareng!

1. Berbakti pada orang tua

Pernah ngalamin kehendak orang tua berseberangan sama kemauan kita? sama! Tapi tetep manut orang tua kan? Bagus ! terlebih kalau orang tua memilihkan hal-hal yang sebenarnya lebih maslahat buat kita. Cuma kita-nya ajha yang...hhempm

As-sya'rawi muda juga pernah demikian, karena banyak teman sebayanya waktu itu lebih memilih Bertani ketimbang belajar, beliau pun ingin seperti mereka, yakni bertani. Namun karena membantah pun tidak berani, akhirnya As-sya'rawi muda menuruti kemauan orang tua yakni mondok dan belajar di Universitas Al-Azhar Kairo. Bi barokati baktinya pada orang tua, kelak beliau mendapatkan kemuliaan dunia-akhirat, yakni menjadi ulama', pendakwah, dan Ahli Tafsir.

2. Cinta ilmu dan Produktif, untuk mendapatkan ilmu yang manfaat-barokah, menumbuhkan cinta pada ilmu adalah keharusan. Terlebih ilmu yang dapat mengantarkan kita selamat dunia-akhirat. Bukankan begitu sobat? Caranya dengan apa? Minimal Langkah awal kita adalah dengan membaca. Dan kecintaan akan ilmu telah beliau teladankan pada kita. Coba bayangpun! Ada 20 lebih kitab dengan beragam fan yang telah beliau tulis. Sedangkan menulis tanpa membaca sepertinya... enggak ada ceritanya. Iya kan? Bayangkan, beberapa banyak referensi yang telah beliau baca. Lalu dengan menulis, kita akan mengabadikan hasil buah pikir kita dengan runtut dan terstruktur. Terlebih kalau produktif. Kalaupun memang menulis bukan pesyen kita, sifat produktif hal lain tetap harus kita punya, oke?

3. Cinta umat, banyak ulama mengakui kalau Syekh Mutawalli As-Sya'rawi memiliki kemampuan mengolah dan menyampaikan kata yang mudah dipahami banyak orang. Padat ringkas, dan indah. Lisannya yang fasih dan metode penafsirannya yang mudah lagi indah, membuat

ceramah-ceramahnya mudah dicerna oleh berbagai lapisan masyarakat, baik di Mesir (tempat kelahirannya), maupun di berbagai penjuru dunia. Sehingga beliau diberi gelar Imam as-Du'at (imam para da'i) oleh rekan sejawat sesama ulama di Mesir.

Dari pemaparan indahnyanya dalam menafsirkan Al-Qur'an, oleh penerbit Akhbar al-Yaum, dokumentasi ceramah-ceramah Syekh mutawalli yang menjelaskan tafsir Al-Qur'an ini dikodifikasi oleh tim penerbit. Keindahan bahasanya yang memahamkan banyak kalangan ini adalah wujud kecintaannya pada umat. *Btw*, kitab tafsirnya ini Bernama Tafsir Khawatir al-Imam Muhammad Mutawali As-Sya'rawi, dan berjumlah 20 jilid lho!

4. Pribadi yang dekat dengan realita

Banyak nasihatnya yang dekat dengan realita kehidupan kita seperti:

إن كنت لا تعرف عنوان رزقك* فإن رزقك يعرف عنوانك

“jika kamu tidak tahu alamat tempat rezekimu, maka ketahuilah rezekimu tahu alamat tempatmu.”

من ابتغى صديقا بلا عيب عاش وحيدا* من ابتغى زوجة

بلا نقص عاش أغربا

“siapa yang ingin mencari teman yang sempurna (tanpa aib), maka hidupnya akan sendirian (karena tiada teman yang sempurna). Siapa yang ingin mencari istri yang sempurna (tanpa kekurangan), maka hidupnya akan jomblo (karena tidak ada istri yang tanpa kekurangan).”

إذا أخذ الله منك مالم تتوقع ضياعه* فسوف يعطيك

مالم تتوقع تملكه

“jika Allah mengambil sesuatu darimu yang tak kau sangka, maka kelak Allah akan memberimu sesuatu yang tak kau sangka kau miliki.”

Postingan di atas memuat visual teks dan memiliki 1.975 likes dan 8 komentar. Postingan yang membahas kewajiban untuk memosisikan kedua orang tua sebagai tauladan dan selalu

menaati perintahnya dianjurkan oleh Allah dalam Firman-Nya QS. Al-Ahqaf ayat 15, “Dan kami perintahkan kepada manusia agar berbuat baik kepada kedua orang tuanya,⁸⁸ Perintah ini memiliki kesesuaian dengan salah satu poin yang ada pada postingan 14 diatas.

Postingan tersebut memiliki tiga poin besar, pertama tentang bakti kepada orang tua, kedua, cinta terhadap ilmu, ketiga, cinta kepada umat. Berbakti kepada kedua orang tua atau *birul walidain* yang ada pada postingan diatas adalah sebuah pesan akhlak yakni bagaimana adab yang semestinya diterapkan untuk kedua orang tua sebagai seorang anak. Berbakti didalamnya terdapat aktivitas menerapkan tata krama yang layak dalam bersikap, cinta terhadap ilmu merupakan bentuk adab menjaga anugerah Allah kepada manusia berupa otak untuk berfikir dan ilmu untuk kebutuhan manusia. Maka pesan yang disampaikan memberi arti pesan akhlak berupa *birul walidain*.

TABEL 3.4 Postingan 14 (Pesan Akhlak)

POSTINGAN 31/1/2023
<p>Tutorial Bertemu Nabi Khidir-Segmen LIM PEDIA https://www.instagram.com/p/CoEFoxHpKsV/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>Nama Nabi Khidir tentu sudah tentu sudah tidak asing di telinga orang banyak. Nabi dengan nama asli Balya bin Malkan ini sudah masyhur akan cerita-cerita dimana beliau bertemu banyak tokoh penting mulai dari para wali, kekasih Allah hingga Nabi dan Rasul. Selain itu, beliau terkenal karena dikaruniai umur panjang ila yaumil qiyamah. Juga beliau sering berkeliling dan acapkali memberikan “pengajaran khusus” hanya untuk “orang khusus”</p>

⁸⁸ Shoma Noor Firda dan Siti Malaiha Dewi, “Analisis pesan akidah, akhlak dan syari’ah dalam Novel Hati Suhita Karya Ning Khilma Anis”, At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 8 No. 2, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.11937> ,hlm. 249

itu artinya orang yang bertemu dengan beliau adalah bukan orang-orang sembarangan. Nah, untungnya nih, Limin baru aja nemu cara ketemu nabi khidir lewat mimpi. Penasaran? Swipe yok!

Jadi begini, dahulu kala, ada sebuah kisah. Kala itu Syekh Bilal Al-Khawwash bercerita bahwa dirinya sedang tidur. Lantas dalam tidurnya itu, beliau bermimpi berjumpa Nabi Khidir. Terjadilah dialog antara beliau dengannya. Dalam kesempatan itu, Syekh Bilal Al-Khawwash menyempatkan diri untuk bertanya; “wahai Nabi Khidir! Apa pendapatmu mengenai Syekh Bisyr?”, “wah dia adalah orang yang tidak akan pernah bisa digantikan oleh siapapun setelahnya”, jawab Nabi Khidir. “Iya terus.. Kalau beliau, Imam Ahmad Bin Hambal. Menurut panjenengan, beliau orang seperti apa?”, lagi syekh bilal bertanya. “sungguh, Imam Ahmad bin Hambal adalah orang yang jujur.”

