

**FITUR *STORIES* SEBAGAI MEDIA DAKWAH AKUN
@ISMAELALKHOLILIE DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

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

Oleh:

**TIARA ADRIYANA RIZKY
NIM 1917102005**

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Tiara Adriyana Rizky
NIM : 1917102005
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram”. Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka, saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 11 Juli 2023

Saya yang menyatakan



Tiara Adriyana Rizky

NIM. 1917102005



**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.uinsaiizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**FITUR *STORIES* SEBAGAI MEDIA DAKWAH AKUN
@ISMAELALKHOLILIE DI INSTAGRAM**

Yang disusun oleh Tiara Adriyana Rizky NIM. 1917102005 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari 12 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Ulul Aedi, M.Ag

NIP. 198705072020121006

Sekretaris Sidang/Penguji II

Muh. Hikamudin Suyuti, M.S.I

NIP. -

Penguji Utama

Dr. Aris Saefulloh, M.A

NIP. 19790125 200501 1 001



Mengesahkan,

Purwokerto, 27 Juli 2023

Dekan,

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

NIP. 19691219 19980

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosah Skripsi Sdr. Tiara Adriyana Rizky
Lampiran : -

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan kolerasi terhadap penulisan skripsi dari:

Nama : Tiara Adriyana Rizky
NIM : 1917102005
Jenjang : S-1
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Pada Akun @ismaelalkholilie di Instagram.

Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 5 Juli 2023

Pembimbing



Ulul Aedji, M.Ag

NIP. 1918705072020121006

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia
(H.R Ahmad Thabrani ad Daruqutni)



**FITUR *STORIES* SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN
@ISMAELALKHOLILIE DI INSTAGRAM**

Tiara Adriyana Rizky

NIM. 1917102005

tiaraadriyanarizky27@gmail.com

ABSTRAK

Dengan berkembangnya kemajuan teknologi dan informasi yang semakin pesat, masyarakat saat ini dihadapkan dengan dunia internet yang dapat membantu berbagai aktifitas. Contohnya berdakwah di media sosial yang dilakukan oleh akun Instagram @ismaelalkholilie. Tujuan peneliti ingin meneliti akun tersebut karena Ismael Kholilie memiliki banyak *followers* dan aktif dalam berdakwah di media sosial khususnya Instagram. Penelitian Ingin mengetahui fitur *stories* yang digunakan Ismael Kholilie sebagai media dakwah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan induktif. Dengan jenis penelitian *field reaserch* (penelitian lapangan).Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap akun @ismaelalkholilie di Instagram. Ditemukan bahwa Lora Ismael menggunakan fitur *stories* Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah melalui gambar atau video. *Stories* Instagram Ismael Al- Kholilie memiliki 3 pola dalam unggahannya. Pola *stories* berisi: *pertama*, *stories* yang disajikan oleh Ismael Al- Kholilie *quotes* islami. *Kedua*, menanggapi *issue* yang sedang *booming* di masyarakat. *Ketiga*, *q&a stories* mengenai problem umat. Materi dakwah yang disampaikan oleh Ismael Al-Kholilie dalam *stories* Instagram mencakup materi akidah, syariat, muamalah, dan akhlak.

Kata kunci: Media Dakwah, Instagram, Fitur Instagram *stories*

**STORY FEATURES AS A PRIVATE MEDIA ON
@ISMAELALKHOLILIE ACCOUNT ON INSTAGRAM**

Tiara Adriyana Rizky

NIM. 1917102005

tiaraadriyanarizky27@gmail.com

ABSTRACT

With the rapid development of information and technology advances, today's society is faced with the world of the internet, which can help with various activities. An example of preaching on social media carried out by the Instagram account @ismaelkholilie. The purpose of the research is to examine this account because Ismael Kholilie has many followers and is active in preaching on social media, especially Instagram. Research is to find out the characteristics of the stories used by Ismael Kholilie as a medium of preaching.

The research method used is descriptive qualitative method with an inductive approach. With this type of field research. Data collection was carried out using observation and documentation techniques. Data processing and analysis techniques were carried out through three stages, namely: data reduction, data presentation, and verification.

The results of research conducted on the @ismaelkholilie account on Instagram. It turns out that Lora Ismael uses the Instagram Stories feature as a medium to convey da'wah messages through pictures or videos. Instagram Stories Ismael Al-Kholilie has 3 patterns in his uploads. The pattern of the story contains: first, the story narrated by Ismael Al-Kholilie with Islamic quotes. Second, dealing with issues that are currently booming in society. Third, q&a stories about the problems of the ummah. The da'wah material delivered by Ismael Al-Kholilie in Instagram Stories includes material on faith, sharia, muamalah, and morals.

Keywords: Da'wah Media, Instagram, Instagram story feature.

PERSEMBAHAN

Bismillaahirrahmaanirrahiim. Allohumma Sholi'ala Sayyidina Muhammad wa 'ala ali Sayyidina Muhammad. Segala puji bagi Allah Tuhan semesta Alam, puji syukur Aku persembahkan kepada-Mu ya rabb. Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Segalanya terimakasih atas segala takdir-Mu serta atas ridho-Mu, saya menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, bersyukur serta bertakwa. Atas izin dan ridho-Mu saya bisa menyelesaikan tugas skripsi dengan segala upaya yang saya lakukan serta bimbingan-Mu. Terimakasih saya persembahkan kepada orang terkasih di sekelilingku yang senantiasa memberikan support yang sangat luar biasa. Semoga atas pencapaian dititik ini menjadi satu langkah awal menuju masa depan dalam meraih sebuah impian. Sehingga karya ini penulis persembahkan untuk cinta kasih sayangku kepada:

1. Orang tua saya yang selalu support dan mendoakan tiada henti untuk kesuksesan saya. Ibu Sri Lasmiatun dan Bapak Kasdari terimakasih sudah mendidik saya menjadi pribadi yang baik, kuat dan taat.
2. Kakek Lasim Hadi Margono yang selama hidupnya selalu mendoakan untuk kesuksesan saya. Berkat do'a mu saya bisa kuliah dan menyelesaikan study.
3. Nenek Sri Mujiati, terimakasih sudah menjadi nenek yang hebat selalu mensupport segala aktifitas saya terutama dalam bidang pendidikan.
4. Terimakasih kepada *my sister's*. Seren Clara Arinatama dan Hayunda Calysta Aquilina yang senantiasa meberikan support dalam segala hal.
5. Terimakasih kepada Om Erwan, Aunty, Kakak Gusav dan Adhiyastha. Dan Endah's *Family* atas segala kebaikan dan support selama ini.
6. Keluarga besar yang ada di Pati.
7. Terimakasih kepada keluarga besar Alm Kyai Fadlulloh dan Ibu Nyai Qudsyiah, atas segala do'a dan berkahnya.
8. Terimakasih untuk Gus Muhammad A'wan Asyrof atas segala kebaikan dan wejangannya selama ini.

9. Terimakasih untuk Lora Muhammad yang senantiasa mensupport dan memberikan motivasi untuk tetap semangat dan berjuang.
10. Untuk diriku sendiri Tiara Adriyana Rizky, terimakasih sudah kuat dan berjuang hingga di titik ini. Jadilah besar bestari dan manfaat tuk sekitar.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis berkesempatan menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa dipanjatkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di akirat nanti. Penyelesaian tugas skripsi adalah suatu wujud dan syarat menyelesaikan pendidikan S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Selama penulisan skripsi ini, melalui banyak proses yang dilalui oleh penulis. Sehingga penulis sadar bahwa untuk mencapai di titik ini tidak lain karena banyak mendapatkan bimbingan serta do'a terbaik dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. K.H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatunsholihah, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Ulul Aedi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sepenuh hati membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.
8. Segenap Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Khususnya Dosen Program Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dengan tulus, semoga menjadi ilmu yang berkah dan manfaat.
9. Segenap Staff Administrasi Fakultas Dakwah serta Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Orang tua penulis Ibu Sri Lasmiatun dan Bapak Kasdari, yang tiada hentinya memberi dukungan dan do'a.
11. Seluruh sanak saudara, yang selalu mensupport dan mendoakan kesuksesan penulis.
12. Kerabat dekat yang tak bisa disebutkan satu-satu. Terimakasih atas do'a dan supportnya.
13. Teman seperjuangan keluarga besar KPI A angkatan 2019 atas segala semangat dan dukungan yang diberikan.
14. Teman dekat Penulis Anisa Putri Rahayu, Miladhia Yasmin yang selalu support dan kebersamai.
15. Terimakasih kepada Atin Prihatin, atas segala kebaikan dan supportnya selama ini.
16. Terimakasih kepada teman seperjuangan KKN atas segala dukungan dan do'a.
17. Terimakasih kepada diri saya sendiri Tiara Adriyana Rizky, terimakasih sudah bertahan dan berjuang sampai di titik ini. Semoga cita dan asa yang kau langitkan Allah kabulkan. Aamiin ya Rabbal'alamin.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	10
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	13
F. Kajian Pustaka.....	14
G. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KERANGKA TEORI	
A. DAKWAH	16
1. Pengertian Dakwah.....	16
2. Hukum Dakwah.....	18
3. Materi Dakwah	20
B. MEDIA DAKWAH.....	37
1. Pengertian Media Dakwah	37
2. Jenis-Jenis Media Dakwah.....	38
3. Sejarah Perkembangan Media Dakwah	41
C. Media Sosial	47
1. Pengertian Media Sosial	47
2. Karakteristik Media Sosial.....	49

3. Instagram.....	56
a. Pengertian Instagram.....	56
b. Sejarah Instagram	57
c. Fitur-Fitur Instagram.....	58
D. Instagram Sebagai Media Dakwah	64

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	67
B. Waktu dan Lokasi	69
C. Sumber data.....	70
1. Sumber Data Primer	70
2. Sumber Data Sekunder	70
D. Subjek dan Objek Penelitian	70
1. Subjek Penelitian	70
2. Objek Penelitian	70
E. Teknik Pengumpulan Data.....	71
1. Observasi.....	71
2. Wawancara	72
F. Teknik Analisis Data	72

BAB IV Hasil Penelitian

A. Gambaran Objek Penelitian	76
1. Profil Instagram Lora Ismael Al Kholilie	76
2. Profil Lora Ismael Al Kholilie.....	77
B. Penggunaan Fitur <i>Stories</i> Sebagai Media Dakwah	82
1. Instagram Sebagai Media Komunikasi	82
2. Instagram Sebagai Media Dakwah	84
3. Fitur <i>Stories</i> Sebagai Media Dakwah	87
4. Cara Membuat Instagram <i>Stories</i>	90
5. Penggunaan Media Dakwah Oleh Lora Ismael Al Kholili ..	92
C. Pesan Dakwah Pada <i>Stories</i> @ismaelalkholilie di Instagram...	94
D. Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Fitur <i>Stories</i>	99

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 101
B. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi di era digital saat ini, media sosial menjadi trend dalam penyampaian informasi dan komunikasi. Media sosial merupakan situs *online* dengan penggunaanya mudah untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. Isi dari teknologi tersebut bisa berupa *wiki*, blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Media sosial yang sedang *hype* saat ini adalah *Twitter*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Messenger*, *YouTube*, dan *Line*.¹ Aplikasi Instagram adalah aplikasi yang sedang *booming* saat ini. Menurut survey data dari Hootsuite (*We are Social*), total pengguna Instagram di Negara Indonesia per tahun february 2022 tercatat 99,15 juta jiwa dengan prosentase pengguna perempuan sebesar 52,3% sedangkan laki-laki 47,7%.²



Gambar 1.1 Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022

Instagram merupakan aplikasi yang menyediakan *tools* untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto

¹ Arum Wahyuni Purbohastuti, *Efektifitas Media sosial Sebagai Media Promosi*, Jurnal Ekonomika Vol.12 No.2 2017 hlm 212

² <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada tanggal 13 Maret 2022

dan video dengan mudah, lalu dapat membagikannya di berbagai platform media sosial. Foto dan video yang di-upload akan terlihat di feed pengguna lain yang menjadi pengikut. Skema pertemanan di Instagram memakai sebutan *following* dan *follower*. Selain itu, bagi pengguna dapat berkomunikasi dengan mengomentari dan memberikan respon *like* terhadap gambar yang di-upload.³

Media sosial menjadi *wasilah* yang efektif dijadikan untuk berdakwah. Pemanfaatan media sosial bukan hal asing untuk para da'i. Da'i dapat memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah dan berinteraksi dengan mad'u tanpa perlu membutuhkan kehadiran mad'u. Dakwah adalah tindakan menyerukan atau menyampaikan kepada masyarakat nilai ajaran agama yang diridhai Allah. Dakwah juga memiliki arti mencegah kemunkaran dan hal-hal yang tidak diridhai oleh Allah. Selain hal di atas dakwah juga memiliki peran mempresentasikan kiprah dakwah *amar ma'ruf nahi mungkar*. Allah menyeru umat Islam untuk selalu dilindungi dalam syafaat-Nya dengan "berdakwah di jalan Allah". Allah berfirman dalam surah An-Nahl 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ⁴

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".(QS. An-Nahl: 125).

Kemajuan teknologi saat ini mempermudah media dakwah bagi para da'i. Salah satunya yaitu media sosial, kini media sosial menjadi teknologi yang berkembang begitu pesat. Pada era modern saat ini segala betuk informasi dapat diakses melalui media sosial. Di zaman maraknya media sosial banyak kita jumpai kajian dakwah melalui media sosial.

³ Muhammad Nurul Fahmi, *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Prespektif Hukum Islam*, An-Nawa Jurnal: Hukum Islam, Vol XXII 2018 hlm 3-4

⁴ Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

Dakwah bukan hal baru dalam dunia media sosial. Kini banyak pendakwah yang berkiprah melalui media sosial. Salah satunya kyai muda asal Madura Muhammad Ismael Amin yang sering disebut Lora Ismael al-kholilie. Nama Al-Kholilie beliau nisbatkan pada kakeknya Syaikhona Kholil⁵. Beliau merupakan putra dari Amien Kholil Yasin, keturunan dari Maha Guru Syaikhona Kholil Bangkalan, seorang ulama kharismatik asal Madura, yang ilmunya sudah diakui Ulama Dunia.⁶

Alasan memilih akun Lora Ismael dijadikan penelitian karena pada akun Instagramnya @ismaelalkholilie menggunakan fitur *instastory* Instagram untuk men-*share* dakwahnya dan keaktifan beliau berdakwah melalui fitur Instagram *stories*. Dua hal tersebut menjadi alasan penelitian dikarenakan masih minim penelitian tentang hal tersebut. Dalam *stories* beliau, berisi tentang *quotes* dan motivasi kehidupan, yang dinukil dari kalam-kalam ulama yang menjadi guru beliau. Guru beliau meliputi Sayyidil Habib Umar bin Hafidz, Habib Ali Jufri, Syekh Buthi, Syaikhuna Maemoen Zubair, lalu beliau terjemahkan dalam bahasa yang lebih praktis. Dalam akun @ismaelalkholilie di Instagram *stories*-nya maupun di Instagramnya pengguna akan menjumpai kisah-kisah para Ulama Indonesia maupun Timur Tengah. Kisah ini menjadi menarik bagi kita kaum awam yang belum mengenal tentang kisah-kisah ulama yang dapat dijadikan sebagai pengetahuan sejarah dan motivasi kehidupan kita dari para Ulama.

Instagram *stories quotes* inilah yang paling *best seller* dalam dakwah beliau, selain *quotes* dalam bentuk Instagram *stories* Lora Ismael juga merilis tentang *quotes* dan catatan beliau dalam bentuk buku. Buku yang beliau tulis yaitu; Catatan dari Tarim, Catatan Lora Ismael Al-Kholilie, dan Kompas Kehidupan. Didalam buku ini berisi *quotes* tentang perjalanan kehidupan Lora Ismael, dan motivasi-motivasi yang dapat

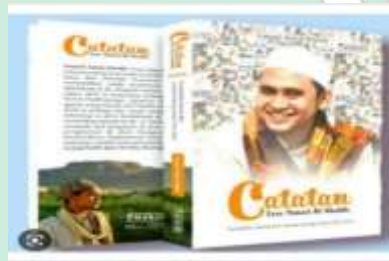
⁵ Lora ialah sebutan anak Kyai dalam bahasa Madura

⁶ <https://www.khazanahimani.com/profil/pr-4183394447/mengnl-lora-Ismael-amin-kholil-satu-pesantren-dengangus-baha-keturunan-ulama-besar?page4>

dijadikan sebagai pengingat hidup. Lora Ismael juga kerap kali men-*share* buku-buku bacaan yang direkomendasikan untuk dibaca, bahkan beliau juga menjual buku-buku rekomendasi beliau di situs belanja *online*.