“nah, kalau Abi Tsaur? Beliau bagaimana?”, “nah kalau Abi Tsaur, menurut saya adalah gambaran sosok seorang pencari kebenaran.” Percakapan berlanjut sampai akhirnya Syekh Bilal menanyakan pertanyaan penting (yang kita tunggu-tunggu ini); “lah terus, saya bisa bertemu panjenengan begini, sebab lantaran apaya?” nabi Khidir pun menjawab “itu karena kamu berbakti pada ibumu” Sampai sini paham ya? Itu dia ternyata, hal yang membuat Syekh Bilal Al-Khawwash bisa berjumpa dengan nabi Khidir adalah, sebab ia berbakti kepada ibunya. Bukan karena amalan-amalan aneh kok!

Jadi, kalau kalian pengen bisa mimpi bertemu Nabi Khidir, kalian bisa kok meniru apa yang dilampahi Syekh Bilal. Gimana? siap bertemu nabi khidir?

Melalui analisis media siber dengan yang difokuskan pada teks yakni level dokumen media. Dengan adanya tautan yang diuraikan menjadi teks secara utuh, teks ini didukung dengan adanya audio, visual dan lain sebagainya.⁸⁹ Adapun postingan 15 di atas yang membagikan postingan di media sosial Instagram membahas mengenai tutorial bertemu nabi khidir, dengan menyuguhkan visualisasi yang disertai teks *caption* pada keterangan.

⁸⁹ Rulli Nasrullah, “Teori dan Riset Media Siber (*cybermedia*)” (Jakarta:Pernadamedia Group: 2014), Hlm. 207

Postingan dengan tema tutorial bertemu nabi khidir ada postingan mencontohkan seorang Syekh Bilal yang bercakap-cakap dengan Nabi Khidir, yakni berbakti kepada orang tua memberikan sebuah karunia yakni dapat bertemu dengan nabi Khidir. Berbakti kepada kedua orang tua merupakan sebuah etika, adab, akhlak atau perbuatan yang harus dilakukan seorang anak kepada kedua orang tua. Berbakti ini sepadan dengan akhlak.

b. Klasifikasi Pesan Pada Postingan

Penelitian pada konten untuk melihat isi teks di akun @limproduction_ diambil pada postingan di bulan Januari dan berjumlah 14 postingan. Secara keseluruhan konten dalam akun @limproduction_ berisi tentang pesan akidah, syariah, dan akhlak. Namun pesan yang paling dominan pada penelitian yang diambil pada periode bulan Januari adalah pesan akidah. Adapun klasifikasi konten sebagai berikut:

Tabel 4.2 Klasifikasi Pesan Pada Akun @limproduction_ bulan Januari

NO	Pesan Agama	Jumlah Postingan
1.	Pesan Syariah	3
2.	Pesan Akidah	7
3.	Pesan Akhlak	4

Pada fitur *Reels*, Akun @limproduction_ mempunyai beberapa segmen salah satunya Dawuh Yai berbentuk video petikan ceramah dari Agus M. Iqdam Kholid. Berikut Gambar 4.1 segmen Dawuh Yai di bawah ini yang berjudul “Jadilah Ahli Sholawat” dengan pemateri.



Gambar 2.1

Postingan segmen Dawuh Yai, pemateri Agus M. Iqdam Kholid.

Sumber:

<https://www.instagram.com/reel/CtydNLPJ47M/?igshid=MzRLODBiNWFLZA>,
diakses pada 27 juni 2023 pukul 23.50

Postingan berbentuk audio visual dengan didukung teks berisi
“Estu-estu Insyallah wong nek ahli sholat atine padang pikirane padang. Mulakno wonten dawuhipun ulama” artinya: *Yakinilah insyaallah orang yang ahli sholat hatinya terang pikirannya terang. Maka dari itu ulama’ berkata*

أدم الصلاة علي الحبيب محمد* فقبولها حتما بغير تردد

Terus meneruslah kamu membaca sholat kepada Nabi Muhammad SAW, maka diterimanya sholatmu itu pasti tanpa keraguan. اعملنا بين القبول وردها amal kita diantaranya ada yang diterima ada yang ditolak, الا الصلاة علي النبي محمد Kecuali membaca sholat kepada Nabi Muhammad SAW.

Pada petikan dawuh yang ada pada postingan Dawuh Yai memiliki suatu ciri khas yaitu bahasa jawa *“Estu-estu Insyallah*

wong nek ahli sholawat atine padang pikirane padang. Mulakno wonten dawuhipun ulama” jika dimaknai, kalimat tersebut menggunakan bahasa Jawa Krama Inggil/ Krama Halus. Sebuah bahasa yang pemakaiannya digunakan untuk berbicara dengan orang yang dihormati atau orang yang lebih tua.⁹⁰

Kemudian penulis menemukan artefak budaya pada aktivitas di dokumen media yaitu penggunaan kata “limin” yang biasa digunakan untuk pemilik akun @limproduction_ dari para pengikut akun. Kata “limin” di sini merupakan dua kata yang digabung menjadi satu, Lim dan min, yang berarti admin dari Lim. Admin adalah arti dari Administrator yakni direktur perusahaan, penata usaha, pengusaha atau pembesar setempat.⁹¹

Ada beberapa komentar di postingan yang juga menggunakan kata “kang”. Adapun sebutan *Kang*, *cak*, dan *mbak* merupakan istilah sapaan akrab yang biasa digunakan di pondok pesantren untuk digunakan memanggil antar sesama santri laki-laki.⁹² Kang disini diistilahkan dengan penggunaan kata kakang, kak/ kakak.⁹³ Kata ini merupakan panggilan atau sebutan dari *followers* untuk sesama pengguna, tidak jarang juga panggilan untuk admin/ pengelola lim.

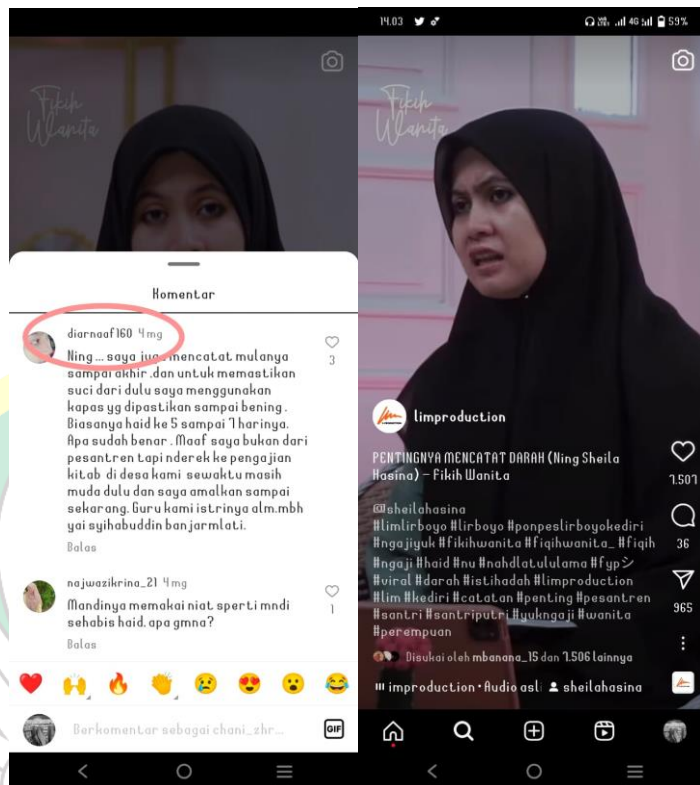
Ada yang menarik pada beberapa postingan yang dalam aktivitasnya dengan pemateri tertentu mencantumkan sebutan *Ning*. Berikut ada pada gambar 2.2 lebih jelas ditampilkan dokumennya.

⁹⁰ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Krama>, diakses pada 27 Juni 2023, Pukul 22.38

⁹¹ <https://kbbi.web.id/administrator>, diakses pada 30 Maret 2023, pukul 10.07 WIB

⁹² Millatuz Zakiyah, “Makna Sapaan di Pesantren : Kajian Linguistik-Antropologis, Jurnal Leksema, (2018) Vol. 3 No 1, <https://doi.org/10.22515/ljbs.v3i1.1014>

⁹³ <https://www.kbbi.co.id/arti-kata/kang>, diakses pada 14 April 2023, pukul 06.30 WIB



Gambar 2.2

Postingan *Reels* dengan Istilah sapaan “Ning”

Sumber:

<https://www.instagram.com/reel/CszzVUEpaSF/?igshid=MzRLODBiNwFLZA>

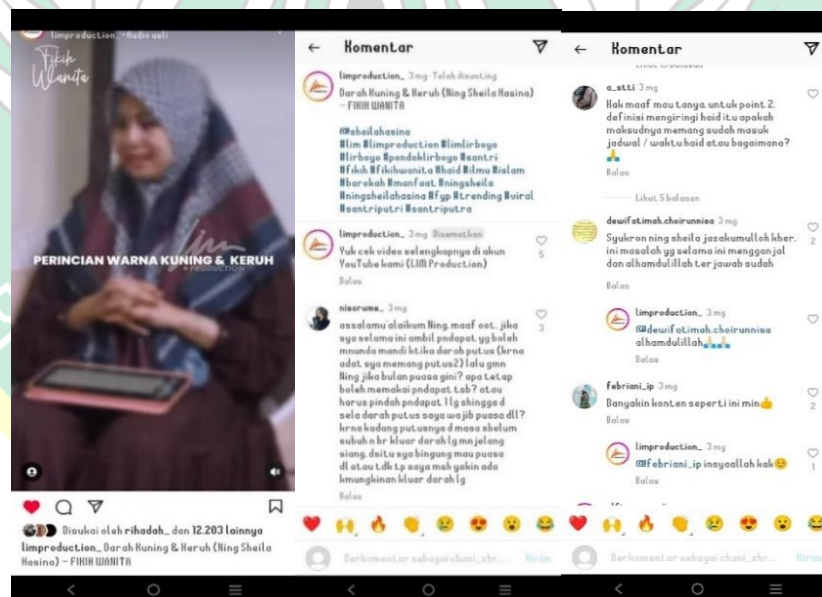
Pada gambar 2.2 di atas pengguna menanyakan persoalan tentang materi yang dibawakan dengan menyebut “ning” baru dilanjutkan dengan persoalan yang ditanyakan. Tidak hanya pengguna, pengelola akun juga mencantumkan Ning pada penyebutan nama dari pemateri “Ning Sheila Hasina”. Ning adalah sebutan atau gelar bagi keturunan kyai bagi perempuan. Filosofi dari Ning sendiri ini berasal dari bahasa jawa “*beningno ati*” yang berarti jernihkan hati.⁹⁴ Jadi bisa disimpulkan bahwa secara teks panggilan tersebut selain menjadi kebiasaan atau budaya untuk berinteraksi dengan keturunan kyai untuk perempuan.

⁹⁴ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ning>, diakses pada 27 Juni 2023 Pukul 10.16

3. Level Objek Media (*Media Object*)

Pada level objek media akun @limproduction_, peneliti melihat ada aktivitas interaksi secara dua arah. Komunikasi dua arah yang terjadi karena terdapat aktivitas menyukai (*like*) postingan, komentar. Peran *like* pada level objek media dianggap sebagai media komunikasi *non-verbal*. Artinya pengikut dapat menanggapi dan menilai konten dengan memencet tombol *like* saja.

Adapun komunikasi verbal dapat dilakukan dengan meninggalkan tanggapan pada komentar di postingan yang sudah dibagikan. Beberapa interaksi yang sudah disebut sebelumnya ada pada setiap postingan. Berikut salah satu contoh yang dimaksud ada pada gambar 2.3 di bawah ini.



Gambar 2.3

Segmen membahas fikih Wanita dan sebagian komentar postingan Bersama Ning Sheila Hasina

Sumber:

<https://www.instagram.com/reel/CqJyvkDxkP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Diakses pada 14 April 2023⁹⁵

⁹⁵ Segmen Pembahasan fikih Wanita (Perincian Darah Warna Kuning Keruh), sumber: <https://www.instagram.com/reel/CqJyvkDxkP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Diakses pada 14 April 2023

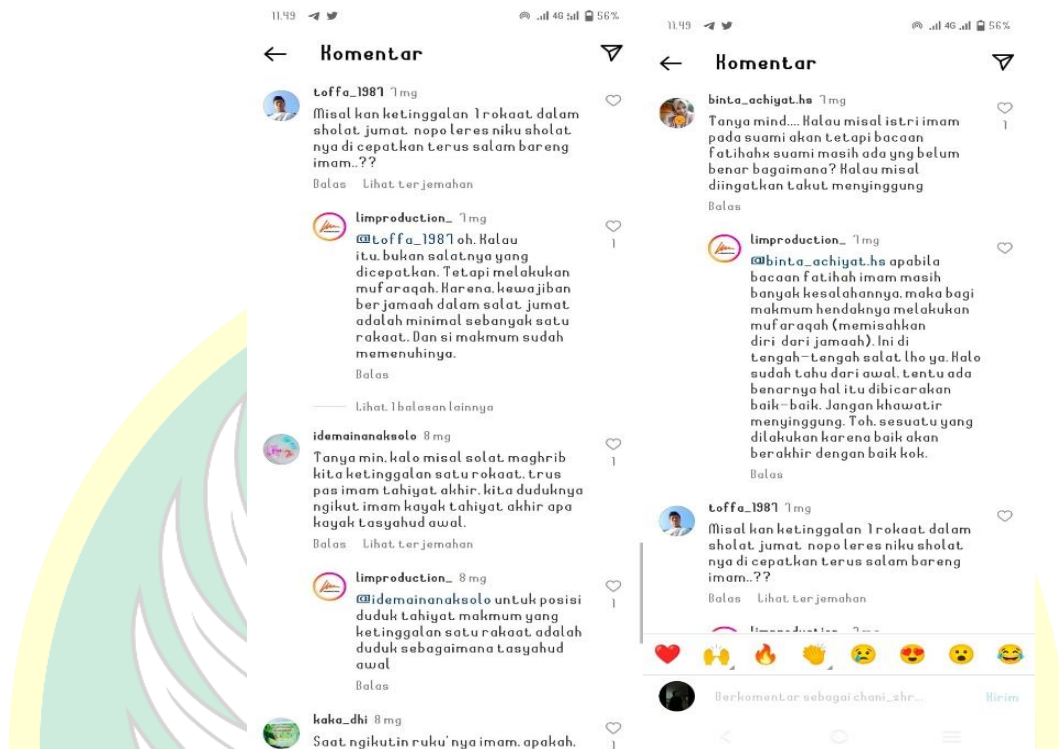
Pada gambar 2.3 di atas mengenai pembahasan Fiqih Wanita yang dibawakan oleh Ning Sheila Hasina, pada postingan ini bentuknya video secara langsung narasumber memperinci penjelasan pada tema yang dibahas yakni “warna darah haid pada seputar fiqih wanita”. Pada postingan di atas terdapat jumlah yang menyukai (*like*) postingan sebanyak 12.203 dan yang meninggalkan komentar sebanyak 81 komentar.

Melalui komentar terjadi aktivitas bertanya para pengikut terhadap postingan yang di *upload*, selainnya juga ada aktivitas mendukung terhadap konten yang dibagikan. Seperti pada gambar 2.3 paling kiri, @febriani_ip meninggalkan komentar “banyakin konten seperti ini min” dengan memberikan *emoticon* jempol. *Emoticon* jempol ini yang kemudian menjadi simbol yang memiliki arti menyukai. Disini terjadi komunikasi verbal melalui teks yang ditinggalkan di kolom komentar oleh @febriani_ip.

Selain interaksi antara pengelola dan pengikut seperti meninggalkan jejak komentar pada postingan yang diunggah @limproduction_, terdapat juga aktivitas *mention* yang berfungsi memanggil atau menyebut pengguna Instagram lain di kolom komentar. Namun ada hal menarik yang terjadi di kolom komentar, dimana tercipta ruang diskusi, akibat postingan yang di bawakan.