Gambar1.2: Buku karya beliau ‘Catatan dari Tarim’.



Gambar 1.3: Buku karya beliau ‘Catatan Lora Ismael’.



Gambar 1.4: Buku karya beliau ‘Kompas Kehidupan’.

Segmen dakwah beliau didominasi oleh perempuan. Beliau seringkali memberi jawaban-jawaban atas permasalahan yang *relate* (berkaitan) oleh perempuan. Selain permasalahan perempuan beliau juga menjawab tentang permasalahan kaum milenial. Permasalahan tersebut seperti perempuan yang sedang putus asa dengan jodohnya, serta perempuan yang sedang bimbang, lalu beliau beri motivasi atas permasalahan yang dihadapinya. Tidak hanya itu beliau juga sering

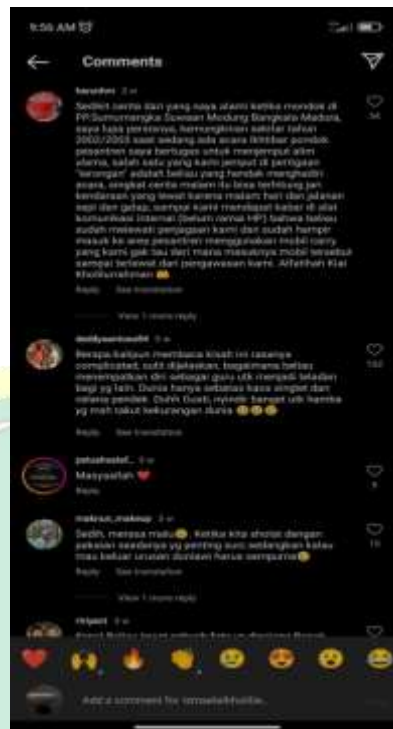
memberi alaman-amalan do'a seperti ijazah do'a meperlancar rezeki dan amalan-amalan lainnya yang sesuai dengan syariat Islam. Hal tersebut yang membuat akun Instagram @ismaelalkholilie digandrungi oleh banyak perempuan untuk mengikuti akun beliau, sebagai kiblat dalam mencari motivasi.



Gambar 1.5: Contoh *quotes* yang terdapat pada buku beliau @ismaelalkholilie, mengenai problem para pemuda dan disitu terdapat wejangan mengenai problem para pemuda.

. Menurut keterangan dari beliau materi dakwah yang paling digemari adalah *quotes* dari beliau. Dikutip dari perkataan beliau dalam suatu acara ketika ditanya tentang materi dakwah yang sering digemari oleh para pengikutnya yaitu *quotes* yang disampaikan beliau. Banyak dari pengikut beliau yang merespon bahwa ketika membaca *quotes* yang ada di Instagram *stories*-nya banyak yang terbuka hatinya dan mengamalkan apa yang disampaikan oleh Lora Ismael.⁷ Hal ini dapat dilihat melalui kolom komentar dan *stories* yang ada di akun Instagram nya @ismaelalkholilie.

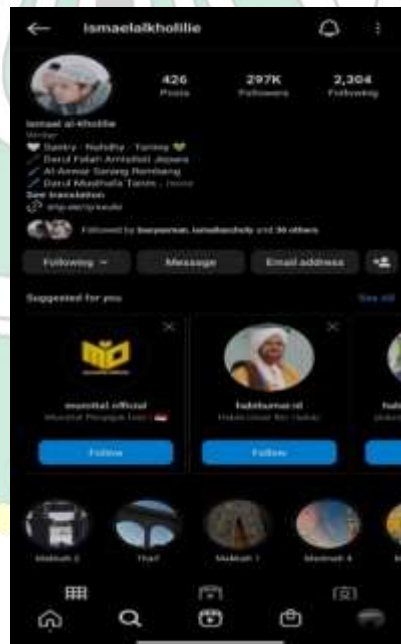
⁷ Cara Cerdas Dalam Berkonten-Lora Ismael di MJP Fest2022
<https://you.tube/gc5t9MBnu4>



Gambar 1.6 Contoh komentar dari *followers* Instagram beliau @ismaelalkholili mengenai kisah ulama yang menginspirasi.

Tak hanya materi dakwah tentang *quotes* @ismaelalkholilie juga memanfaatkan fitur *q&a* dalam Instagram *stories*-nya. Beliau memberi kesempatan kepada pengikutnya untuk berinteraksi dengan cara menanyakan hal-hal yang belum mereka pahami dan diterangkan dalam sudut pandang keislaman. Dalam *stories* Instagram yang dijadikan *highlights* disana terdapat pembahasan mengenai seputar hukum Islam yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yang sering ditanyakan para pengikutnya yang awam tentang pembahasan hukum seputar agama. Hal yang menarik dari *stories* @ismaelalkholilie beliau menjawab dengan referensi kitab kuning ala pesantren, dan hal ini jarang digunakan pada *stories* Instagram para da'i lainnya. Referensi kitab kuning ini mempermudah kita sebagai pembaca memahami tentang pesan yang disampaikan dan jelas referensinya. Idiologi beliau dalam berdakwah yaitu disesuaikan dengan syariat Ahlulsunah Wal Jama'ah.

Pembeda antara akun dakwah @ismaelalkholilie dan akun dakwah lainnya beliau mengikuti perkembangan berita yang ada di sekitar yang viral diperbincangkan hal ini tidak terkesan monoton. Berita tersebut lalu beliau bahas dengan sudut pandang keislaman contohnya ketika ramai kasus artis yang sedang terkena KDRT lalu beliau menjelaskan bagaimana hukum KDRT dalam agama dan memberikan solusi bagaimana tindakan yang peverentif yang harus dilakukan. Belum lama issue mengenai piala dunia yang viral dengan kasus-kasus LGBT, lalu beliau menjelaskan bagaimana sikap yang harus kita lakukan ketika bersinggungan dengan hal tersebut. Hal ini berbeda dengan contoh akun dakwah lainnya seperti akun @rabhitah-alawiyah, @gayengco yang membahas tentang kajian dakwah dengan cara mengaji, dan materi dakwah pada umumnya. Dalam akun tersebut tidak bersinggungan dengan hal-hal seputar issue yang sedang viral dan mereka menggunakan Vidgram sebagai media dakwahnya.



Gambar 1.7 Tampilan akun Instagram Lora @ismaaelalkholilie

Lora Ismael dalam akun Instagramnya @ismaelalkholilie memiliki 357 ribu *followers* dengan 455 unggahan, meliputi foto dan video dalam berdakwah. Pada bagian beranda Instagramnya terdapat arsip-arsip kenangan juga *highlights* tentang permasalahan seputar agama. Beliau juga menegaskan bahwa media sosial Instagram adalah ladang terbesar dalam berdakwah. Beliau aktif berdakwah melalui Instagram *stories*, membuka sesi tanya-jawab dengan refrensi kitab kuning dan beliau juga sering menerjemahkan kutipan kalam-kalam ulama.⁸ Lora Ismael memanfaatkan fitur Instagram *stories* sebagai dakwah beliau, fitur Instagram *stories* yakni bagian objek yang paling terpenting dalam penelitian ini. Salah satu tujuan fitur Instagram *stories* yaitu untuk memenuhi kepuasan serta kesenangan pengguna dalam men-*share* konten berupa video, foto, gambar atau tulisan. Terdapat fitur baru dalam Instagram yaitu *story highlights*, pengguna Instagram dapat membagikan kisah favoritnya kepada pengguna lain. Mereka dapat membuat rangkuman yang menampilkan beberapa cerita yang menjadi satu cuplikan. Cerita yang dibuat bertahan hingga lebih dari 24 jam.⁹

Banyak metode yang dipakai oleh para pendakwah guna menyampaikan pesan dakwah di jejaring sosial. Da'i tidak hanya berdakwah menggunakan buku atau ceramah di depan mimbar, para da'i dapat memakai metode audiovisual, gambar, suara ataupun ceramah, sesuai kondisi pada *passion* atau trend saat ini. Metode inilah yang menarik lebih banyak pengikut per harinya dan tersebar luas di penjuru dunia pada lapisan anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua.¹⁰

Dakwah dengan Instagram sebagai media merupakan terobosan baru dalam ladang dakwah, dan fitur *stories* pada Instagram dapat

⁸ <https://www.nu.or.id/nasional/akun-Instagram-lora-ismael-kholilie-ditangguhkan-rTHTx>

⁹ Zike Marta, *Penggunaan fitur Media Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi*, Jurnal Komunikasi Nusantara Vol 3 No.1 2021 hlm 28-29

¹⁰ Adi Wibowo, *Penggunaan Media sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*, Jurnal Islam Nusantara Vol.03 No. 02 2019 hlm 34

dijadikan sebagai media dalam berdakwah. Contoh Instagram yang mengaplikasikan Instagram *stories* untuk media dakwah adalah akun @ismaelalkholilie. Kebanyakan akun dakwah menyampaikan dakwah menggunakan video atau gambar yang diberi *capture*. Berbeda dengan akun Lora Ismael beliau menggunakan media Instagram *stories* sebagai penyampaian dakwah dan menggunakan kitab kuning ala pesantren sebagai referensi untuk menjawab pertanyaan para mad'u. Banyak dari mad'u Lora Ismael membagikan postingan dakwah beliau, dengan *share* ke berbagai plat form media sosial lainnya.

Alasan penulis memilih untuk meneliti bagaimana fitur *stories* sebagai media dakwah yang digunakan oleh akun Lora Ismael Al-Kholilie sebagai mediannya yaitu:

1. Fitur Instagram *stories* merupakan bagian favorit bagi para pengguna Instagram. Pengguna dapat *share* informasi, foto atau video. Banyak dari mereka menggunakan fungsi Instagram *stories* untuk *searching* informasi/ pesan dakwah pada akun para pendakwah untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan mereka.
2. Media sosial Instagram adalah ladang baru bagi para da'i dan menjadi media dakwah trobosan baru. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki magnet tersendiri.
3. Pada fitur *stories highlights*, Instagram menyediakan kolom untuk merangkum hasil *stories* yang telah di *publish*. *Stories highlights* mampu bertahan lebih dari 24 jam. Sehingga pengguna Instagram dapat melihat rangkuman pesan dakwah yang di sampaikan oleh pendakwah melalui *stories highlights*.
4. Belum didapati adanya penelitian mengenai dakwah menggunakan fitur Instagram *stories*.

Dengan mengikuti perkembangan teknologi dan masyarakat yang modern, Lora Ismael mengaplikasikan media sosial Instagram sebagai media dakwahnya. Isi konten Instagram *stories* yang dibuatnya juga dikemas dengan pesan dakwah yang ringan dan mudah di pahami. Peneliti

tertarik meneliti pesan dakwah yang disampaikan melalui media *stories* pada akun @ismaelalkholilie di Instagram, untuk itu peneliti memberikan judul yakni: “(FITUR *STORIES* SEBAGAI MEDIA DAKWAH AKUN @ISMAEL ALKHOLILIE DI INSTAGRAM)”

B. Penegasan Istilah

1. Dakwah

Dakwah bersumber dari kata (*da'a, yad'u, da'watan*) berarti memanggil, mengajak, menyeru, menjamu. Atau kata *do'a, yad'u, dua'an, da'wahu* berarti memanggil.¹¹ Secara etimologis dakwah merupakan seruan pada kebaikan, yang dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT, para Rasul dan muslim yang beriman dan beramal sholeh. Terminologi dakwah menurut para ahli antara lain:

- a) Muhammad Natsir mengatakan, dakwah merupakan upaya untuk menyeru pada individu dan segenap umat Islam mengenai apa tujuan manusia hidup di dunia ini, termasuk berbuat amar ma'ruf nahi mungkar, dengan berbagai jenis metode, adat, moral, dan kebiasaan yang diperbolehkan akhlak dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.
- b) Syekh Abdullah Ba'lawy Al- Hadad. Dakwah adalah membimbing orang yang belum memahami perihal agama dengan benar, dan tugas da'i sebagai pendakwah menyeru mereka untuk dijalan kebenaran dan menjauhi kemaksiatan.

Ada tiga unsur yang harus diperhatikan dalam berdakwah yaitu: penyampaian pesan, pesan yang dikirimkan dan penerima pesan. Tidak hanya tiga unsur itu yang menjadi pokok, dakwah mencakup pengertian yang luas dari istilah dakwah yang dimaksudkan untuk menyerukan ajaran Islam. Islam memerintahkan beramal baik dan menghindari amal buruk, serta membawa berita baik dan peringatan

¹¹ Novri Hardian, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qura'an dan Hadits*, Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018 hlm 42

pada umat. Dakwah mempunyai dua istilah yaitu dakwah dan Islamiah, arti kata dakwah mengandung makna kewajiban seluruh umat Islam untuk menyeru dan melaksanakan dakwah, sedangkan Islamiah mengacu pada seruan Islam tentang ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Dakwah secara Islamiah adalah berusaha untuk mencari harapan agar mereka diakui keberadaannya di hadapan Tuhan dan sejarah. Berdakwah adalah tugas seluruh umat, bukan hanya sekelompok umat Islam tertentu. Pada dasarnya hakikat dakwah adalah berusaha mengubah manusia dari berbagai sifat yang buruk menjadi keadaan yang lebih baik.¹²

2. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi media berarti alat perantara menurut Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai pengaplikasian teknologi informasi yang dapat digunakan untuk perantara dalam mengajar. Jadi media merupakan alat-alat fisik yang dapat menjelaskan isi pesan, seperti dalam bentuk buku, video, film, kaset, slide dan sebagainya.¹³ Dakwah adalah istilah dalam bahasa Arab yang artinya menyeru, memanggil dan mengajar. Dakwah menurut Shalahuddin Sunni adalah perbuatan yang menegaskan syarat ma'ruf tentang kejahatan dan menaklukkan keadilan atas kebatilan. Media dakwah merupakan media perantara yang digunakan untuk memberikan materi dakwah kepada mad'u.¹⁴

3. Instagram

Instagram bersumber dari kata “insta” yang berasal dari “instan”, serupa kamera potrait yang lebih *populer* dengan istilah “foto instan”. Instagram mampu men-*display* foto secara *instan*, seperti

¹² <http://repository.iainkudus.ac.id/4150/5/5.BAB%20II.pdf>

¹³ Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*, Jurnal: Jurnal komunikasi Penyiaran Dakwah At Tabsyir, Vol 1, No 2, 2013 hlm 27

¹⁴ Ahmad Pakhri M, *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*, (UIN Alauddin Makassar 2017)

polaroid di dalam tampilannya. Kata “gram” bermula dari kata “telegram”, dimana telegram memiliki cara sitem kerja meng-*share* informasi dengan cepat. Sepadan dengan Instagram yang dapat meng-*upload* foto dan informasi dengan meggunakan fasilitas internet.¹⁵ Nisrina mengatakan Instagram yakni situs layanan guna berbagi video dan foto. Instagram merupakan turunan aplikasi *Facebook* yang mengizinkan pertemanan di *Facebook* dapat mengikuti akun isntagram pengguna.¹⁶

4. Fitur *Stories*

Salah satu tujuan fitur yang terdapat pada Instagram yaitu fitur *stories*. *Stories* mempunyai tujuan untuk memenuhi kepuasan serta kesenangan pengguna dalam men-*share* konten berupa video, foto, atau gambar atau tulisan. Terdapat fitur baru dalam Instagram yaitu *story highlights*. Pengguna Instagram dapat membagikan kisah favoritnya kepada pengguna lain. Mereka dapat membuat rangkuman yang menampilkan beberapa cerita yang menajdi satu cuplikan. Cerita yang dibuat bertahan hingga lebih dari 24 jam.¹⁷