Pada akun @limproduction_ ini, model interaksi antara pengikut dan pengelola akun dapat terjadi melalui kolom komentar, *Chat* atau mengirim pesan melalui *direct message* (DM), dan *Mention*. Interaksi yang terjadi antara admin atau pemilik akun Instagram @limproduction_ dengan pengikut akun terjalin komunikasi melalui DM (*direct message*), terjadi juga aktivitas menyukai ketika pemilik akun Instagram membagikan postingan, selain menyukai juga ada aktivitas diskusi, pengikut akun @limproduction_ yang menanyakan beberapa hal yang

ingin ditanyakan berkaitan dengan postingan yang dibagikan. Seperti pada gambar 2.4 dibawah ini.



Gambar 2.4

Aktivitas diskusi pada kolom komentar di postingan

Sumber:

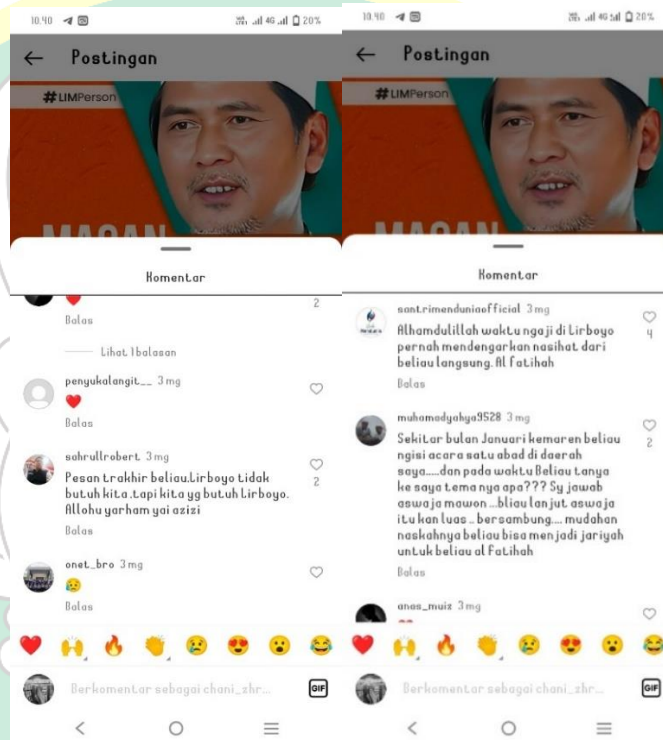
https://www.instagram.com/p/CoTbR_2JYmQ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Diakses pada 1 April 2023

Pada gambar 2.4 di atas tercipta aktivitas diskusi pada kolom komentar, seperti @toffa_1987 menanyakan "misalkan ketinggalan 1 rakaat dalam sholat jumat nopo leres terus salam bareng imam..??" dan dijawab oleh pemilik akun @limproduction_ "oh kalau itu, bukan shalatnya yang dicepatkan, tetapi melakukan mufaraqah. Karena, kewajiban berjamaah dalam shalat jumat adalah minimal sebanyak satu rakaat. Dan si makmum sudah memenuhinya." Ada juga pertanyaan lain dari akun @idemainanaksolo, "tanya min, kalo misal shalat maghrib kita ketinggalan satu rakaat terus pas Imam tahiyat akhir kita duduknya ngikut imam kayak tahiyat akhir apa

kaya tasyahud awal”, kemudian di jawab oleh @limproduction_ “untuk posisi duduk tahiyat makmum yang ketinggalan satu rokaat adalah duduk sebagaimana tasyahud awal.”⁹⁶

Kemudian penulis juga menemukan *sharing* pengalaman yang dipaparkan pada kolom komentar, dengan dilanjut terjadi aktivitas mengirimkan do’a kepada pemateri yang terkait.



Gambar 2.5

Sharing pengalaman ngaji dengan Pemateri pada Postingan
Sumber:

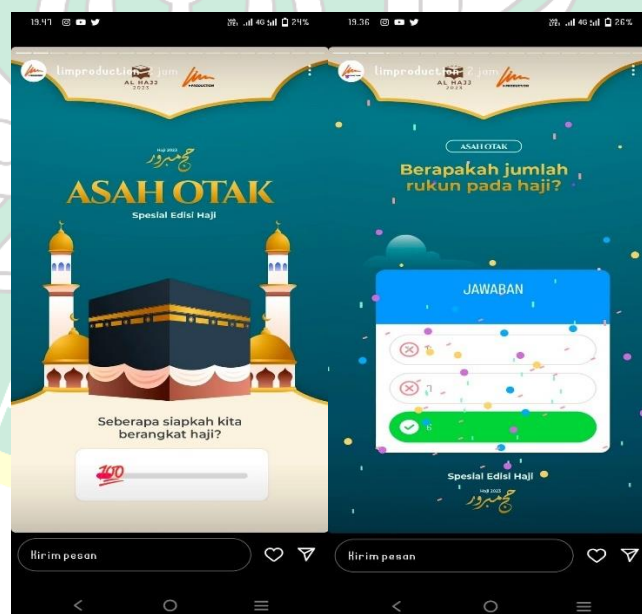
<https://www.instagram.com/p/CtL3tg2pWet/?igshid=MzRL0DBiNWFLZA==>,
diakses pada 27 Juni 2023

Aktivitas *sharing* pengalaman dan pesan dakwah seperti komentar pada gambar di atas yang dilampirkan @Sahrulrobert “pesan terakhir beliau lirboyo tidak butuh kita, tapi kita yang butuh lirboyo”. Ada juga komentar milik @muhamadyahya.9528 berisi “Sekitar bulan januari kemaren beliau ngisi acara satu

⁹⁶ Catatan pada kolom komentar yang ditinggalkan informan pada postingan, pada 1 April 2023

abad di daerah saya.. dan pada waktu beliau tanya ke saya temanya apa??? Saya jawab aswaja mawon.. beliau lanjut aswaja itu kan luas.. bersambung.. mudahan naskahnya beliau bisa menjadi jaryiah beliau, al fatihah”. Kedua komentar tersebut sama-sama membagikan pengalaman tentang pertemuan dengan pemateri yaitu K.H. Azizi Hasbulloh, Blitar.

Ada juga hal menarik yang peneliti lihat, ada segmen untuk mengasah pengetahuan *followers* tentang tema yang sedang update. Sesi tersebut dijadwalkan malam jum'at saja oleh akun @limproduction_ dengan tema “Asah otak”, sesi yang isinya soal-soal untuk mengasah otak. Dimana pada *stories* segmen ini menyediakan pertanyaan beserta pilihan ganda, dan ketika ikut meng-*klik* opsi pilihan ganda, maka akan secara otomatis mengetahui jawaban yang benar dan jawaban yang salah. Berikut gambaran dari *stories* segmen asah otak seperti gambar 2.6 di bawah ini.



Gambar 2.6

Sesi Asah Otak khusus Malam Jum'at

Sumber: Stories akun Instagram @limproduction

Diambil pada 22 Juni 2023 pukul 19.36



Gambar 2.7

Sesi Tanya Jawab setelah Segmen Asah Otak khusus Malam Jum'at

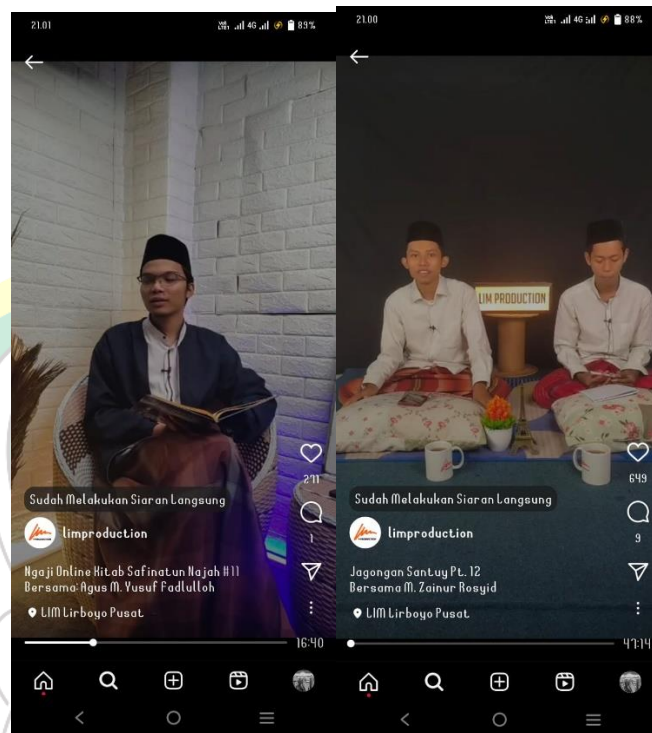
Sumber: Stories akun Instagram @limproduction

Diambil pada 22 Juni 2023 pukul 19.36

Model interaksi antara pengelola akun dengan *followers* pada akun Instagram @limproduction_ juga ada setelah segmen Asah Otak. Pemilik akun membuka sesi pertanyaan untuk para *followers* terkait tema yang diangkat. Seperti pada gambar 2.7 di atas yang mengangkat tema Haji sesuai dengan bulan juni 2023 atau Bulan Dulhijjah 1444 Hijriah.

Pada fitur *reels* juga terdapat budaya komunikasi melalui Edisi #Ngaji Online dan Jagongan Santuy. Kedua edisi ini ada pada saat bulan ramadan dengan melalui siaran langsung. Siaran langsung seakan mengajak mengaji secara *online* dan diskusi secara *online* dimana setiap yang mengikuti siaran langsung dapat menyaksikan atau memberikan *feedback* atau bahkan memberikan pertanyaan terhadap tema-tema yang sedang diperbincangkan. Namun bagi yang ketinggalan tidak mengikuti siaran langsung maka dapat melihatnya di fitur *reels* yang sudah

tersimpan. Berikut dokumentasi dari Edisi Ngaji Online dan Jagongan Santuy.



Gambar 2.8

Edisi Ngaji Online dan Jagongan Santuy

Sumber: <https://www.instagram.com/tv/CrBSSu7pIp9/?ihshid=MzRIODBiNWFIZA==>, diakses pada 29 Juni 2023 Pukul 21.03

Pada Edisi Ngaji online seperti gambar sebelah kiri di atas dilakukan secara langsung melalui *live streaming* Instagram dengan jadwal yang ditentukan. Pelaksanaannya terdapat pemateri yang menggunakan kajian dengan kitab kuning seperti pada gambar pelaksanaannya dengan Kitab Safinatunnajah. Kemudian setiap yang menonton memiliki kesempatan untuk menyimak, mencatat dan bertanya saat kesempatan dipersilahkan.

Kemudian pada edisi jagongan santuy (Duduk Santai) ini edisi yang mana terdapat *host* yang memotori jalannya edisi dan terdapat narasumber yang menjadi pemateri dan membawakan tema yang dibahas. Pada edisi jagongan santuy ini seorang *host*

membacakan pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya sudah diajukan oleh *followers* yang kemudian dijawab oleh pemateri pada edisi jagongan santuy ini. Sama seperti Ngaji Online, setiap pengikut dapat memiliki kesempatan untuk mendapatkan materi, menanggapi melalui komentar yang disediakan. Sehingga tercipta aktivitas komunikasi dan diskusi di edisi ini.

Aktivitas lain seperti *repost* postingan yang sudah dibagikan juga sering dilakukan oleh pengikut. Berdasarkan wawancara secara online beberapa pengakuan beberapa informan menjawab sering merepost postingan yang dibagikan. Dan ada yang tidak begitu sering.

“enggga sering, Cuma yang menurut saya relate sama temen-temen saya saja.” Kata Isyfina af Ida.

“lumayan sering kak,” kata Mumtazah lailalmuna.

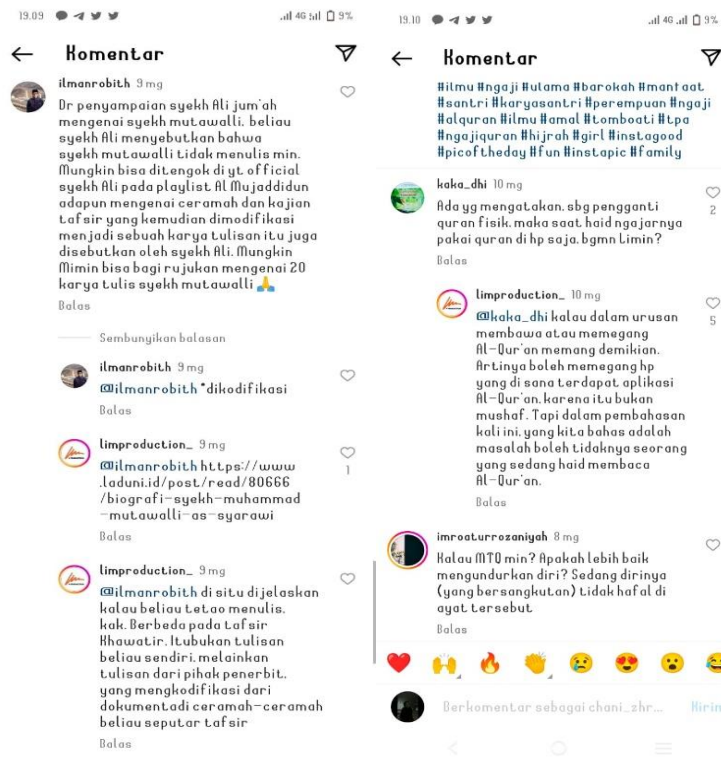
“sering, tapi biasanya saya repost di WA karena peluang interaksinya lebih besar sehingga bisa sama-sama belajar atau sekedar bertukar pikiran” kata Fikri Utami.

“ngga sering si mba, kadang-kadang ajaa misal emang bener-bener tertarik sama postingan mereka ya saya repost hehe” kata Risalatul Muawanah.

“Untuk repost saya jarang mba, tidak pernah repost malah. Hanya nge-*share* saja ke temen”, kata Biduha Rahmatana.⁹⁷

Pada jawaban wawancara beberapa informan diatas, tiga diantaranya mengaku tidak terlalu sering merepost, hanya di beberapa situasi yang sesuai dengan kehidupan dan memiliki kesamaan terhadap lingkungan sekitar. Adapun dua yang lainnya lebih sering merepost unggahan media @limproduction_.

⁹⁷ Wawancara secara virtual melalui direct message di Instagram dengan informan pada 3 April 2023 Pukul 13.52



Gambar 4.5

Aktivitas kontra pendapat dari pengikut akun pada postingan
@limproduction_ diakses pada 14 April 2023

Sumber :

<https://www.instagram.com/p/CoBqtLFpmt0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Ada hal menarik yang peneliti temukan, seperti yang ada pada gambar 4.5 di atas, terjadi perbedaan pendapat dari lontaran komentar yang dilakukan oleh @ilmantrobit tentang postingan, kemudian dibalas oleh admin @Limproduction_ dengan membuktikan sumber/referensi berdasarkan tulisan yang di *publish* di *feed*.

Berdasarkan wawancara dengan *followers* terdapat beberapa jawaban dari informan mengenai pertanyaan terkait bagaimana tanggapan admin ketika dalam diskusi semisal ada yang berbeda pendapat pada kolom komentar.