5. Ismael Al-Kholilie

Lora Ismael Al Kholilie adalah pendakwah dengan pemilik akun Instagram @ismaelalkholilie yang menggunakan fitur *stories* pada isntagram sebagai media dalam berdakwah dengan menggunakan video atau gambar, kajian (ceramah) ataupun sekedar *quotes* islami. Nilai dakwah yang disampaikan secara sopan, halus, tidak menggurui, sederhana, namun menarik. Konten dakwahnya pun disertai dengan dalil untuk menguatkan pesan yang disampaikan. Adapun fokus

¹⁵ Bimo Mahendra, *Eksustensi Remaja Dalam Instagram (Sebuah Presptif Komunikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol.15 Tahun 2017 hlm 155

¹⁶ Nurudin, *Media sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, Jurnal Komunikator, Vol. 5, Tahun 2010, h.41

¹⁷ Zike Marta, *Penggunaan fitur Media Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi*, Jurnal Komunikasi Nusantara Vol 3 No.1 2021 hlm 28-29

kajiannya adalah penggunaan fitur *stories* sebagai media dakwahnya dan pesan dakwah yang terdapat pada akun @ismaelalkholilie.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan fitur Instagram *stories* sebagai media dakwah?
2. Apa pesan dakwah yang terdapat pada Instagram *stories* di akun Instagram @ismaelkholilie?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana fitur Instagram *stories* yang digunakan sebagai media dakwah pada akun Instagram @ismaelalkholilie.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan melalui Instagram *stories* yang diunggah oleh akun Instagram @ismaelalkholilie.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Perolehan data pada penelitian diharapkan mampu menambah koleksi pengetahuan yang dapat dijadikan informasi serta untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terutama di bidang dakwah dan komunikasi, khususnya bagi *civitas akademika* Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen Komunikasi Islam Prodi KPI UIN Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2. Secara praktis

a) Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana yang bermanfaat terhadap implementasi penelitian tentang cara berdakwah di media sosial.

b) Bagi pembaca, diharapkan ini dapat dijadikan sumber pengetahuan serta informasi tentang pesan dakwah dalam akun Instagram @ismaelalkholilie.

c) Bagi pendakwah, khususnya da'i yang berdakwah melalui media sosial diharapkan dapat dijadikan contoh untuk berdakwah dan

mengajak pada kebaikan melalui postingan yang positif dan sesuai dengan syariat agama.

d) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur – literatur kajian literasi produksi pembuatan konten dakwah melalui media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memberikan manfaat bagi praktisi produksi, terutama mahasiswa UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto jurusan Komunikasi Penyiaran Islam agar mampu memahami proses produksi yang terjadi dalam sebuah media, khususnya media sosial

F. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Pakhri M (2017) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alaudin Makassar dengan judul “Penggunaan Fitur Vidgram sebagai Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)”. Skripsi Ahmad Pakhri M bertujuan untuk menjabarkan pengguna Yufid tv dalam dakwah melalui fitur vidgram sebagai trend media dakwah. Persamaan dengan peneliti sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sementara letak pembedanya pada fitur media dakwah-nya jika akun @yufid.tv menggunakan fitur vidgram sementara akun yang peneliti teliti @ismaelalkholilie menggunakan fitur Instagram *stories*.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Anggraita Bantari Yuli (2021) Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Pesan Dakwah Di Media sosial Instagram @Hawariyyun”. Skripsi dari Putri Aggraita Bantari Yuli bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh akun Instagram @hawariyyun. Persamaan dengan peneliti yaitu sepadan mengobservasi perihal pesan dakwah, letak perbedaannya tentang pembahasan dan cara menyampaikan dakwahnya, jika akun Instagram @hawariyyun menggunakan *caption* dan video dalam

berdakwah, berbeda dengan akun Instagram yang peneliti teliti yaitu akun Instagram milik @ismaelalkholilie dalam berdakwah menggunakan referensi kitab kuning ala pesantren untuk referensi dalam menyampaikan dakwahnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Anwar Sidiq (2017), mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah pada akun @fuadbakh”. Persamaan dengan peneliti adalah media yang diaplikasikan yaitu Instagram dan sama-sama menggunakan jenis penelitian pustaka. Letak perbedaannya yaitu fokus penelitiannya jika akun @fuadbakh fokus pada penggunaan media Instagram sebagai dakwah sedangkan pada akun @ismaelalkholilie fokus pesan dakwah yang digunakan pada fitur *stories* pada Instagram yang digunakan sebagai media dakwah.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I: Pendahuluan: berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kerangka Teori: berisi penguraian mengenai pengertian dakwah, dan Instagram sebagai media dakwah.

Bab III Metode Penelitian: berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, sumber data dan penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian: berisi profil Instagram Lora Ismael dan hasil penelitian berupa penyajian data mengenai penggunaan Fitur *Stories* Akun Ismael Al-Kholilie Di Instagram Sebagai Media Dakwah dan pesan dakwah yang terdapat pada akun @ismaelalkholilie.

Bab V Penutup: berisi penutup yang didalamnya terdapat pemaparan simpulan dan saran dari peneliti.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi menurut Ilyas Ismael & Prio Hotman mengemukakan dalam bahasa Al- Qur'an (دعى-يدعو- دعوة) yang memiliki arti memanggil, menyeru, mengajak dan mengundang¹. Sedangkan menurut terminologi dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang di dalamnya terdapat ajakan untuk mencapai tujuan agar orang lain ikut berpartisipasi dalam ajakan tersebut. Dakwah juga memiliki arti sebagai proses aktifitas yang dilakukan secara sadar dan berencana, tujuannya adalah mengajak mad'u mengenal ajaran Islam tanpa adanya paksaan.² Terdapat beberapa pengertian dakwah sebagai berikut:

a. Prof. Thoha Yahya Oemar, M.A.

Mengatakan bahwa dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara yang baik dan bijaksana kepada jalan yang benar dan diridhai Allah. Dakwah dalam perintah Allah dilaksanakan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

b. M. Quraish Shihab

Dakwah adalah ajakan kepada keinsaan atau usaha yang dilakukan mubaligh untuk mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna. Kebaikan dan kesempurnaan ini disandarkan pada pribadi maupun masyarakat.

c. H. Rusydi Hamka

Dakwah adalah kegiatan untuk menyampaikan ajaran Allah kepada individu atau sekelompok masyarakat. Kegiatan

¹M. Fahmi Abdul Ghoni, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Skripsi (UIN Walisongo Semarang, 2018)*

² <http://repository.iainkudus.ac.id/4150/5/5.BAB%20II.pdf>

dakwah ini bertujuan untuk merubah pengertian, cara berpikir, pandangan hidup, keyakinan, perbuatan, sikap dan tingkah laku maupun tatanan nilai. Hal tersebut yang nantinya akan mengubah tatanan masyarakat dalam dinamika kehidupan.³

Secara istilah meminjam pendapat dari Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya Hidayah al Mursyidin yang dikutip dalam kitab al-Madkhal ila al-'ilm ad Da'wah mendefinisikan dakwah secara gamblang.

حَتُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ
وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

Makna dalam kalimat tersebut adalah ajakan dan dorongan yang dilakukan mubaligh kepada manusia agar berbuat baik dan ikut kepada jalan yang benar dan diridhai Allah, menyeru pada amar ma'ruf nahi munkar agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Tujuan dakwah tidak hanya berorientasi pada kesuksesan dan kebahagiaan dunia saja, namun dakwah juga harus tembus sebagai jalan untuk menggapai kebahagiaan akhirat. Hal ini harus dijadikan pedoman bagi penggiat dakwah agar orientasi mereka dalam berdakwah tidak hanya soal dunia melainkan membawa maslahat dan kebaikan sampai akhirat.⁴

Dari berbagai pengertian dakwah diatas dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan upaya yang dilakukan oleh para mubaligh dalam menyerukan ajaran-ajaran agama. Perluasan

³ Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen dakwah (Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*, Jakarta:Amzah, 2020 hlm 25-26

⁴ Kabir Al Fadly Habibullah, *Tafsir Kewajiban Dakwah "Studi Kompratif Panggung Belakang Penafsiran Ibn Katsir dan M. Quraish Syihab*, cet 1 2021 CV. Literasi Nusantara Abadi hlm 16 diakses dari https://books.google.co.id/books?id=45FZEAAAQBAJ&pg=PR1&dq=al+kabir+fadly+habibullah+tafsir+kewajiban+dakwah&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiJ0d3v0fPAhX36jgGHVodBckQ6AF6BAgCEAM#v=onepage&q=al%20kabir%20fadly%20habibullah%20tafsir%20kewajiban%20dakwah&f=false

berikutnya mengenai makna dakwah yaitu aktifitas yang berorientasi pada pengembangan masyarakat muslim yang nantinya akan membentuk peningkatan kesejahteraan sosial.⁵ Dakwah berupaya untuk mengubah manusia dari berbagai situasi untuk menjadi lebih baik tanpa adanya paksaan. Dakwah merupakan kegiatan yang didalamnya terdapat unsur-unsur untuk membentuk sebuah sitem yang terstruktur. Unsur-unsur ini yang nantinya berfungsi untuk mencapai tujuan dakwah. Unsur dakwah yang dimaksud adalah unsur yang pokok dalam pelaksanaan dakwah. pokok unsur dakwah meliputi da'i, mad'u, materi, media dan metode.⁶

2. Hukum Dakwah

Secara universal berdakwah menjadi kewajiban dan tanggungjawab seluruh kaum muslimin dimanapun berada. Akan tetapi agar tercapai sarana secara maksimal perananan organisasi yang memiliki fungsi untuk memikirkan metode dakwah yang lebih baik sangat diutamakan. Berdasarkan ayat Al-Qur'an, ulama sepakat bahwa hukum berdakwah adalah wajib. Sedangkan yang masih menjadi perdebatan adalah apakah kewajiban bedakwah itu disandarkan pada individu atau sekelompok orang tertentu. Perbedaan pendapat mengenai hukum berdakwah didasarkan pada perbedaan cara pemahaman mengenai dalil-dalil naqli. Ayat yang menjadi pokok hukum dakwah adalah surat Ali-Imran ayat 104.

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

⁵ Muhammad Sulhton, *Desain Ilmu Dakwah*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, Cet 1, 2003 hlm 16

⁶ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini dan Asep Shodiqin, *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*, Jurnal : Tabligh, Vol 1 No 2, 2016 hlm 63

Artinya:

“Dan hendaklah ada diantara kalian golongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Dalam ayat tersebut terdapat kewajiban yang dihadapi dalam berdakwah. *Pertama*, menyuruh berbuat ma’ruf⁷ dan *kedua*, melarang berbuat munkar⁸. Dalam tafsir al-Amidi surat Ali- Imran ayat 104 menerangkan dalil yang menunjukkan bahwa hukumnya wajib untuk meyerukan *amar ma’ruf nahi munkar*. Kemudian dalam tafsir Ahkam dijelaskan bahwa ayat tersebut mengandung dua makna. Pertama wajib hukumnya menyeru pada kebaikan, kedua fardu kifayah bukan kewajiban yang disandarkan pada tiap-tiap orang jika seseorang tersebut melakukannya.

Kewajiban amar ma’ruf nahi munkar adalah suatu tanggungjawab penuh bagi semua umat muslim lainnya. Dengan melaksanakan *amar ma’ruf nahi munkar* nantinya akan membentuk masyarakat yang mampu mengamalkan ajaran Islam sesuai ridha Allah. Dalam pelaksanaan berdakwah juga harus sesuai kapasitas, kemampuan, dan tidak menuntut individu atau kelompok dalam melaksanakan dakwah diluar kemampuan mereka.⁹

Selain dalam Al-Qur’an, di dalam hadist juga terdapat perintah untuk melakukan dakwah. Rasulullah SAW, bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ
اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ

⁷ Ma’ruf adalah mencakup suatu hal yang patut, sewajarnya atau sesuatu yang bernilai kebaikan dan kemaslahatan. Lihat Badarussyamsi, M. Ridwan dan Nur Aiman, *Amar Ma’ruf Nahi Munkar: Sebuah Kajian Ontologis*, Jurnal: Tajdid Vol.19 No 2, 2020 hlm 274

⁸ Munkar berasal dari bahasa Arab *nakaru* yang diartikan *jahala* (tidak mengenal, tidak mengetahui dan tidak mengakui) dan pada akhirnya mengingkari adanya sesuatu.

⁹ Desi Syafriyani, *Hukum Dakwah Dalam Al-Qur’an dan Hadis*, Jurnal:Fuaduna, Vol.1 No. 1, 2017 hlm 20-24

بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ
أَضْعَفُ الْإِيمَانِ [رواه مسلم]

Artinya:

Dari Abu Sa'id Al khudry radhiallahu'anhu berkata: Saya mendengar Rasulullah SAW, bersabda, "Barangsiapa diantara kalian yang melihat kemungkaran, maka hendaklah ia merubah dengan tangan-nya (kekuatannya), apabila ia tidak mampu (mencegah dengan tangannya) maka hendaklah ia merubah dengan lisanya, dan apabila (dengan lisannya) ia juga tidak mampu maka hendaklah ia merubah dengan hatinya, dan yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman."

Hadits di atas menunjukkan kepada seluruh umat Islam untuk berdakwah sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing. Hadits tersebut dengan tegas memerintahkan untuk berdakwah, sehingga ulama sepakat tentang adanya kewajiban berdakwah. Beberapa literatur menyebutkan bahwa para ulama berpendapat dakwah itu *fardhu kifayah*. Perlu diketahui bahwa pendapat ulama mengenai dakwah sebagai *fardhu kifayah*, menganggap dakwah juga dapat menjadi *fardhu 'ain* sesuai dengan syarat dan kondisi.¹⁰

3. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang luas tentang materi dakwah. Da'i mampu memilih materi dakwah sesuai dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Materi yang akan disampaikan da'i kepada mad'u sesuai dengan situasi dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Menurut Apifah Uripah dalam

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

skripsinya maddah/ materi dakwah dapat di kategorikan menjadi empat yaitu:

a. Akidah

Akidah merupakan materi dakwah yang menjadi masalah pokok mendasar. Aspek dari akidah adalah bagaimana membentuk karakter pendekatan diri seorang hamba pada Allah. Hal ini, biasanya menyangkut masalah tauhid, syirik dan keimanan.

Secara etimologi aqidah berasal dari kata *'aqada- 'aqada- 'aqidatan. a'qdan* yang berarti ikatan yang kuat. Menurut istilah aqidah merupakan dasar keyakinan yang harus dimiliki oleh orang yang mempercayainya. Keyakinan dan keimanan dalam agama Islam merupakan dasar bagi setiap muslim yang di atasnya berdiri sebuah syariat Islam. Menurut terminologi akidah adalah iman dan keyakinan yang ada pada diri setiap muslim. Akidah menjadi pegangan hidup karena akidah berkaitan dengan rukun iman yang merupakan asas bagi ajaran Islam.

Kepercayaan yang dimiliki setiap insan muslim adalah fitrah yang melekat pada manusia. Oleh karena itu Islam merupakan agama tauhid. Ruang lingkup pada akidah dapat diperinci sebagaimana yang sudah kita kenal yaitu rukun iman. Rukun iman meliputi: iman kepada Allah, malaikat (termasuk di dalamnya: jin, setan, dan iblis), kitab-kitab Allah yang telah kita ketahui dan diturunkan kepada utusan-Nya, iman kepada Nabi dan Rasul, hari akhir dan takdir Allah.¹¹

Cakupan materi dakwah dalam ruang lingkup akidah sebagai berikut:

1) *Ilahiyyat* (ketuhanan)

Pengertian ketuhanan memuat pembahasan tentang hubungan *illah* (Tuhan) dari segi sifat-Nya dan nama-nama-Nya dan *af'al* Allah. Adanya illahiyat juga

¹¹ https://www.academia.edu/40324281/Iman_Kepada_Allah_dan_Malaikat

disambungkan dengan semua yang wajib dipercayai oleh hamba terhadap Tuhan.