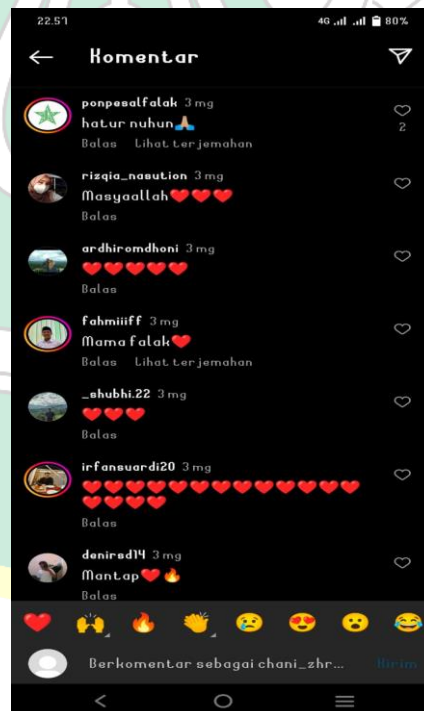
“menurut saya, mungkin kalau untuk *feed* sendiri agak kurang ya, tapi kalau untuk Q n A story menurut saya enak karena memperlihatkan perbedaannya lalu di akhir story akan diberikan kesimpulan” kata Fikri Utami

“enak, adminnya asiik”, kata isyfina af Ida.

“enak si, waktu itu pernah ada kesalahan saat penyampaian materi, dan ada jawaban yang lebih kuat dari jawaban yang mereka sampaikan. Dan mereka menerima itu, kemudian memposting ulang jawaban yang benar.”, kata Risalatul Muawanah.⁹⁸

“Admin limproduction_ sangat terbuka dan fleksibel dengan perbedaan pendapat, saya sering melihat Live streaming Lim selama puasa ini. saya suka pembawaan diskusi mereka yang terkesan santai namun tetap serius, serta fokus pada pembahasan utama.” kata Biduha Rahmatana.

Tidak jarang juga peneliti menemukan komentar yang memberikan tanda hati (*love*) yang menandakan menyukai konten, ada komentar lain yang berisi emoji tepuk tangan, emoji api terbakar yang memiliki arti semangat, beberapa ada yang mengartikan emoji ini memiliki makna “luar biasa”. Seperti gambar 4.6 dibawah ini.



Gambar 4.6

Aktivitas di kolom komentar yang meninggalkan emoticon love

Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CqRyE6upPdI/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>,

Diakses pada 16 April 2023

⁹⁸ Wawancara online secara virtual via direct message dengan informan pada 2 April Pukul 23.55 WIB

Peneliti juga menemukan aktivitas men-tag (@) diikuti dengan nama akun lain. Seperti yang ada pada gambar 4.6 di atas, ini dilakukan untuk mengundang temannya dengan tujuan mengajak, membaca materi yang sudah dibagikan akun @limproduction_, ataupun mengundang dengan memberi tahu keadaan yang pernah serupa dengan yang di posting @limproduction_.

Dari penjelasan para *followers* yakni informan, peneliti memperoleh suatu informasi yaitu budaya interaksi antara pengguna dimana, terjadi budaya saling menghormati antar pendapat jika terjadi perbedaan disana. Admin menjawabnya dengan terbuka dengan mencantumkan referensi yang sesuai berdasarkan postingan yang dibagikan, dengan tidak memaksakan pendapat admin pribadi. Kemudian yang peneliti lihat, lebih dominan pengikut atau *followers* yang meninggalkan “setuju” terhadap postingan yang dibagikan, dengan meninggalkan emoticon *love*, jempol dan lainnya.

Dan di beberapa komentar juga ditemukan aktivitas menanyakan jika dirasa materi yang dibagikan membingungkan *follower*, dan ada beberapa yang memberikan kritikan pada postingan jika dirasa ada yang salah, dengan diterima saran dan kritiknya oleh pengelola akun. Seperti pada beberapa postingan yang menyajikan tulisan arab yang tidak diberi harokat. Ada juga beberapa *followers* yang tercerahkan dengan apa yang dibahas.

Pada gambar 5.1 di bawah ini terlihat pengikut yang meninggalkan komentar milik @marcellin557 “akhirnya terjawab.. makasih minnn @limproduction_” dengan diikuti emoticon menangis. Dapat disimpulkan bahwa postingan dapat membantu @marcellin557 mengenai persoalan, permasalahan hukum bermain catur.⁹⁹

⁹⁹<https://www.instagram.com/p/CnN129BvVeW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, diakses pada 14 April 2023



Gambar 5.1

Komentar yang merasa terjawab, diakses pada 14 April 2023

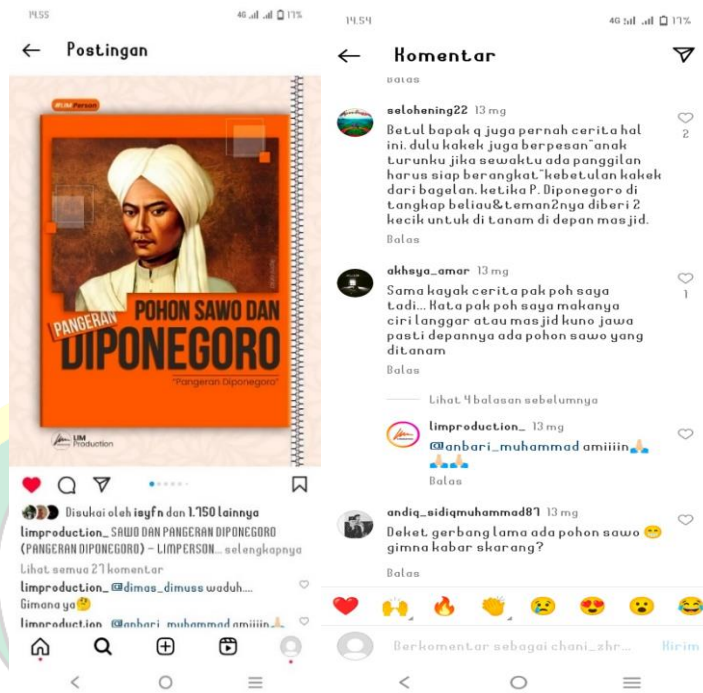
Sumber:

<https://www.instagram.com/p/CnN129BvVeW/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

4. Level Pengalaman (*Experiential Stories*)

Pada level ini didalamnya mengungkapkan gambaran secara makro bagaimana sebuah pesan memiliki pengaruh pada kehidupan nyata para pengikut di akun yang peneliti temukan. Menurut Christine Hine, ia mengatakan “*There is no strict, principled distinction between the internet on one hand, and everyday life on the other*”, yang mana menjelaskan mengenai apapun yang ada dan terjadi pada kehidupan secara online/ di internet sebenarnya tidak jauh berbeda dengan kehidupan secara *offline*/ dunia nyata.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 55



Gambar 5.2

Postingan tentang Pangeran Diponegoro dan Pohon Sawo

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cna39IdJ-gm/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, diakses pada 16 April 2023

Gambar 5.2 di atas memperlihatkan postingan yang membahas tentang Pohon Sawo dan Pangeran Diponegoro. Pada kolom komentar, peneliti mendapatkan paparan komentar milik @selohening22 *“betul bapak q juga pernah cerita hal ini, dulu kakek juga berpesan “anak turunku jiwa sewaktu ada panggilan harus siap berangkat” kebetulan kakek dari bagelan. Ketika pangeran D.ponegoro di tangkap beliau dan teman-temannya diberi 2 kecik untuk di tanam di depan masjid”*, dapat diartikan bahwa postingan yang disuguhkan @limproduction_ sesuai dengan fakta yang sebelumnya diceritakan oleh bapak dari pengguna akun @selohening22. Melalui postingan tersebut, @selohening22 merasa memiliki kesamaan dengan apa yang di alaminya dengan menceritakan kejadian sebelumnya.

Kemudian, pada wawancara secara *online* di beberapa waktu lewat *Direct Message* (DM) dengan *followers*, peneliti menemukan

fakta-fakta bahwa alasan mengikuti akun. Adapun jawaban didominasi karena sebuah kebutuhan, tertarik dengan postingan yang dimiliki oleh akun @limproduction_. Berikut beberapa alasannya;

- a. “Karena tertarik saat ada penjelasan materi kitab yang disampaikan, selain itu waktu dulu pengen mondok ke lirboyo trus gak kesampaian jadi mengikuti medianya saja.” Kata Mohammad Saifudin Sabekti
- b. “karena penasaran sama lirboyo, ingin tahu bagaimana kehidupan di pondok lirboyo. Saya nyari akun dan menemukan @limproduction_. Pondok dan postingan saya dapat pada akun yang banyak sekali membahas tentang ilmu-ilmu yang sebelumnya belum saya ketahui”, kata Ismawati
- c. “saya tertarik karena isinya itu tentang ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi kehidupan saya”, kata Isyфина af Ida
- d. “akun yang paling menarik dari beberapa akun milik lirboyo karena yang dibahas sangat menarik, mulai dari permasalahan yang sangat sering terjadi-jarang terjadi. Tampilan/ tatanan editannya pun kekinian, “Kata Fikri Utami.
- e. “karena menurut saya apa yang mereka post sangat bermanfaat apalagi dengan gaya yang disajikan menarik untuk dikonsumsi kalangan anak muda jaman sekarang”, kata Nur Inayatul Aenah.¹⁰¹

Pernyataan di atas tentang keinginan mondok di lirboyo yakni sebuah realitas *offline* dapat diselaraskan dengan keberadaan di dunia online. Diartikan bahwa hanya dengan melalui akun media sosial dari lirboyo dapat sekadar mewakili keinginannya untuk mondok di Lirboyo tersebut. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan pada buku Rulli Nasrullah “sesuatu dapat terhubung realitas yang terjadi di dunia virtual (*online*) dengan realitas yang ada di dunia nyata (*offline*).¹⁰²

Pada level pengalaman media ini, berdasarkan pada postingan yang dibagikan kepada *follower* dan menyesuaikan dengan jawaban

¹⁰¹ Wawancara online secara virtual via direct message dengan informan pada 2 April Pukul 13.15 WIB

¹⁰² Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 55

pada saat terjadi wawancara secara *online* dengan admin akun Instagram @limproduction_ memang semata-mata yang dibagikan pada akun ialah sebuah materi dakwah untuk dikonsumsi dan tersebar melalui visi misi dakwahnya “Menjaga ajaran *ahlusunnah waljama’ah* sekaligus spirit besar LIM adalah memesantrenkan masyarakat dan memasyarakatkan pesantren” dan yang memang sebelumnya menjalankan program safari Ramadan di media sosial.¹⁰³

Pada level pengalaman Peneliti juga mendapat jawaban mengenai konten yang di posting memiliki kesesuaian dengan kehidupan sehari-hari atau dialami secara langsung dalam kehidupan nyata. Dari pemikiran Sosiolog Alfred Schutz, menurutnya dalam kehidupan sehari-hari merupakan penggambaran waktu, tempat, maupun perilaku sosial dari keseharian seseorang dengan melalui transformasi di internet.¹⁰⁴ Dan berdasarkan jawaban dari wawancara secara online dari para *follower*. Dari tujuh informan, rata-rata menjawab pernah dan dua orang menjawab sering terjadi. Adapaun fakta yang di dapat dominasi dari para *follower* mengalami kejadian itu pada pesan akidah khususnya terkait ilmu fikih keseharian.

“ada mba, salah satunya tentang tahap suci dari haid mungkin terkesan mudah dan sepele, tapi pada kenyataannya salah satu sumber dosa yang banyak Wanita ga tau itu tentang Batasan-batasan suci dari haid mba. Nah dari postingan materi LIM saya jadi tambah tau dan yakin tentang tahap-tahap bersuci dari haid.”
Kata Risalatul Muawanah

“beberapa materi sesuai dengan keresahan yang saya alami. Dulu Ketika saya masih di pondok senior selalu bilang, nek udzur tidak boleh potong kuku, rambut harus dikumpulkan, dimana hal-hal tersebut selalu diawali dengan kata “jarene”. Lim menjawab

¹⁰³ Wawancara online dengan Admin Limproduction_ via whatsapp, pada 26 Maret 2023 pukul 22.38 WIB

¹⁰⁴ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), hlm. 56

keresahan saya tentang hal itu secara jelas dan terperinci.” Kata Biduha Rahmatana.¹⁰⁵

“banyak, salah satunya tentang aurot dalam sholat bagi perempuan, yang sebelumnya saya kira dagu itu kalau gak tertutup gak papa, tapi setelah dijelaskan di kesempatan QnA saya jadi tahu kalau dagu itu termasuk aurotnya perempuan saat sholat. Terus seperti gosok gigi, keramas saat puasa yang ternyata boleh dan banyak lainnya”, kata Nur Inayatul Aenah.¹⁰⁶

Pada jawaban wawancara di atas, peneliti mendapat fakta menarik mengenai *followers* yang dominan mendapatkan sebuah jawaban dan kebutuhan akan apa yang sudah ditemukan pada postingan dakwah di akun @limproduction_. Pesan syari’ah yang dibawakan akun @limproduction_ lebih banyak dibutuhkan seperti permasalahan dalam kehidupan sehari-hari mencakup fikih seperti keempat informan tersebut.

¹⁰⁵ Wawancara online dengan Admin Limproduction_ via whatsapp, pada 26 Maret 2023 pukul 14.16 WIB

¹⁰⁶ Wawancara online dengan informan via whatsapp, pada 4 April 2023 pukul 22.46 WIB

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian pada media Instagram @limproduction_ melalui metode etnografi virtual, dengan analisis media siber yang ditawarkan Rulli Nasrullah, dapat disimpulkan bahwa budaya yang ada pada akun Instagram @limproduction_ merupakan akun yang tercipta budaya interaksi dengan menggunakan artefak budaya, bahasa, dan model-model tertentu.

Artefak budaya yang ada pada akun @limproduction_ diantaranya terdapat sebutan khusus untuk sesama pengguna yaitu “*kang*” untuk sesama laki-laki. Sementara para *followers* menggunakan “*limin*” untuk memanggil admin dari @limproduction_. Di beberapa sesi yang mengundang pemateri perempuan juga ditemukan panggilan khusus yaitu “*ning*” yang artinya keturunan kyai bagi perempuan. Kemudian terdapat penggunaan bahasa di postingan yang dibawakan oleh pemateri berupa bahasa Jawa *Krama Inggil*.

Selain itu, juga ada budaya interaksi dengan model yang beragam. Terdapat interaksi di kolom komentar seperti *sharing* pengalaman pada penggalan *dawuh* saat mengaji dengan pemateri yang ada di postingan. Kemudian, melalui segmen asah otak, dimana pengguna instagram dapat menjawab pertanyaan dengan pilihan ganda yang disediakan pemilik akun. Sesi tanya jawab juga terbuka dengan tema yang dibawakan setelah segmen asah otak selesai. Pada segmen #Ngaji Online dan Jangongan Santuy juga tercipta interaksi dengan mengaji secara *online* dengan referensi utamanya adalah kitab kuning dengan mendatangkan pemateri.

Kemudian juga terdapat budaya siber yakni tercipta praktik interaksi antara entitas seperti *merepost*, *like*, komentar, *mention*, *direct message* pada akun dari *followers*. Adapun akun @limproduction_ bagi kehidupan sehari-hari *followers* menjawab permasalahan fikih keseharian hingga memenuhi kebutuhan melalui ilmu yang disebarakan lewat akun hingga diaplikasikan di kehidupan nyata.