2) *Nubuwwat* (Kenabian)

Nubuwwat merupakan pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan Nabi dan Rasul mengenai sifat, ke- ma'shum-an, tugas dan kebutuhan akan keputusan mereka. Nantinya nubuwat akan berhubungan dengan para wali, mukjizat, *karamah*, dan kitab-kitab *samawi*.

3) *Ruhaniyat*

Meliputi pembahasan tentang kerohanian yang berhubungan dengan alam, akan tetapi bukan terkait dengan metafisika seperti jin, malaikat, iblis dan ruh.

4) *Sam'iyat*

Yaitu pembahasan yang berhubungan dengan alam *barzah*. Meliputi: kehidupan di dalam akhirat, keadaan dalam kubur, tanda-tanda kiamat, *ba'ts* (kebangkitan dari kubur), padang *mahsyar*, hisab (perhitungan amal kita selama di dunia), dan *jaza'* (hari pembalasan perbuatan yang kita lakukan selama di dunia).

Pokok pembahasan mengenai akidah menyangkut rukun iman yang enam. Ruang akidah dapat diperinci sebagaimana yang kita kenal dengan rukun iman, rukun iman meliputi, iman kepada Allah, malaikat (termasuk meyakini adanya iblis, setan dan jin), kitab-kitab Allah yang telah diturunkan kepada utusan-Nya, Nabi dan Rasul, hari akhir serta mengimani adanya takdir Allah.

1. Beriman Kepada Allah

a) Beriman kepada Allah (*Tauhidullah*)

Beriman kepada Allah adalah percaya dan meyakini adanya Allah, bahwa Dia Allah adalahh maujud (ada). Akidah mempunyai sifat yang tidak dimiliki oleh manusia dengan segala keagungan dan kesempurnaan-Nya. Diallah

Allah yang menciptakan bumi dan seisinya tanpa ada permulaan dan yang akhir tanpa penghabisan. Mengimani bahwa Allah yang berkuasa atas semua yang ada, apabila Allah menghendaki sesuatu maka Allah berkata “Jadilah” sungguh sesuatu yang Allah kehendaki akan terjadi.

Pokok utama dalam mengimani Allah adalah *tauhidullah*, yang memiliki makna meng-Esakan Allah. Meng-Esakan Allah berarti meng-Esakan perbuatan-Nya, beribadah kepada-Nya serta dalam menyebut nama dan sifat-Nya. Iman kepada Allah mengandung empat usur:

b) Beriman akan adanya Allah.

Beriman dan mengimani adanya Allah merupakan hal yang fitrah dimiliki oleh setiap umat. Manusia mempunyai fitrah mengimani adanya Allah tanpa harus didahului berfikir dan mempelajari sebelumnya. Artinya iman itu sudah melekat pada diri seorang manusia. Fitrah ini akan tetap terjaga dan tidak akan berubah kecuali ada sesuatu yang mempengaruhi imannya dan mengubah hatinya. *Pertama*, dalil *aqli* yang menjelaskan adanya ke-Esaan Allah, bahwa makhluk yang ada di dunia ini tidak muncul begitu saja secara kebetulan melainkan segala sesuatu yang berwujud pasti ada yang mewujudkannya, dan itu tidak lain adalah Allah. *Kedua*, ada dalil syar’i yang menjelaskan mengenai adanya Allah. Dalam kitab samawi terdapat pembahasan tentang adanya Allah.

Demikian hukum dan aturan yang terdapat pada kitab-kitab tersebut yang mengatur kemaslahatan manusia. Hal tersebut menunjukkan bahwa kitab-kitab tersebut berasal dari Allah. *Ketiga*, adanya dalil indarawi yang menunjukkan tentang adanya Allah. Hal tersebut bisa kita rasakan dengan adanya dikabulkannya do’a seorang hamba. Tentang

adanya tanda-tanda kemukjizatan nabi juga termasuk bukti kuat adanya Dzat yang telah mengutus mereka yang tidak lain adalah Allah.

c) Mengimani sifat *rububiyah* Allah

Mengimani *rububiyah* memiliki arti mengimani sepenuhnya Allah yang Maha Esa dan tidak ada sekutu baginya. Allah adalah dzat yang memiliki hak untuk menciptakan yang ada di dunia ini, adanya dunia dan seisinya berarti ada dzat yang membuatnya yaitu Allah. Allah adalah penguasa bumi dan seisinya, maka kita harus mengimani dan yakin adanya Allah.

d) Mengimani sifat *uluhiyah* Allah

Mengimani Allah di dalam hati dan diri kita bahwa Allah adalah sesembahan yang tidak ada sekutu bagi-Nya yang harus kita sembah. Tauhid *Uluhiyah* yaitu meyakini bahwa Allah satu-satunya *Al-Ba'abud*, yang berhak disembah dan ditaati seluruh aturan-Nya. Tauhid *uluhiyah* juga dapat dimaknai dengan “tauhid ibadah”. Karena tauhid *ubudiyah* (ibadah) merupakan sifat yang ada dalam diri seorang hamba yang wajib menyembah Allah secara Ikhlas.

Pengaplikasian sifat *uluhiyah* Allah dengan cara beribadah sesuai dengan apa yang telah di syariatkan dan di perintahkan dengan tidak menyekutukan-Nya. Tauhid *rububiyah* tanpa adanya tauhid *uluhiyah* belum sempurna dikatakan sebagai iman kepada Allah. Hal demikian terjadi pada zaman Rasulullah mereka kaum musrikin hanya mengimani *rububiyah* saja tanpa *uluhiyah*, sehingga mereka mengakui adanya Allah akan tetapi mereka juga menyembah selain Allah. Tauhid *uluhiyah* adalah pondasi tempat dibangunnya seluruh amal, sehingga tanpa adanya

mengimani tauhid *uluhiyah* semua amal tidak akan diterima.

e) Mengimani *Asma'* dan Sifat Allah

Mengimani *asma'* dan sifat Allah adalah menetapkan apa yang sudah ditetapkan Allah untuk dzat-Nya yang sudah termaktub dalam kitab Allah dan sunnah Rasul-Nya. Semua yang berkenaan dengan nama-nama maupun sifat Allah harus diimani tanpa adanya *ta'wil* (menafsirkan), *tamtsil* (pengumpamaan), *takthil* (menafikan), *tahrir* (penyelewengan), dan *takyif* (menanyakan bagaimana). Beriman kepada Allah adalah pokok ajaran akidah dalam Islam. Ke-Esa-an Allah dijelaskan dalam Al- qur'an bahwa Allah itu satu dalam diri-Nya, satu dalam sifat-Nya dan dalam perbuatan-Nya.

Satu dalam diri-Nya berarti Allah itu tidak terbilang atau lebih dari satu. Satu dalam sifat-Nya berarti tidak ada yang dapat menyamai Allah. Tidak seorangpun menyamai sifat Allah yang sangat sempurna. Satu dalam perbuatan-Nya berarti tidak ada seorangpun yang dapat mengerjakan sesuatu yang telah atau yang dikerjakan oleh Allah. Allah akan menafikan siapapun jika ada yang menyerupai-Nya, dan Allah menetapkan bahwa Dia adalah dzat yang Maha Mendengar dan Maha Melihat.

Maka dengan demikian Dia memberikan diri-nya nama dan sifat yang Dia beritakan untuk diri-Nya dengan nama yang kita kenal yang disampaikan oleh Rasul-Nya. Maka tidak ada seorangpun yang mengetahui Allah daripada Allah sendiri dan tidak ada sesudah Allah yang mengetahui Allah daripada Rasul-Nya. Dengan demikian kita sebagai hamba-Nya tidak diperintahkan untuk memikirkan dan membicarakan hal yang tidak tercapai oleh akal dalam hal kepercayaan. Sebab akal manusia tidak

memungkinkan mencapai pengertian Dzat Allah dan hubungan-Nya dengan sifat yang sudah melekat pada-Nya.¹²

2. Beriman Kepada Malaikat Allah

Salah satu rukun iman yang wajib diimani oleh setiap mukmin adalah beriman kepada malaikat Allah. Hal ini sebagaimana diterangkan oleh Rasul mengenai perintah untuk mengimani para Rasul Allah. Dalam hadis Jibril dikatakan ketika malaikat Jibril ditanya tentang iman, kemudian di jawab oleh Rasul bahwa *“Engkau beriman kepada Allah, Malaikat-Nya, kitab-Nya, Rasul-Nya, hari akhir-nya serta takdir yang telah ditetapkan oleh Allah baik ataupun buruk”* (H.R Muslim). Beriman kepada Allah yaitu yakin adanya Malaikat sebagai ciptaan Allah. Beriman kepada Malaikat berarti percaya Allah mempunyai makhluk yang dinamai Malaikat. Malaikat diciptakan dengan cahaya dan tidak pernah durhaka kepada-nya selalu taat dalam perintah-Nya. Beriman kepada Malaikat memiliki empat unsur:

a) Mengimani wujud Malaikat.

Yaitu dengan kita yakin bahwa Malaikat itu benar adanya bukan khayalan semata, bahkan halusinasi atau dongeng belaka. Malaikat memiliki jumlah yang sangat banyak dan hanya Allah yang dapat menghitungnya.

b) Mengimani nama-nama Malaikat yang kita kenali.

Yaitu dengan kita mengenal nama-nama Malaikat yang sudah kita kenali dengan meyakini keberadaannya. Adapaun yang tidak kita kenali namanya kita harus tetap mengimani keberadaan mereka secara global.

c) Mengimani sifat-sifat Malaikat yang kita kenali.

Misalnya mengimani bahwa malaikat memiliki sayap ada yang dua, tiga atau empat yang termaktub dalam Al-

¹² H. A. Zahri, Pokok-Pokok Akidah Yang Benar, (Yogyakarta: Depublish 2020) hlm20

Quran surat Al Fathir ayat 1. Khususnya Malaikat jibril yang memiliki sayap hingga 600 sayap yang membentang dan menutupi ufuk semesta Alam. Meyakini bahwa malaikat bisa menjelma menjadi seorang laki-laki, seperti saat diutus oleh Allah. Malaikat menjelma menjadi seorang laki-laki itu karena utusan Allah, dan itu dilakukan ketika malaikat Jibril diutus Allah bertemu Nabi Muhammad dalam sebuah perkumpulan untuk mengajarkan agama kepada para sahabat Nabi.

d) Mengimani tugas-tugas Malaikat yang sudah kita ketahui.

Mengimani bahwa benar adanya tugas Malaikat yang bertasbih dan beribadah kepada Allah siang dan malam tanpa merasa lelah. Dan diantara mereka malaikat Jibril, Mikail, Izrail, Isrofil, Mungkar, Nakir, Rokib, Atid, Malik dan Ridwan yang mempunyai tugas tertentu yang sudah kita ketahui.

3. Mengimani Kitab-kitab Allah

Beriman kepada kitab Allah berarti meyakini bahwa Allah menurunkan beberapa kitab kepada beberapa Rasul untuk dijadikan sebagai pegangan dan pedoman hidupnya guna mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Di antara kitab-kitab yang kita kenali ada yang merupakan pembicaraan Allah dengan Rasul tanpa perantara Malaikat. Di antaranya ada yang disampaikan melalui seorang Rasul Malaikat kepada seorang Rasul manusia, dan ada juga yang ditulis oleh Allah. Tidak disebut dengan jelas dalam Al-Quran dan hadis semua nama kitab Allah dan jumlahnya. Kitab yang tertera dengan jelas dalam Al-Quran ada empat yaitu Injil, Turat, Zabur dan Al-Quran.

4. Mengimani Para Rasul Allah

Rukun iman selanjutnya yang wajib kita Imani adalah mengimani para Rasul Allah. Dalam redaksi *Irsaad ilaa shakihil*

I'tiqaad hal 146 di jabarkan mengenai iman kepada Rasul termasuk iman kepada Allah. Allah menggandengkan antara keimanan kepada para Rasul dengan keimanan terhadap diri-Nya, malaikat-malaikat-Nya, dan kitab-kitab-Nya. Allah menghukumi kafir orang yang membedakan antara keimanan kepada Allah dan para Rasul. Mereka beriman terhadap sebagian namun kafir terhadap sebagian yang lain.

Pokok keimanan terhadap Rasul mengandung empat unsur. *Pertama*, mengimani bahwasanya risalah yang dibawa oleh Rasul adalah benar adanya risalah yang berasal dari wahyu Allah. *Kedua*, beriman kepada nama-nama rasul yang kita ketahui. *Ketiga*, membenarkan dan mengimani bahwa berita-berita yang Rasul bawa adalah sah dari mereka. *Keempat*, beramal dengan syariat yang telah dibawakan oleh rasul dan mengimani bahwa sang penutup para Nabi adalah Nabi Muhammad SAW.

5. Iman Kepada Hari Akhir

Iman kepada hari akhir hukumnya wajib dan kedudukannya dalam agama merupakan salah satu di antara rukun iman yang enam. Dalam kalam-Nya Allah Ta'ala menggandengkan antara iman kepada Allah dan iman kepada hari akhir. Karena barangsiapa yang tidak beriman kepada hari akhir tidak mungkin akan beriman kepada Allah. Orang yang tidak beriman dengan hari akhir tidak akan beramal, karena seseorang tidak akan beramal kecuali dia mengharapkan kenikmatan di hari akhir dan takut terhadap *adzab* di hari akhir.

Mengimani hari akhir adalah mengimani bahwa tidak ada hari setelahnya saat itu dan hari akhir merupakan tahapan yang terakhir. Hari akhir mencakup tiga hal pokok yaitu: mengimani adanya hari kebangkitan, mengimani adanya *hisab* (perhitungan) dan *jaza'* (balasan), serta mengimani tentang surga dan neraka.

a. Mengimani Adanya Hari Kebangkitan.

Hari kebangkitan adalah hari dimana setiap mukmin yang sudah mati akan dihidupkan kembali ketika ditiupkan sangkakala yang kedua oleh malikat Israfil. Kemudian manusia akan berdiri menghadap Rabb semesta alam dalam keadaan telanjang tanpa alas kaki, telanjang tanpa pakaian, dan dalam keadaan tidak disunat.

b. Mengimani Adanya Hari Perhitungan dan Pembalasan.

Pada hari dimana seluruh amal dan perbuatan yang kita perbuat di dunia akan dihisab dan diberi balasan. Hal ini juga termaktub dalam As- Sunnah dan Al- Quran dan Ijma' kaum muslimin. Dalam Al- Quran surat Al Anbiya' ayat 7 Allah berfirman "*Kami akan memasang timbangan yang tepat pada hari kiamat, maka tiadalah dirugikan seseorang barang sedikitpun. Dan jika (amalan itu) hanya seberat biji sawipun pasti Kami mendatangkan (pahala)Nya. Dan cukuplah Kami sebagai pembuat perhitungan.*"

c. Mengimani Adanya Surga dan Neraka.

Surga dan neraka adalah tempat kembali yang abadi bagi makhluk. Surga adalah kampung kenikmatan yang dipersiapkan oleh Allah Ta'ala bagi orang-orang yang beriman. Sedangkan neraka adalah hunian yang penuh dengan adzab yang dipersiapkan oleh Allah Ta'ala untuk orang-orang kafir. Berkaitan dengan surga dan neraka, ada hal yang membedakan keyakinan ahlus sunnah dan ahlu bid'ah. *Pertama*, surga dan neraka benar adanya. *Kedua*, surga dan neraka sekarang sudah ada. *Ketiga*, penciptaan surga dan neraka sebelum adanya penciptaan makhluk. *Keempat*, surga dan neraka sudah ditentukan siapakah yang

akan menjadi penghuninya. *Kelima*, surga dan neraka kekal abadi.

d. Mengimani Fitnah, Adzab dan Siksa Kubur.

Mengimani adanya siksa kubur ada dalil mengenai kisah tentang siksa kubur. Kisah pertanyaan malaikat di alam kubur kepada mayit tentang Rabbnya, agamanya, dan nabinya. Allah Ta'ala lalu meneguhkan orang-orang yang beriman dengan kata-kata yang mantap, sehingga dengan kemantapannya ia menjawab "*Rabbku adalah Allah, agamaku Islam, dan nabiku adalah Nabi Muhammad*".

6. Mengimani Taqdir Allah.

Keimanan seorang mukmin yang benar harus mencakup enam rukun. Yang terakhir adalah beriman terhadap takdir Allah, Baik takdir yang baik maupun takdir yang buruk. Dalam pembahasan takdir, kita sering mendengar istilah *qodho'* dan *qodar*. *Qodho'* maknanya adalah sesuatu yang telah ditetapkan Allah pada makhluk-Nya, baik berupa penciptaan, peniadaan, maupun perubahan terhadap sesuatu. Sedangkan *qodar* maknanya adalah sesuatu yang telah ditentukan Allah sejak zaman *azali*.

Empat prinsip mengimani adanya takdir Allah. *Pertama*, Mengimani bahwa Allah Ta'ala mengetahui dengan ilmunya yang *azali*. Abadi tentang segala sesuatu yang terjadi baik perkara yang kecil maupun yang besar, yang nyata maupun yang tersembunyi, baik itu perbuatan yang dilakukan oleh Allah maupun perbuatan makhluknya. *Kedua*, mengimani bahwa Allah Ta'ala telah menulis dalam *lauhul mahfudz* catatan takdir segala sesuatu sampai hari kiamat. Tidak ada sesuatupun yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi kecuali telah tercatat. *Ketiga*, mengimani bahwa kehendak Allah meliputi segala sesuatu. Baik yang terjadi maupun yang tidak terjadi, baik perkara besar maupun kecil, baik yang tampak maupun yang tersembunyi, baik yang terjadi di langit

maupun di bumi. Semuanya terjadi atas kehendak Allah Ta'ala, baik itu perbuatan Allah sendiri maupun perbuatan makhluknya. *Keempat*, mengimani dengan penciptaan Allah. Allah Ta'ala menciptakan segala sesuatu baik yang besar maupun kecil, yang nyata dan tersembunyi.

Ciptaan Allah mencakup segala sesuatu dari bagian makhluk beserta sifat-sifatnya. Perkataan dan perbuatan makhluk pun termasuk ciptaan Allah. Adapun beberapa macam takdir yang harus diketahui yaitu:

a. Takdir *Azali*.

Yakni ketetapan Allah sebelum penciptaan langit dan bumi ketika Allah Ta'ala menciptakan qalam (pena). Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam bersabda, “... *Allah telah menetapkan takdir untuk setiap makhluk sejak lima puluh ribu tahun sebelum penciptaan langit dan bumi*”.

b. Takdir *Kitaabah*.

Yakni pencatatan perjanjian ketikamanusia ditanya oleh Allah, “*Bukankah Aku Tuhan kalian?*”. Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu mengeluarkan keturunan anak-anak Adam dari sulbi mereka dan Allah mengambil kesaksian terhadap jiwa mereka (seraya berfirman): “*Bukankah Aku ini Tuhanmu?*” Mereka menjawab: “*Betul (Engkau Tuhan kami), kami menjadi saksi*”. (Kami lakukan yang demikian itu) agar di hari kiamat kamu tidak mengata-kan: “*Sesungguhnya kami (bani Adam) adalah orang-orang yang lengah terhadap ini (keesaan Tuhan)*”. Agar kamu tidak mengatakan: “*Sesungguhnya orang-orang tua kami telah mempersekutukan Tuhan sejak dahulu, sedang kami ini adalah anak-anak keturunan yang (datang) sesudah mereka. Maka apakah Engkau akan membinasakan kami karena perbuatan orang-orang yang sesat dahulu?*” (QS. Al A'raaf 172-173)

c. Takdir *'Umri*.

Yakni ketetapan Allah ketika penciptaan nutfah di dalam rahim, telah ditentukan jenis kelaminnya, ajal, amal, susah senangnya, dan rizkinya. Semuanya telah ditetapkan, tidak akan bertambah dan tidak berkurang.

d. Takdir *Hauli*.

Yakni takdir yang Allah tetapkan pada malam *lailatul qadar*. Allah menetapkan segala sesuatu yang terjadi dalam satu tahun. *“Haa miim. Demi Kitab (Al Qur’an) yang menjelaskan, sesungguhnya Kami menurunkan pada suatu malam yang diberkahi dan sesungguhnya Kami-lah yang memberi peringatan. Pada malam itu dijelaskan segala urusan yang penuh hikmah, (yaitu) urusan yang besar dari sisi Kami. Sesungguhnya Kami adalah Yang mengutus rasul-rasul”* (QS. Ad Dukhaan:1-5).

e. Takdir *Yaumi*.

Yakni penentuan terjadinya takdir pada waktu yang telah ditakdirkan sebelumnya. Ibnu Jarir meriwayatkan dari Munib bin Abdillah bin Munib Al Azdiy dari ayahnya berkata, *“Rasulullah membaca firman Allah “Setiap waktu Dia dalam kesibukan”, maka kami bertanya: Wahai Rasulullah apakah kesibukan yang dimaksud?. Rasulullah bersabda: “Allah mengampuni dosa, menghilangkan kesusahan, dan meninggikan suara serta merendahkan suara yang lain”*.¹³

b. Akhlak

Akhlak diartikan sebagai budi pekerti, adat istiadat, *murua'ah* (tabiat) yang terdapat pada diri seseorang. Akhlak merupakan wujud dari penerapan aqidah seseorang. Akhlak disini memiliki arti kondisi batin seseorang yang mempengaruhi tindak tanduk

¹³ <http://muslim.or.id>

manusia. Dalam hal ini hakekat akhlak merupakan “*rahmatan lil ‘alamin*” (pertolongan untuk semesta alam), kiblat akhlak bagi seorang muslim ialah Rasulullah.¹⁴

Secara bahasa kata akhlak berasal dari bahasa Arab yaitu *akhlaq* jama’ dari *khuluqun* yang berarti adat, tabiat dan sebagainya. Secara istilah akhlak adalah kemauan jiwa manusia yang menimbulkan suatu perbuatan dengan spontanitas tanpa adanya pertimbangan pikiran terlebih dahulu. Pengertian akhlak menurut Imam Al-Ghazali dikutip dari pernyataan Yunahar Ilyas yaitu:

Akhlak merupakan sifat yang telah tertanam dalam jiwa manusia. Sifat inilah yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa berfikir sebelum bertindak. Jika sifat yang dilakukan baik maka melahirkan perbuatan baik menurut syariat Islam dan bila yang lahir adalah sifat buruk maka disebut akhlak buruk. Aminuddin menggolongkan akhlak menjadi dua macam yaitu akhlak terpuji (*akhlalul mahmudah*) dan akhlak tercela (*akhlak madzmumah*)¹⁵

Akhlak *mahmudah* adalah akhlak yang mencerminkan sifat terpuji pada diri seseorang dan memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain yang ada di sekitar kita dapat merasakan hal tersebut. Akhlak *mahmudah* seperti beribadah tepat waktu, bersedekah, bertutur kata yang baik kepada yang lebih tua, seumuran atau yang lebih muda, menjalin hubungan silaturahmi dengan tetangga, merawat tanaman, menyayangi binatang dan sebagainya. Sebaliknya akhlak *madzmumah* merupakan akhlak yang memiliki sifat tercela. Perbuatan tercela dapat merusak keimanan seseorang atau bahkan dapat merusak dan merugikan diri

¹⁴ Apifah Urpiah, *Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah (Study Deskriptif Pada Akun Instagram @xkwavers)*, Skripsi: (UIN Raden Intan Lampung, 2021)

¹⁵ <https://mulyadi.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/4867/BAB+5+DAN+6.pdf>

sendiri dan orang lain. Contoh akhlak tercela dalam kehidupan sehari-hari: muanfik, kufur, syirik, khianat, dendam, takabur, megadu domba, merusak alam, putus asa, bohong, iri, dengki dan sebagainya.¹⁶

Pesan akhlak dibagi menjadi tiga. *Pertama*, akhlak kepada Allah SWT. *Kedua*, akhlak kepada makhluk (manusia) yang meliputi (diri sendiri, masyarakat, tetangga dan lainnya). *Ketiga*, akhlak kepada alam sekitar. Akhlak kepada Allah adalah bentuk akhlak yang menunjukkan ridho dan ikhlasnya seorang manusia terhadap ketentuan, hukum-hukum serta perintah Allah dengan lapang dada tanpa mengeluh dan menyesalnya. Akhlak kepada manusia merupakan bentuk sikap, perilaku dan ucapan antara manusia dengan orang lain secara baik dan dengan etika yang telah dilah dijelaskan.

Akhlak kepada manusia merupakan sikap yang ditunjukkan terhadap orang lain. Hal tersebut termasuk kepada keluarga, masyarakat dan juga terhadap sesama manusia yang berbeda kepercayaan, suku maupun bangsa. *Ketiga*, akhlak terhadap lingkungan. Mencangkup makhluk selain manusia yaitu tumbuhan, binatang dan tumbuhan. Dapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan bentuk tabiat atau kebiasaan yang akan memunculkan suatu tindakan. Akhlak mencerminkan tabiat dari seseorang apabila yang menjadi tabiat adalah hal yang baik maka dikatakan akhlak yang baik, namun apabila yang dimunculkan perbuatan yang buruk maka dikatakan akhlak yang buruk.

Akhlak kepada Allah mencangkup: memohon ampun kepada-Nya, bersyukur, muhasabah diri. Hal tersebut melahirkan taat, keikhlasan, memohon ampun, cinta dan menumbuhkan sikap religius. Adapun akhlak kepada makhluk akan membentuk pribadi

¹⁶ Nuryantika, Surahman Anim, Ismael, dkk. 2021. Strategi Penerapan Akhlak Islami “Sadar Sampah Di Sekolah Islam Terpadu”. Indramayu: Penerbit Adab. Hlm 42

yang baik. Menurut Mahmud Al Misri akhlak kepada diri sendiri akan melahirkan ilmu, kedermawaan, kesabaran, mudah diajak dalam kebaikan, dan mengerti akan pengetahuan tentang Islam. Dalam hal tersebut akan terbentuk sikap taqwa, istiqomah, perduli, zuhud, ikhlas, sabar, lemah lembut, amar ma'ruf nahi munkar, cinta kebenaran, tegas dan yakin. Akhlak kepada sesama akan melahirkan sikap, jujur, adil, pemaaf, rukun dan peduli sesama.

Akhlak kepada lingkungan yang mencakup semua makhluk Allah kecuali manusia akan menumbuhkan sikap bersih, lemah lembut terhadap makhluk di sekitar seperti tumbuhan, hewan dan sebagainya, serta peduli terhadap lingkungan.¹⁷

c. Pesan Syariat

Syariat merupakan sebuah kemaslahatan. Yang dimaksud kemaslahatan adalah untuk menjaga agama, akal, jiwa, harta, keturunan. Kemaslahatan merupakan tujuan dari syariat. Syariat erat kaitannya dengan lahir dan batin manusia untuk menaati hukum Allah. Syariat bertujuan untuk mengatur hubungan *hablum minAllah* dan *hablum minannas* (makhluk dengan Tuhannya dan makhluk dengan sesama makhluk). Syariat yang membimbing makhluk dengan Tuhannya disebut dengan ibadah. Sementara hubungan antar sesama makhluk disebut dengan muamalah (hubungan sosial antar sesama manusia).

Materi dakwah Syariat memiliki cakupan sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Di samping itu, materi dakwah dalam bidang Syari'at dimaksudkan untuk memberikan pandangan yang gamblang dan fenomena masyarakat muslim. Adapun hujah atau dalil-dalil untuk melihat setiap persoalan yang baru. Sehingga dalam pengambilan keputusan mengenai syariat tidak terjerumus dalam kejelekan karena yang diinginkan dalam dakwah adalah

¹⁷Saifuddin Amin, Pendidikan Akhlak berbasis Hadits Arbain An Nawawi, 2021, Indramayu: Penerbit Adab (CV Adanu Abimata), hlm 24 - 28

kebaikan. Adapun cakupan syari'ah meliputi persoalan ibadah, munakahat, mu'amalah, mawaris, *jinayah* dan juga *siyasah*.¹⁸

Materi syariat adalah materi yang membahas terkait hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-Nya. Hal itu bisa berupa ibadah (puasa, shalat, haji, zakat, dll. Yusuf Qardhawi mendefinisikan syariat adalah apa saja ketentuan Allah yang dapat dibuktikan melalui dalil-dalil Al-Qur'an maupun sunnah. Adapun ketentuan lainnya seperti *ijma'*, *qiyas* dan lain sebagainya. Maka dapat disimpulkan bahwa syariat adalah hukum ataupun peraturan yang datang dari Allah swt, baik melalui Al-Qur'an, sunnah NabiNya, atau *ijma'* dan *qiyas*. Jika aturan itu tidak datang dari Allah swt, maka tidaklah disebut syariat. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat ini harus mampu menanggambarkan atau menginformasikan yang jelas di bidang hukum. Bentuk status hukum seperti bersifat wajib, *mubah* (dibolehkan), dianjurkan (*mandub*), *makruh* (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan haram (dilarang).¹⁹

d. Muamalah

Muamalah merupakan kategori syariat yang mengatur hubungan antar sesama manusia. Dalam hal ini keterkaitan manusia dengan muamalah adalah membimbing perihal adab dan perangai yang benar kepada sesama manusia. Muamalah adalah hubungan antar manusia dan hubungan sosial. Berdasarkan terminologi fiqh muamalah dapat diartikan sebagai suatu hukum yang dibuat berdasarkan tindakan manusia yang berkaitan dengan

¹⁸ Kabir Al-Fadly Habibullah, *Tafsir Kewajiban Dakwah: Studi Komparatif Panggung Belakang Penafsiran Ibnu Katsir dan M. Quraish Shihab* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021), hal. 21.

¹⁹ Dinda Rizky Hayati, *Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Mukhlis*, (Skripsi: Universitas Prof.K.H. Saifuddin Zuhri, 2021)

hal duniawi.²⁰ Muamalah terdiri hukum nikah, waris, jual beli, pidana dan hukum pedamaian atau peperangan.

Islam merupakan agama yang menekankan urusan mu'amalah lebih besar posisinya dari pada urusan ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial dari pada aspek kehidupan ritual. Islam yang menjadikan seluruh bumi ini masjid, tempat mengabdikan kepada Allah. Ibadah dalam muamalah disini, diartikan sebagai ibadah yang mencangkup hubungan dengan Allah SWT, Cakupan aspek muamalah jauh lebih luas dari pada ibadah.²¹

B. Media Dakwah

1) Pengertian Media dakwah

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Dalam bahasa Arab media sama halnya dengan *wasilah* atau bentuk jama' dari *wasail* yang berarti perantara. Menurut ahli komunikasi mengartikan media merupakan alat atau perantara yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Menurut Mira Fauziyah media adalah sarana yang digunakan sebagai media dakwah yang mempunyai tujuan supaya mempermudah da'i dalam menyampikan pesan dakwah kepada mad'u.²² Secara terminologi, media adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak. Media merupakan *channel* (saluran) untuk mempermudah menyampaikan pesan komunikasi agar lebih praktis.

Dakwah adalah istilah dalam bahasa Arab yang artinya menyeru, memanggil dan mengajar. Dakwah menurut Shalahuddin Sunni adalah perbuatan yang menegaskan syarat ma'ruf tentang

²⁰ <https://etheses.iainkediri.ac.id/2377/3/931203915%20%bab2.pdf>

²¹ <https://digilib.uinsby.ac.id/2377/3/931203915%20%bab2.pdf>

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah "Edisi Revisi"*, (Jakarta: Kencana Cet 6 2017) hlm 346

kejahatan dan menaklukkan keadilan atas kebatilan. Media dakwah merupakan wadah yang dipakai guna memberikan materi dakwah kepada mad'u. Berbeda pendapat Asmuni Syukir mengatakan media dakwah merupakan wadah guna meraih tujuan tercapainya dakwah. Terlepas dari banyaknya pendapat mengenai media dakwah, pada intinya media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menunjang berlangsungnya pesan dakwah dari da'i kepada mad'u.²³ Dengan kata lain media dakwah juga berfungsi sebagai alat pengefektifan penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u.

2) Jenis-jenis Media Dakwah

Sebagaimana yang telah dijabarkan diatas mengenai pengertian media dakwah, bahwa media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.²⁴

Hamzah Yaqub membagi media dakwah menjadi lima yaitu, sebagai berikut:

1. Lisan, merupakan media dakwah paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara untuk berdakwah. Contohnya: pidato, ceramah. Penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, berupa buku, majalah, surat kabar, dan lain sebagainya.
3. Lukisan, berupa gambar, karikatur, dan lain sebagainya.
4. Audio Visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang peneliatan dan pendengaran dapat berupa, televisi, internet, radio, dan lain sebagainya.
5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan yang nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dipandang oleh mad'u²⁵

²³ Aminuddin, *Media Dakwah*, Jurnal: Al-Munzir, Vol 9 No2, 2016 hlm 346-347

²⁴ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*, (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2017)

Dakwah melalui media adalah upaya untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Dakwah supaya diterima di seluruh lapisan masyarakat sebagai pendakwah dibutuhkan media dakwah yang mengikuti adanya perkembangan media. Adapun di antaranya meliputi media televisi, radio, internet, media sosial, media elektronik maupun media sosial.

Dalam skripsi Ahmad Pakhri media dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Nonmedia Massa

- 1) Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain.
- 2) Benda; telepon, surat dan lain-lain.

b. Media massa

- 1) Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, ceramah, seminar, sekolah dan lain-lain.
- 2) Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder dan lain-lain.
- 3) Media massa periodik-cetak dan elektronik; visual, audio, dan audio visual.

Terdapat penggolongan media dakwah yang berkaitan dengan benda atau alat, dalam media dakwah dikelompokkan menjadi empat bagian:

1. Media Visual

Media visual merupakan alat yang dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra pengelihatannya. Di antaranya yaitu:

a) *Film Slide*

Media ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah diprogram sedemikian rupa yang telah disesuaikan dengan apa yang telah di programkan. Film slide ini dapat diputar berkali-kali.

²⁵ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2010) hlm 20-21

b) *Over Head Proyektor (OHP)*

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksi program kedalam *screen* dari program yang telah disiapkan melalui plastic transparan.

c) *Gambar dan Foto*

Gambar dan foto merupakan media visual yang sering kita jumpai, kedaunya sering dijadikan sebagai media iklan. Sebagai da'i tentunya harus memiliki inovatif yang mana mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk menjadi media dakwah yang inovatif dan efektif.

2. *Media Audio*

Media audio adalah alat yang dioprasikan sebagai penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran, media tersebut yaitu sebagai berikut:

1) *Radio*

Radio merupakan media dakwah yang efektif dan efisien, karena praktis dan jarak antara komunikan yang jauh dapat dijangkau.

2) *Tape Recorder*

Media ini dapat digunakan sebagai media dakwah yang didalamnya berfungsi untuk merekam suara kedalam kaset dan dapat diputar kembali dalam bentuk suara dan dapat diputar kapan saja.

3. *Media Audio Visual.*

Media audio visual adalah media penyampaian informasi berupa unsur gambar dan suara secara bersamaan saat mengkomunikasikan pesan dan informasi.

1) Televisi

Masyarakat Indonesia saat ini masih menggunakan televisi sebagai media dalam mencari informasi dan tontonan. Sekarang ini sering kita jumpai kegiatan dakwah yang ditayangkan di televisi dan paling sering ditayangkan pada saat menjelang Ramadhan. Televisi masih sangat relevan digunakan sebagai media dakwah dengan jangkauan yang luas.

2) Film

Saat ini banyak film-film yang mengandung pesan dakwah yang banyak diminati oleh banyak kalangan. Misi dakwah menggunakan film terletak pada naskahnya, scenario, *shooting* dan aktingnya.

3) Internet

Dakwah menggunakan internet adalah media baru yang saat ini *booming* digunakan oleh para da'i. Internet merupakan suatu sistem jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan jutaan komputer yang terhubung di seluruh dunia.²⁶ Media dakwah menggunakan internet dapat mempermainkan perannya dalam menyebarkan informasi terkait Islam keseluruhan penjuru tanpa batas ruang dan waktu.²⁷

3) Sejarah Perkembangan Media Dakwah

Media dakwah dari zaman-ke zaman memiliki perkembangan yang signifikan. Dimulai dari masa Rasulullah dan para sahabat media dakwah yang digunakan untuk berdakwah sangat terbatas. Pada masa itu media dakwah yang digunakan masih seputar pada dakwah

²⁶ Moh. Ali Aziz, 2017, Ilmu Dakwah "Edisi Revisi", Jakarta: Kencana Cet-6 hlm 420

²⁷ Ahmad Pakhri M, *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*, (UIN Alauddin Makassar 2017)

qauliyah bi al-lisan (dengan lisan) dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah* (perbutan) dari mimbar ke mimbar. Penggunaan media lain untuk berdakwah masih menggunakan menggunakan surat (*rasail*).²⁸ *Rasail* (surat) digunakan Rasulullah untuk berdakwah dan menyampaikan pesan kepada orang-orang yang belum masuk Islam terutama pada Raja dan pembesar Negri yang masih kafir.²⁹ Bentuk dakwah yang diberikan pada kaum kafir melalui risalah ditunjukkan dengan menggunakan *BasmalAllah* serta pujian-pujian pada Allah Ta'ala. Hal tersebut dilakukan meskipun surat yang ditulis akan dikirim kepada kaum kafir. *Rasail* (surat) merupakan bentuk media yang digunakan oleh Rasulullah untuk menyebarkan agama Islam³⁰

Pada masa Rasulullah dakwah masih menggunakan media tatap muka yang ditunjukkan pada khalayak ramai. Dalam hal melaksanakan kegiatan dakwah Rasulullah menggunakan media berupa:

1. Khutbah

Khutbah pada zaman Rasulullah merupakan media dakwah yang digunakan oleh rasul untuk melakukan dakwah terbuka di Mekah.

2. *Qudwah Hasanah*

Qudwah hasanah merupakan media dakwah yang disampaikan melalui perantara sikap yang terlihat pada sifat yang dimiliki Nabi Muhammad SAW. Sifat sabar dan tabah yang dimiliki Rasul dalam menghadapi perlakuan yang menyakitkan dari orang musyrik

²⁸ Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*, Jurnal: At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Islam, Vol 1, No 2, 2013 hlm 28

²⁹ Fauziah Ramdani, *Koumunikasi Dakwah Rasulullah: Telaah Surat-Surat Rasulullah*, Jurnal:Nukhbatul Ulum : Jurnal Kajian Islam, Vol 5 No 1 2019, hlm 2

³⁰ Fauziah Ramdani, *Koumunikasi Dakwah Rasulullah: Telaah Surat-Surat Rasulullah*, Jurnal:Nukhbatul Ulum : Jurnal Kajian Islam, Vol 5 No 1 2019, hlm 12

Mekah dapat dijadikan teladan sebagai akhlak yang baik. *Qudwah hasanah* termasuk media dakwah yang dapat digunakan dalam menghadapi macam-macam mad'u dalam berdakwah.

3. Kisah / *qushshash* (juru cerita)

Kisah merupakan media dakwah yang digunakan rasul untuk berdakwah. Kisah yang diceritakan rasul untuk berdakwah yaitu kisah-kisah para nabi dan rasul sebelumnya untuk diambil pelajarannya. Dari dakwah rasululloh kisah itu berkembang meluas sehingga banyak orang yang memeluk agama Islam.

4. Musim Haji

Musim haji dimanfaatkan Rasul sebagai media dakwah untuk melakukan dakwahnya dengan menemui peziarah Baitullah di Mekah. Dengan media dakwah demikian banyak penduduk Yastrib banyak yang memeluk agama Islam.

5. Intelejen, Mata-Mata dan Perang Bela Diri

Ketiga media dakwah tersebut memiliki hubungan satu sama lainnya. Pada zaman Rasul ketika terjadi peperangan dan terdapat pengkhianatan di dalamnya beliau melakukan propaganda untuk berdakwah. Dakwah propaganda adalah tugas Intelejen untuk merutihkan moral musuh sebelum perang, hal ini terjadi untuk membela diri dan kaum muslimin mempertahankan agamanya.

6. Kasidah Syair

Kasidah syair digunakan sebagai media dakwah bertujuan untuk menyebarkan dakwah melalui syair-syair Islam.³¹

Pada abad ke 14 hijriyah, media dakwah semakin berkembang seiring perkembangan media di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan media di abad 14 ini meningkatkan peran media dan teknologi untuk berdakwah. Munculnya teknologi media membuat berkembangnya media dakwah untuk mempermudah para da'i dan

³¹ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektik Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, cet pertama) 2013 hlm 39

mad'unya mendapatkan akses dalam memberi dan menerima pesan-pesan dakwah³². Dalam hal ini dakwah dapat menggunakan media-media baru seperti surat kabar, majalah, cerpen, televisi, internet dan media sosial.

Di era tradisioal media dakwah masih sangat terbatas karena pada era tradisional masih menggunakan kesenian dan alat tradisional sebagai medianya. Seperti halnya kesenian, wayang, dan media-media tradisional seperti kentongan dan rebana. Semakin mengikuti perkembangan zaman beralih dari masyarakat tradisonal ke masyarakat multikultural pada era globalisasi. Pada era globalisasi yang perlu disiapkan adalah proses dakwah atau media yang tidak terbelit-belit, yakni sebuah proses dakwah yang langsung (*to the point*).

Kehadiran media baru dalam dunia teknologi dengan segala bentuk dan fungsinya tidak begitu saja menggeser media lama dan tradisional. Media lama atau tradisional tetap dibutuhkan oleh masyarakat dan menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing. Media lama berusaha mempertahankan keberadaannya dengan cara beradaptasi dengan kemajuan teknologi internet yang memunculkan media baru sebagai kekuatan baru untuk mensyiarkan dakwah.³³

Dengan perkembangan globalisasi dan teknologi informasi saat ini media internet menyediakan berbagai aplikasi yang bisa dijadikan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.³⁴ Semakin pesat perkembangan teknologi pada era modern saat ini, dakwah dihadapkan pada permasalahan sosial yang berkaitan dengan perkembangan pengetahuan dan pola hidup modern. Dakwah dimasa mendatang diperlukan pola-pola penyampaian dakwah Islam yang tidak lagi menuntut kehadiran

³² Irzum Fariyah, *Media Dakwah Pop*, Jurnal: At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Islam, Vol 1, No 2, 2013 hlm 28

³³ M. Fahmi Abdul Ghoni, *Pengunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Skripsi (UIN Walisongo Semarang, 2018)*

³⁴ Pardianto, *Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah di Era Gobalisasi)*, Jurnal: Mediasi, Vol 9, No 2, 2015 hlm 92-93

masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui media sosial internet yang sudah mulai diaplikasikan oleh para da'i pada zaman sekarang.

Perkembangan dakwah saat ini tidak lepas dari budaya yang dibangun oleh masyarakat saat ini. Dakwah sebagai salah satu misi Islam berkembang dengan cepat melalui media tradisional hingga modern. Dengan demikian sebagai mubaligh harus paham kondisi mand'u dan mengikuti perkembangan media dan teknologi saat ini. Masyarakat modern saat ini cenderung lebih menyukai suguhan dakwah melalui media yang praktis dan mudah diakses dimanapun dan kapanpun. Berkembangnya era teknologi membuat para mubaligh menggunakan pendekatan dan media yang lebih efektif dan aktual. Berkembangnya media dakwah dimasyarakat banyak media yang memanfaatkan untuk menyiarkan dakwah. Contohnya televisi, film, musik, internet bahkan media sosial. Media sosial merupakan media baru yang dijadikan trobosan dalam berdakwah. Meningkatnya kualitas media memudahkan masyarakat untuk memperoleh ilmu keagamaan tanpa harus tatap muka, hal ini bisa menjadi lebih efektif dan efisien.³⁵

Muncul media baru untuk meningkatkan efektifitas dalam menyiarkan dakwah yaitu media sosial. Media sosial merupakan teknologi yang menggunakan basis website atau aplikasi yang didalamnya terdapat sistem yang dapat mengubah komunikasi kedalam bentuk dialog interaktif.³⁶ Media sosial mengizinkan setiap pengguna untuk membuat *web page* pribadi, kemudian situs tersebut dapat terhubung dengan teman-teman dari berbagai belahan dunia. Media sosial mengajak pengguna

³⁵ Irzum Farihah, *Media Dakwah Pop*, Jurnal : At- Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol 1, No 2 2013, hlm 26

³⁶ Jumarting Gerung, 2021. Media sosial dalam digital marketing Kesehatan, Guepedia, hlm 55
https://books.google.co.id/books?id=JNZMEAAAQBAJ&pg=PA55&dq=media+sosial+dalam+digital+marketing&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&ov2=1&sa=X&ved=2ahUKEwjwmLa8uMb_AhUM1zgGHTyHCrwQ6AF6BAgFEAM#v=onepage&q=Interaktif&f=false

untuk berkontribusi dan menerima *feedback* secara terbuka. Media sosial mengizinkan pengguna untuk memberi komentar, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.³⁷

Perkembangan media sosial membuat semua orang dapat mengakses media sosial dengan mudah menggunakan jaringan internet. Saat ini media internet dan teknologi ponsel menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mengakses dengan cepat informasi dan menyebarkan informasi termasuk dalam berdakwah. Berdakwah di era modern saat ini membuat pengguna dengan mudah mengakses media dakwah. Media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk memfasilitasi para da'i dalam berdakwah. Contoh media sosial yang dapat dijadikan sebagai platform untuk berdakwah adalah Facebook, Instagram, YouTube dan media sosial yang sedang booming saat ini yaitu Tik-Tok.³⁸

Dakwah di media sosial pada era modern saat ini merupakan media dakwah era kontemporer. Media sosial menjadi media alternatif dalam berdakwah guna mengikuti perkembangan teknologi tanpa mengabaikan syariat Islam. Di zaman modern saat ini manusia cenderung menggunakan fasilitas teknologi dalam segala aktifitasnya, sehingga hal ini membuat para da'i mengikuti perkembangan dan kebutuhan mad'u. Dengan fasilitasi internet yang dapat mengakses berbagai informasi dengan jangkauan yang luas hal tersebut dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah yang cepat dan efektif.

Muncul media baru untuk meningkatkan efektifitas dalam menyiarkan dakwah yaitu media sosial. Media sosial merupakan teknologi yang menggunakan basis website atau aplikasi yang didalamnya terdapat sistem yang dapat mengubah komunikasi kedalam bentuk dialog

³⁷ Febrian Candra, 2021. *Sosial Media Marketing*, Yogyakarta: Diva Press, hlm 15

³⁸ Yusrin Ahmad Tosepu, 2018, *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*, Surabaya: Jakad Publishing, hlm 30

interaktif.³⁹ Media sosial mengizinkan setiap pengguna untuk membuat *web page* pribadi, kemudian situs tersebut dapat terhubung dengan teman-teman dari berbagai belahan dunia. Media sosial mengajak pengguna untuk berkontribusi dan menerima *feedback* secara terbuka. Media sosial mengizinkan pengguna untuk memberi komentar, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.⁴⁰

Perkembangan media sosial membuat semua orang dapat mengakses media sosial dengan mudah menggunakan jaringan internet. Saat ini media internet dan teknologi ponsel menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mengakses dengan cepat informasi dan menyebarkan informasi termasuk dalam berdakwah. Berdakwah di era modern saat ini membuat pengguna dengan mudah mengakses media dakwah. Media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk memfasilitasi para da'i dalam berdakwah. Contoh media sosial yang dapat dijadikan sebagai platform untuk berdakwah adalah Facebook, Instagram, YouTube dan media sosial yang sedang booming saat ini yaitu Tik-Tok.⁴¹

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Dari internet munculah media baru yaitu media sosial untuk menyampaikan dakwah. Media sosial merupakan situs daring dimana pengguna bisa saling berkomunikasi, berbagi konten mulai dari media umum dan cetak. Menurut Van Dijk dan Nasrullah media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna.

³⁹ Jumarting Gerung, 2021. Media sosial dalam digital marketing Kesehatan, Guepedia, hlm 55
https://books.google.co.id/books?id=JNZMEAAAQBAJ&pg=PA55&dq=media+sosial+dalam+digital+marketing&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&ov2=1&sa=X&ved=2ahUKEwjwmLa8uMb_AhUM1zgGHTyHCrwQ6AF6BAGFEAM#v=onepage&q=Interaktif&f=false

⁴⁰ Febrian Candra, 2021. Sosial Media Marketing, Yogyakarta: Diva Press, hlm 15

⁴¹ Yusrin Ahmad Tosepu, 2018, Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual), Surabaya: Jakad Punlishing, hlm 30

Media sosial memfasilitasi pengguna dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena media sosial dapat diartikan sebagai fasilitator *online* yang menjembatani hubungan antar pengguna sekaligus ikatan sosial.⁴²

Oleh karena itu media sosial pada dasarnya adalah saling terhubung pada koneksi internet yang dapat menyajikan konten dalam bentuk teks, video, gambar dan media sosial tidak hanya sebagai wadah komunikasi tetapi juga hiburan. Dengan adanya media sosial, orang dapat berinteraksi dan bersosialisasi tanpa ada jarak. Media sosial memiliki banyak kegunaan seperti media pemasaran dan sekarang ini media sosial juga dijadikan sebagai media dakwah. Pada dasarnya media sosial memiliki ruang untuk komunikasi antar personal/kelompok dan saling mengenal melalui format tulisan, visual dan audio visual.⁴³

Kaplan dan Michael Haenlein mengungkapkan media sosial sebagai sarana interaksi antar banyak orang, berbagai informasi dan ide via internet untuk menciptakan semacam komunikasi *virtual*. Media sosial adalah situs online yang dirancang atas idiologi dan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan orang membuat dan berbagi konten di perangkat seluler.⁴⁴ Kehadiran media sosial di era digital memberikan kontribusi yang positif terhadap pola relasi manusia. Media ini dapat menjembatani hubungan sosial dengan orang lain, dan juga mampu menjadi alat untuk berbagi moment dan informasi.⁴⁵

⁴² Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*

⁴³ Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurdiah dan Ulfa Chaerunisa, *Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaran Gender)*, Jurnal Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.10 No.2 Desember 2019 hlm 240-241

⁴⁴ A.Rafi, *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*, Jurnal Global Komunika, Vol.1 No.1 2020 hlm 19

⁴⁵ Irfandi Samosir dan Sherly Ester E. Kawegian, *Bijak Bermedia Sosial: Aspek-aspek Komunikasi Digital Di Dalam Yokobus 3:1-12*, Jurnal Teologi Vol.11 No 2, 2022 hlm 154

Media sosial kini dapat menembus ruang dan waktu. Pengguna dapat berkomunikasi satu sama lain, mencari informasi, dan menjalin pertemanan baru melalui berbagi aplikasi. Media sosial adalah bagian dari perkembangan *new media* yang berbeda dengan media tradisional seperti media cetak dan media audio visual. Perbedaan antara *new media* dan *old media* terletak pada keunggulan, jarak, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan daya tahan, contohnya internet.⁴⁶ Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan bersosialisasi dengan pengguna lain. Media sosial dapat menciptakan sirkel sosial *virtual*.⁴⁷ Media sosial tidak hanya untuk berbagi komunikasi dan sirkel *virtual* saja, kini media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media baru untuk berdakwah.

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan media yang sering muncul pada platform media siber. Meskipun demikian ada batasan-batasan yang membedakan antara media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial memiliki pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial yaitu:

1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Jaringan (*network*) pada media sosial memiliki karakter jaringan sosial, yang terbentuk dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan terbentuk antarpengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi diperantarai oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Karakter media sosial akan membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak ada peduli apakah dalam dunia nyata (*offline*),

⁴⁶ <http://repository.iainkudus.ac.id/4150/5/5.BAB%20II.pdf>

⁴⁷ Dina Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucy House)*, Jurnal Common Vol.3 No.1 2019 hlm 73

saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

Jaringan yang terbentuk antarpengguna pada akhirnya akan membentuk komunitas atau masyarakat yang secara tidak sadar akan memunculkan masyarakat virtual. Walaupun jaringan sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar sebagai alat. Internet memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai masyarakat virtual, sampai pada struktur secara *online*.

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi sebuah objek yang penting dalam media sosial. Di media sosial informasi menjadi hal utama yang dikonsumsi oleh pengguna. Para *user* membuat dan men-*share* informasi sendiri kepada antarpengguna. Pada kegiatan konsumsi media sosial inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan sosial, dan pada akhirnya secara sadar atau tidak sadar akan membentuk masyarakat berjaring (*network society*).

Pada sisi lain, instagram, twitter maupun facebook, juga menggunakan informasi sebagai sumber daya. Adapun tempat untuk penyimpanan data (*storage*) yang berguna untuk menyimpan informasi dalam setiap memory yang memungkinkan individu dapat mengakses informasi kapanpun dari tempat penyimpanan manapun. Penyimpanan informasi yang di simpan oleh pengguna sudah terkoneksi pada jaringan dan bentuk informasi sudah dienkripsi menjadi kode-kode maupun bahasa komputer.

Karena itu untuk melihat karakteristik pada media sosial, bisa dilihat dari dua segi. *Pertama*, media sosial adalah media yang bekerja pada saluran informasi. Media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke

pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna informasi akan saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjaring di internet. *Kedua*, informasi menjadi komoditas yang ada dalam media sosial. Setiap orang harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas dari daa itu asli atau dibuat-buat untuk memiliki akses atau akun. Alasan terbentuknya sirkel jalinan di media sosial adalah adanya kesamaan, seperti asal, daerah, kegemaran dan identitas lain yang diunggah oleh pengguna lain. Informasi disini menjadi komoditas yang dikonsumsi antarpengguna.

3. Arsip (*Archive*)

Pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi yang diunggah di Instagram, sebagai contoh, informasi yang tersimpan tidak akan hilang begitu saja akan terus tersimpan dan bahkan dengan muda bisa diakses kembali.

Inilah kekuatan media sosial, sebagai media baru yang tidak hanya bekerja pada jaringan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Cara kerja arsip dalam teknologi informasi adalah arsip mengubah cara menghasilkan, mengkases, hingga menaruh informasi. Oleh sebab itu internet dapat dikatakan sebagai media pustaka digital, menjadi portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan jaringan internet lainnya. Kehadiran media sosial memberikan akses terhadap para pengguna. Pengguna tidak hanya terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi. Akan tetapi informasi tersebut telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan.

Media sosial dapat dianggap sebagai perpustakaan virtual. Layaknya perpustakaan pada umumnya, media sosial juga mempunyai kode panggil atau kode rak buku sebagaimana layaknya perpustakaan. Salah satunya yaitu menggunakan tagar

atau *tag*. Aktivitas mentaggar (*tagging*) ini untuk menandai topic yang sedang diperbincangkan oleh pengguna.

4. Interaksi (*Interaktiviti*)

Karakter dasar yang dimiliki sosial media adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan pada sosial media tidak semata hanya memperluas pertemanan atau pengikut (*followers*). Secara sederhana ada aktivitas dan interaksi sesama pengguna saling mengomentari atau memberi tanda *love (like)* di Instagram. Sebuah video atau gambar yang diunggah dilaman Instagram bisa mendapat like atau share dari pengguna lain, bukan hanya pengikut (*followers*) saja melainkan user lain yang telah membagikan video atau gambar tersebut pada *platform* media sosial yang lain.

Interaksi pada sosial media merupakan pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Pada karakteristik media lama pengguna atau khalayak media terkesan pasif dan tidak mengetahui satu sama lain. Sementara pada media baru, pengguna dapat berinteraksi antarpengguna.

5. Simulasi (*Simulation*) sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai perantara berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Simulasi yang dimaksud disini adalah kesadaran yang real dibenak masyarakat semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu (virtual). Kondisi ini disebabkan karena imaji yang disajikan media sosial secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak dapat membedakan antara yang nyata dan yang ada dilayar (media sosial). Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi hanya simulasi dan terkadang berbeda sekali dengan kenyataan yang ada.

6. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna merupakan penanda bahwa aktivitas di media sosial tidak hanya memproduksi konten milik sendiri akan tetapi konten yang diproduksi oleh pengguna lain juga dapat dilihat. Misalnya di YouTube, media sosial yang menyediakan fasilitas untuk mengunggah video pada *channel* YouTube. Channel ini dapat dinikmati oleh khalayak dan pengguna yang memiliki akun. Di *channel* YouTube pengguna dapat mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan.

7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Share merupakan ciri khas dari media sosial. Dalam praktiknya menunjukkan bahwa khalayak *active* menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkan misalnya, komentar atau sekedar opini, tetapi juga data atau fakta baru untuk para *user*.

Sharing ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, akan tetapi juga dapat di *sharing* secara manual oleh pengguna lain. Kedua melalui perangkat. *Sharing* pada perangkat bisa dilihat pada fitur “*share*” yang disediakan pada tiap-tiap media sosial. Tombol *share* berfungsi untuk *menshare* informasi baik tulisan, video maupun gambar ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.⁴⁸

Adapun aplikasi media sosial yang banyak dimintani oleh pengguna yaitu sebagai berikut:

a. Facebook

Facebook merupakan aplikasi media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Facebook sudah memiliki pengguna aktif lebih dari satu miliar dan saat

⁴⁸ Ruli Nasrulloh, 2020. *Media Sosial “Prespektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi”*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media) Hlm 15- 33

booming nya facebook sebagai dari pengguna sudah mengakses facebook dengan telepon seluler. Facebook mempunyai tampilan untuk para pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagai informasi. Facebook dapat dijadikan media dakwah bagi para da'i, dengan men-*share* tulisan atau video dakwah. Tidak hanya di share ke sesama platform kini facebook juga dapat menshare ke berbagai platform media sosial untuk berbagi video maupun informasi.

b. WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi yang dapat mengirim dan menerima pesan lintas *platform* yang rilis pada tahun 2009. WhatsApp memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS. Aplikasi WhatsApp menggunakan data internet untuk pengoprasiannya. Pengguna WhatsApp dapat dengan mudah untuk berinteraksi dengan komunikasi melalui pesan teks maupun suara. Saat ini fitur WhatsApp dilengkapi dengan fitur *video call*, yang mana kita dapat berkomunikasi dengan bertatap muka dengan komunikasi saat telepon. WhatsApp dapat dijadikan sarana untuk men-*share* materi dakwah berupa video, teks maupun gambar.

c. YouTube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang rilis tahun 2005. *Platform* ini dibuat oleh mantan *PayPal* yaitu Chand Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. YouTube mengizinkan pengguna untuk mengunggah, menonton dan *sharing video*. Seiring berkembangnya teknologi dan platform media sosial, YouTube merupakan aplikasi yang sering digunakan para dai untuk menyiarkan dakwah dengan mudah dan efisien. Para mad'u dapat dengan mudah mengakses materi dakwah di YouTube tanpa harus tatap muka dengan da'i.

d. Twitter

Twitter merupakan situs platform layanan jejaring sosial dan microblog daring yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Twitter serupa dengan aplikasi facebook, memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks dengan 280 karakter. Twitter juga dapat dijadikan platform media dakwah bagi para da'i, para da'i dapat menyiarkan dakwah dengan tulisan kemudian dapat di *share* di aplikasi twitter.

e. Instagram

Instagram adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan para pengguna untuk mengambil foto, mengedit dan menerapkan *tools* filter digital. Adapun fitur yang tersedia di Instagram seperti kolom komentar, *Direct Message* (DM) yang berfungsi untuk bertukar pesan, siaran langsung dan lain-lain.⁴⁹ Aplikasi Instagram saat ini digandrungi para da'i untuk menjadi platform dalam menyebarkan dakwah di sosial media.

f. Tik-Tok

Tik-Tok merupakan aplikasi jejaring sosial yang dirilis pada tahun 2016. Tik-Tok menawarkan layanan berbagi video dengan durasi video singkat. Video tersebut menampilkan *template* musik sebagai *background* nya kemudian *template* tersebut diedit dengan menggunakan filter khusus. Tik-Tok tidak hanya digunakan untuk membuat video yang sifatnya personal, namun dapat berkolaborasi dengan teman untuk membuat konten yang menarik dan menghibur.⁵⁰ Aplikasi Tik-Tok saat ini

⁴⁹ Jeperson Hutahaen, dkk, Literasi Digital Bijak Dalam Berekspresi dan Bermedia Sosial, Yayasan Kita Menulis, 2022

⁵⁰ Willy Cahyadi, Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha, PT Inovasi Pratama Internasional

menjadi ladang baru media dakwah bagi para da'i, para da'i dapat memberikan materi dakwah dengan konten video dan di share di Tik-Tok.

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram bersumber dari kata “*insta*” yang berasal dari “*instan*”, serupa kamera potrait yang lebih *populer* dengan istilah “foto instan”. Instagram mampu men-*display* foto secara *instan*, seperti polaroid di dalam tampilanya. Kata “gram” bermula dari kata “*telegram*”, di mana telegram memiliki cara sitem kerja meng-*share* informasi dengan cepat. Sepadan dengan Instagram yang dapat meng-*upload* foto dan informasi dengan meggunakan fasilitas internet.⁵¹

Nisrina mengatakan Instagram yakni situs layanan guna berbagi video dan foto. Instagram merupakan turunan aplikasi *facebook* yang mengizinkan pertemanan di *facebook* dapat mengikuti akun isntagram pengguna.⁵² Instagram mengizinkan pengguna untuk mengambil foto dan video kemudian mengaplikasikan filter pada *tools* dan di- *share* ke berbagai situs sosial termasuk Instagram. Instagram memiliki fitur dapat meng-*crop* foto menjadi berbentuk persegi (Kodak *instamatic*) dalam aspek rasio 4:3 yang digunakan di kamera aksi.

Instagram tak hanya meberi fitur untuk berbagi foto, aplikasi ini juga dapat menggunggah video kurun 15 detik dan terdapat

[https://books.google.co.id/books?id=yHNiEAAAQBAJ&pg=PA8&dq=jenis jenis+media+sosial&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi6vZuV5of-AhXtS2wGHXWoC6c4KBD0AXoECAIQAw#v=onepage&q=jenis-jenis%20media%20sosial&f=false](https://books.google.co.id/books?id=yHNiEAAAQBAJ&pg=PA8&dq=jenis+jenis+media+sosial&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi6vZuV5of-AhXtS2wGHXWoC6c4KBD0AXoECAIQAw#v=onepage&q=jenis-jenis%20media%20sosial&f=false)

⁵¹ Bimo Mahendra, *Eksustensi Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol.15 Tahun 2017 hlm 155

⁵² Nurudi, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, Jurnal Komunikator, Vol. 5, Tahun 2010, h.41

pembaharuan kini Instagram mapu berbagi video 60 detik.⁵³ Fitur Instagram *stories* dapat digunakan untuk media dakwah. Instagram juga mempunyai fitur untuk *Live video* ke Instagram *stories* yang mengizinkan pengguna atau da'i menyiarkan cerita mereka secara *live streaming* dan video akan segera menghilang jika pengguna mengakhirinya. Fitur lainya selain judul dan *caption* juga terdapat tagar atau *hashtag*. Tagar ini memiliki fungsi untuk menyebarkan judul atau program agar menjadi trend dan diterapkan khalayak yang dituju. Adapun fitur untuk berbagi video adalah IGTV. Fitur ini muncul tahun 2018 memiliki fungsi untuk megupload video berdurasi hingga 10 menit dengan kapasitas ukuran 650 MB. Namun jika akun yang sudah populer atau terverifikasi diizinkan untuk mengunggah video dengan durasi lebih lama yaitu 60 menit atau setara dengan file 5,4 GB.⁵⁴

b. Sejarah Instagram

Menurut skripsi M. Fahmi Abdul Ghoni dijabaran bahwa sejarah Instagram yang dibuka dengan kalimat *Welcome To Instagram*, kalimat pembuka tersebut ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010. Pada tanggal tersebut ditandai sebagai lahirnya aplikasi photo *sharing revolutioner* Instagram. Kevin Systrom dan Mike Krieger di *star-up* memiliki perusahaan di beri nama Burn.Inc. Dalam perusahaan tersebut mereka bekerjakeras mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai dengan impiannya. Kevin mendirikan perusahaan Brun.inc setelah Mike Krieger masuk dalam timnya. Burbn, Inc, merupakan sebuah teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam.

⁵³ Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Komsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda", Jurnal Vol 4, No 3, Tahun 2016: 402412

⁵⁴ Yolanda Stellerosa, *Pemanfaata Akun Instagram @Hanan-Attaki Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Comuncations Vol.4(2) 2022, p135-154 hlm 148-149

Pada awalnya Burbn, Inc, sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan juga Mike Krieger. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal. Namun, akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto⁵⁵.

Kevin dan Mike memiliki ide untuk membuat karakteristik aplikasi tersebut dengan nama yang mudah dieja pengguna dan semua orang. Maka ditemukanlah nama Instagram pada tanggal 3 April 2012 menjadi tanggal bersejarah bagi Instagram karena telah resmi mengudara di *platform* android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta dan semakin pesat dalam hitungan hari. Setelah *booming* mengudara di android perusahaan Instagram diakuisi⁵⁶ oleh facebook.⁵⁷

c. Fitur-fitur Instagram

Menurut Yosiena Duli Desima dalam skripsinya, Instagram memiliki lima menu utama yang terletak pada bagian bawah tampilan Instagram. Menu tersebut di antaranya:

a. Home Page

Home page merupakan tampilan pada halaman utama Instagram yang menampilkan unggahan foto dan video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto pada tampilan *home page* yaitu dengan cara menggeser layar ke atas

⁵⁵ Apifah Urpiah, *Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah (Study Deskriptif Pada Akun Instagram @xkwavers)*, Skripsi: (UIN Raden Intan Lampung, 2021)

⁵⁶ Pemindahan kepemilikan perusahaan atau aset

⁵⁷ M. Fahmi Abdul Ghoni, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)*, Skripsi: UIN Walisongo Semarang 2018

seperti saat kita *scroll* mouse di komputer, setelah itu akan terlihat postingan atau konten-konten baru yang telah diunggah pengguna.

b. *Explore*

Explore adalah tampilan foto-foto populer yang paling banyak disukai dan di-*share* oleh para pengguna Instagram. Pada *meu explore* merupakan foto atau video dari artis terkenal atau foto pemandangan yang menajutkan bahkan terdapat update berita terkini.

c. *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu "*following*" yang menampilkan aktifitas *update* terbaru pada user yang telah pengguna ikuti. Sementara "*news*" yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna Instagram terhadap foto yang dibagikan.

d. Profil

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail terkait informasi dari pengguna, baik berupa profil atau bio milik akun pribadi maupun user lain. Dalam profil tersebut kita dapat melihat laman informasi mengenai kepribadian user intagram. Fitur ini menampilkan jumlah foto atau video yang telah di-upload, bio, jumlah *following*, dan *follower* serta *highlights story* (kumpulan arsip *story* yang dijadikan sorotan).

e. *Stories*

Stories merupakan fitur yang menampilkan foto atau video seperti fitur home. Namun dalam *stories* unggahan foto dan video memiliki batas waktu untuk ditampilkan. *Stories* yang di-*upload* oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan setelah itu akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini dibuat untuk membagikan momen atau informasi dengan mudah.

Selain fitur diatas intagram juga memiliki beberapa fitur yang dapat membuat konten foto dan video yang diunggah agar lebih menarik dan kekinian, antara lain yaitu:

a) *Captions*

Captions atau keterangan berfungsi untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. Caption ini biasanya dibuat saat pengguna mengupload konten foto dan video di laman Instagram.

b) *Hashtag*

Hashtag adalah simbol yang bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan video di Instagram dengan hashtag tertentu biasanya hal ini agar konten foto dan video kita lebih menarik.

c) *Lokasi*

Fitur ini serupa maps yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.

Sebagai media sosial, aplikasi Instagram menyediakan beberapa aktifitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a. *Follow*

Follow berarti ikut, followers adalah pengikut, sistem follow adalah agar pengguna Instagram mengikuti atau beteman dengan pengguna lain, hal ini ditandai dengan cara meng-klik follow pada user lain.

b. *Like*

Like adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada Instagram, simbol suka pada Instagram berbeda bentuk dengan simbol pada facebook yang berbentuk jempol, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati, menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol like dibagian bawah *captions* yang besebelahan dengan komentar atau bisa dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada konten yang disukai.

c. *Comment*

Comments atau komentar adalah aktifitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.⁵⁸

e. *Upload Foto (Mengunggah Foto)*

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto.

f. *Direct Message*

Fitur ini memungkinkan pengguna mengirim pesan melalui jalur pribadi. Setiap pengguna Instagram dapat berbalas pesan secara lebih personal. Dapat juga berbagai foto maupun video secara pribadi. Tidak hanya berbalas pesan melalui jalur pribadi *Direct Message* pada Instagram juga mendukung untuk melakukan obrolan secara grup.

g. *Live Instagram* atau Siaran Langsung

Siaran langsung merupakan fitur yang dimiliki oleh Instagram. Pengguna Instagram dapat melakukan siaran langsung, dan pengguna lain dapat saling bergabung untuk menyaksikan siaran tersebut. Hasil siaran tersebut juga dapat disimpan selama 24 jam untuk dapat ditonton kembali.

h. Jejaring sosial

⁵⁸ Yosiena Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*, Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2018

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya didalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, dan Telegram yang tersedia dihalaman Instagram untuk membagi foto tersebut.

i. IGTV

Fitur IGTV merupakan fitur upload video dalam durasi panjang. IGTV memudahkan pengguna untuk mengunggah video yang memiliki durasi lebih dari 60 detik.⁵⁹

Dari berbagai fitur yang ditawarkan oleh Instagram, fitur Instagram *stories* merupakan media dakwah baru yang digunakan oleh da'i untuk berdakwah. Fitur Instagram *stories* sangat diminati oleh para pengguna Instagram dan fitur yang tersedia sangat menarik. Hal ini menjadi media dakwah baru bagi pemilik akun pribadi @ismaelalkholilie untuk berdakwah. Beliau berdakwah menggunakan fitur Instagram *stories* untuk *men-share* materi dan ilmu keagamaan melalui postingan di Instagramnya. Para *user* Instagram dapat melihat postingan dakwah beliau melalui postingan yang ada di akun beliau. Instagram *stories* menawarkan *stories* yang mampu bertahan hingga 24 jam lebih. Bagi para mad'u dipermudah untuk mengakses materi dakwah yang sudah beralu dan bisa di cek kembali pada laman sorotan *stories* yang ada di Instagram.

Dakwah di media sosial pada era modern saat ini merupakan media dakwah era kontemporer. Media sosial menjadi media alternatif dalam berdakwah guna mengikuti perkembangan teknologi tanpa mengabaikan syariat Islam. Di zaman modern saat ini manusia cenderung menggunakan fasilitas teknologi dalam segala aktifitasnya, sehingga hal ini membuat para da'i mengikuti perkembangan dan kebutuhan mad'u. Dengan fasilitasi internet yang dapat mengakses berbagai informasi dengan

⁵⁹ <http://repository.iainkudus.ac.id/4150/5/5.BAB%20II.pdf>

jangkauan yang luas hal tersebut dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah yang cepat dan efektif.

Dakwah menggunakan media sosial pengaplikasiannya dapat berupa konten video dan foto yang ditampilkan melalui aplikasi-aplikasi berbasis internet. Instagram merupakan media dakwah berbasis internet dan menjadi dakwah trobosan baru untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.⁶⁰ Di masa sekarang banyak pendakwah yang menggunakan media Instagram sebagai wadah untuk berdakwah. Contohnya pada akun Instagram @ismaelalkholilie yang menggunakan media Instagram melalui fitur *stories* sebagai media dakwah. *Stories* merupakan salah satu bagian dari fitur Instagram, yang memiliki fungsi berbagi video dan foto. Berdakwah menggunakan media Instagram *stories* merupakan media baru untuk men-*share* pesan-pesan dakwah.

Instagram *stories* atau yang lebih dikenal dengan sebutan Snapgram merupakan salah satu fitur yang ditawarkan Instagram sebagai media dakwah. Instagram *stories* merupakan fitur berbagi foto maupun video yang dapat dilihat hanya 24 jam. Foto atau video tersebut akan dihapus secara otomatis dari *stories* jika sudah habis masa postingan. Foto maupun video yang diunggah ke Instagram *stories* tidak seperti konten yang diunggah ke *feed* yang dapat dilihat kapanpun selama konten tersebut tersedia. Pada fitur Instagram *stories* foto atau video dapat dilihat dengan durasi maksimal 15 detik dan akan secara otomatis pindah ke *story* berikutnya. Untuk dapat melihat *stories* berikutnya pengguna bisa melakukan tap gambar keberikutnya, begitu juga jika ingin melihat gambar sebelumnya.

Instagram *stories* memiliki *tools* seperti *rewind*, *superzoom*, dan *boomerang* yang akan membuat tampilan *story* jauh lebih unik dan menarik. Fitur-fitur utama tersebut banyak dipakai oleh da'i dalam menyampaikan dakwah Islam. Fitur foto, *instastory*, dan *vidgram*

⁶⁰ <http://www.ngaderes.com/opini/pr-3592412992/media-sosial-internet-sebagai-media-baru-dalam-dkwah-Islam> diakses pada 28 Desember 2022

merupakan fitur yang dapat digunakan oleh pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwah. Instagram memiliki *search engine* yang pada *search bar* tersebut disajikan ketiga jenis fitur utama Instagram ini. Pengguna dapat melihat foto, video, dan *story* dari orang yang dikenal hingga yang tidak dikenal dalam satu tempat. Hal ini membuktikan bahwa *search engine* merupakan fitur utama kebanyakan orang untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Pengguna dapat mencari informasi secara spesifik menggunakan fitur foto, video, atau Instagram *stories*.⁶¹

Instagram *stories* menjadi media dakwah baru untuk menyiarkan dakwah di media sosial. Contohnya seperti Instagram yang akan peneliti teliti yaitu Instagram milik akun @ismaelalkholilie dalam menggunakan Instagram *stories* untuk berdakwah. Berdakwah menggunakan sosial media fitur *stories* lebih *fleksible*. Karena pada dasarnya Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memiliki berbagai fitur baik foto dan video *sharing*, sehingga dakwah yang ada di Instagram dapat beranekaragam.

E. Instagram Sebagai Media Dakwah

Dakwah adalah kegiatan yang dipraktikkan secara terus menerus terhadap mad'u. Kiprah dakwah mendapati transformasi dari masa ke masa tergantung pada keadaan dan situasi. Dakwah adalah kewajiban setiap muslim sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Namun dalam arti umum dakwah yang dilaksanakan oleh individu, kelompok atau organisasi akan tetapi, harus dilakukan oleh orang yang profesional yang memiliki berbagai aspek termasuk metode, media, materi dan penguasaan tujuan dakwah.

Keberadaan media online dapat melampaui penyebaran informasi dari media tradisional, karena media online memiliki fungsi berinteraksi, yang mampu melintasi geografis dan dapat digunakan setiap saat. Perbedaan yang dimaksud dengan media lama/*old media* atau baru/*new*

⁶¹ Ahmad Pakhri M, *Penggunaan Fitur Vidgram Sebagai Trend Media Dakwah (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @yufid.tv di Instagram)*, (UIN Alauddin Makassar 2017)

media adalah karakter penyiaran yang mempresentasikan *old media*, sedangkan karakter interaktif mempresentasikan *new media*.⁶²

Dakwah via media sosial dikemukakan efektif karena tidak dibatasi waktu, tempat ruang dan situasi, menurut Noraien Mansur dan Normaliza Abd Rahim. Mereka menemukan bahwa media sosial adalah cara untuk menyebar informasi pada pengguna. Menurut Izwah, media sangat membantu da'i untuk memahami tujuan dakwahnya. Etika komunikasi media yang efektif membantu membangun kepercayaan da'i terhadap sasaran. Dalam psikologi dakwah, kemampuan da'i untuk memikat minat mad'u dapat melalui pendekatan khusus, hal ini menjadi penting agar pesan dakwah yang disampaikan menjadi efektif dan mudah diterima.

Badlishisham mengatakan bahwa menjadi sebuah kewajiban bagi da'i untuk mengaplikasikan metode yang cocok dengan mad'u dan media menjadi wadah untuk memahami keperluan dan kehendak sasaran dakwah. Penelitian Faradillah mengungkapkan bahwa signifikan antar pengguna media sosial dengan penerimaan pesan media dakwah, menunjukkan bahwa 62,2% responden mengungkapkan bahwa pesan berdakwah di media sosial berpengaruh positif terhadap jiwa mereka. Menurut Faradillah et al. juga menunjukkan bahwa fitur interaktif media sosial berhubungan signifikan dengan penerimaan responden terhadap pesan dakwah.

Setiap pesan dakwah yang disampaikan membutuhkan komunikasi yang baik dan komunikasi tersebut harus berdasarkan syariat dan media sosial dapat dilihat sebagai alat penyebar informasi penting bagi masyarakat saat ini Faradillah et al. Selain itu media memiliki tanggung jawab untuk mendidik masyarakat menuju keabikan dan menjauhi

⁶² Audah Mannan, Akhmad Fachri, *Penggunaan Fitur Vidram Pada Akun @Yufid.tv Di Instagram Sebagai Trend Media Dakwah*, Jurnal Tabligh Vol.19 No.2 2018 hlm 223-224

kemunkaran. Oleh karena itu media sosial digunakan sebagai sarana dakwah yang relevan dengan masyarakat modern saat ini.⁶³

Tidak hanya sebagai penyampai informasi kepada masyarakat, instagram sebagai jejaring sosial juga berperan sebagai penyampai dakwah dengan cara dakwah yang sesuai dengan varian jejaring sosial yang disesuaikan untuk meng-*upload* foto dan video. Dakwah pada instagram mempunyai magnet bagi pengguna, memungkinkan pesan dakwah yang disampaikan di instagram mengandung berbagai unsur audio visual yang di susun secara struktur guna menarik perhatian pengguna.⁶⁴

Di era sekarang banyak yang menggunakan instagram sebagai sarana untuk kegiatan berdakwah baik secara individu maupun kelompok. Contohnya seperti instagram yang akan peneliti teliti yaitu instagram milik pribadi @ismailkholilie dengan menggunakan pendekatan dakwah milenial, dan memanfaatkan sosial media sebagai media dakwah menyebarkan kebaikan. Jadi, dalam berdakwah menggunakan sosial media instagram memiliki berbagai kelebihan untuk dapat sampai kepadamad'u dan mudah dipahami oleh kalangan mad'u pada era modern saat ini. Karena pada dasarnya instagram merupakan aplikasi media sosial yang memiliki berbagai fitur baik foto dan video sharing, sehingga dakwah yang ada di instagram dapat beranekaragam.

⁶³ Noradilah Abdul Wahab, Najmi Muhamad dan Mohd Sani Ismail, *Media Sosial Sebagai Media Dakwah Masa Kini (Social Media As Medium Dakwah Now Days)*, Jurnal International Social Science And Humaniora, Vol 2 No.1 2019 hlm 19

⁶⁴ Desi Anggraeni, *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah*, Skripsi: (UIN Raden Intan Lampung, 2020)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada sebuah penelitian dibutuhkan sebuah metode penelitian untuk menghasilkan penelitian yang akurat dengan masalah yang diteliti. Metode penelitian memiliki arti sebagai kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan praktis dan teoritis. Dikatakan sebagai kegiatan ilmiah karena dalam metode penelitian terdapat aspek ilmu pengetahuan dan teori. Metodologi ilmiah merupakan kegiatan yang memperhatikan waktu, dana dan aksesibilitas terhadap data dan tempat sehingga dikatakan sebagai kegiatan ilmiah yang terencana.

Menurut Jhon Creswell menjabarkan mengenai metode penelitian merupakan suatu proses yang memiliki tahapan untuk mengidentifikasi masalah atau isu yang diteliti.