B. Saran

1. Bagi akun Instagram @limproduction, meneruskan dakwahnya sesuai tujuan pada visi dan misi yang dimiliki lembaga ittihadul muballighin lirboyo sebagai lembaga dakwah di pondok pesantren.
2. Bagi penulis dan pembaca, pada penelitian ini disadari bahwa masih ditemukan banyak kekurangan dan dapat diteruskan kembangkan lagi penelitiannya secara komprehensif untuk mendapat hasil yang memuaskan dan bermanfaat.
3. Bagi penyeru dakwah, penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi dalam mengembangkan teknik dan metode dakwah yakni melalui pemanfaatan media sosial. Kemasan dakwah yang menarik tentu dapat mencapai dakwah yang *rahmatat lil 'alamin* dan *maslahah*.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Ibrahim dan Dudi Iskandar. 2021. Analisis Media Siber Pola Komunikasi dan Budaya Komunikasi pada Komunitas The Podcasters di Media Sosial Discord”, *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, Vol. 7 No. 2.
- Agusman, dkk. 2021. Konsep dan Pengembangan Metode Dakwah di Era Globalisasi, *Jurnal Dakwah*. Vol 4 No. 2. sumber: <https://doi.org/10.38214/jurnaldakwahstidnatsir.v4i02.119>, hlm. 52
- Akhmad dan Ida, “Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian”, *The Journal Society & Media* 2, 2018, Vol. 2 No.2 <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>, hlm. 131
- Al-Bayanuni, Muhammad. 2021. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta Timur. Dar Ar-Risalah Al-‘Alamiyah, Pustaka Al-Kautsar
- Alamsyah, Ryan. 2018. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.islam*. Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah. Sumber <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41521>,
- Aminuddin. 2016. *Media Dakwah*. Jurnal Al-Munzir, Vol. 9 No. 2 <http://dx.doi.org/10.31332/am.v9i2.786>
- Angkawijaya, Masati. 2017. Penerimaan Masyarakat Terhadap Kritik Sosial Dalam Video Speech Composing Karya Eka Gustiawan di Youtube. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 5 No. 1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/6146>
- Ardylas Y. Putra. 2014. *Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 2 No.2. sumber [http://www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05-JURNAL%20\(05-16-14-07-54-44\)](http://www.ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05-JURNAL%20(05-16-14-07-54-44))
- Arnus, Sri Hadijah. 2015. Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Jurnal Al-Mundzir*. Vol. 8, No. 2
- Damayanti, Rina. 2018. *Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*. Jurnal Widiya Darma. Vol. 5, No.3 <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>
- Desty Febrian, Wenny. 2022. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Padang Sumatera Barat. PT Global Eksekutif Teknologi
- DewawebTeam, diakses pada <https://www.dewaweb.com/blog/8-langkah-mudah-cara-daftar-instagram/>, dipublish pada 26 Maret 2021

- Hardian, Novri. 2018. *Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits*. Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Vol 5, No 1 <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.92>
- Habibi Ritonga, Anas. 2020. Sistem Interaksi antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya dalam Gerakan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol 14, No. 1 <https://doi.org/10.24952/hik.v14i1.2033>
- <http://www.nesbamedia.com/pengertian-instagram/Hermawan> Riyadi, di publikasikan 10 juni 2022
- https://id.wikipedia.org/wiki/Pondok_Pesantren_Lirboyo#Sejarah, di akses pada 2 April 2023
- <https://www.instagram.com/reel/CqM8H7WDD7g/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, diakses pada 13 April 2023 pukul 11.14
- Inayah, Shoma Noor Firda, dkk. 2021. Analisis Pesan Dakwah Akidah, Akhlak dan Syari'ah dalam Novel Hati Suhita Karya Ning Khilma Anis. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol. 8 No. 2. <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.11937>
- Irfan. 2020. Jihad Perang dalam Perspektif Hukum Islam (Kajian Pemikiran Muhammad Abu Zahroh). *Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya*. Vol. 5 No. 2. <https://doi.org/10.32492/sumbula.v5i2.4280>
- Junawan, Hendra dan Nurudin Laugu. 2020. *Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp di tengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol 4 No. 1 <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kurniawan, Hendra. 2020. *Info Grafik Sejarah dalam Media Sosial: Tren Pendidikan Sejarah Publik*. Jurnal Sejarah, Budaya dan Pengajarannya, Vol. 14, No. 4 <http://dx.doi.org/10.17977/um020v14i22020p1-13>
- Lutfi, Ahmad, Bobby. 2021. *Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE_ID*. Vol 7. No. 1 <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v7i1.4244>, hlm. 117
- Masy'ari, Anwar. 1993 *Butir-Butir Problematika Dakwah Islamiah*. Surabaya. PT Bina Ilmu
- Mohamad, Aan, Yayah Nurhidayah, Ulfa Chaerunisa. 2019. *Dakwah di Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol 10 No 2, sumber <http://syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/5658>

- Mukhtazar. 2020. *Prosedur Penelitian Pendidikan* Yogyakarta: 2020. Absolute Media
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi di Internet*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. 2022. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (cyber media)*. Jakarta. Kencana.
- Nisa, Masturina Khoirun, dkk. 2019. Isi Pesan Dakwah Akidah dan Syari'ah dalam Film Indonesia Islami *Jilbab Traveller Love Sparks In Korea*. *Jurnal Translitera*. Vol. 8 No. 1 <https://doi.org/10.35457/translitera.v8i01.594>,
- Pattaling. 2013. *Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah* *Jurnal Farabi*. Vol. 10, No. 2, <https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/issue/view/82>
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta. PENERBIT DEEPUBLISH
- Prasetyo, Ekkal. Sistem Informasi Dokumentasi dan Kearsipan Berbasis Client-Server Pada Bank Sumsel Babel Cabang Sekayu. (2017). *Jurnal Tips*, Vol. 7, No. 2, <https://www.jurnal.polsky.ac.id/index.php/tips/issue/view/15> hlm. 3
- Prajarto, Nunung. 2018. Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah. vol. 15 No. 1 <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1367>,
- Rijali, Ahmad. 2018. *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Ilmu Dakwah. Vol. 17 No. 33 <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Santri, Kang. <https://lirboyo.net/lembaga-ittihadul-muballighin-lirboyo/>, diakses pada 13 April 2023
- S. Ma'arif, Bambang. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Sri Hadijah, Arnus. 2015. Computer Mediated Communication (CMC) Pola Baru Berkomunikasi. *Jurnal Al-Mundzir*. Vol. 8, No. 2
- Steeve A.J Muntu, Joanne Pingkan, M Takudung, Leviane J.H Lotulung "Studi netnografi pada Media Sosial Instagram", *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/issue/view/3001>

- Tri Yulianto, Rifan. 2020. *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx Purwokerto*. IAIN Purwokerto. sumber <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/8062>
- Trianto Rudi, dkk. 2023. Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Buku Jika Kita Tak Pernah Jatuh Cinta Karya Alvi Syahrin. *Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. XI No. 1.
- Utami, Tika Setia dkk. 2023 Dampak Overthinking dan Pencegahannya Menurut Muhammad Quraish Shihab Studi Surah Al-Hujurat Ayat 12. *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies*. Vol. 2 No. 2, <https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v2i1.49>
- Vista Dini Astika, Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah di Media Sosial Instagram, Skripsi, dipublikasikan 10 Agustus 2020 pukul 01.27
- Wibowo, Adi. 2019. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital*. *Jurnal Islam Nusantara*. Vol. 03 No. 02 <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v3i2.141>
- Winarso, Bambang. 2019 <https://hybrid.co.id/post/panduan-lengkap-cara-menggunakan-instagram-untuk-pemula>
- Yaseer Arafat, Gusti. 2018. *Membongkar isi Pesan Dan Media dengan Content Analysis*. *Jurnal Al-Hadharah*. Vol. 17 No. 33 <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>



The logo of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri is a circular emblem. It features a central white silhouette of a bird with its wings spread, perched atop an open book. Below the book, the acronym 'UIN' is written in large, bold, white capital letters. The entire emblem is set against a light green background and is enclosed within a yellow circular border. At the bottom of the border, the text 'PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI' is written in white capital letters.

UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI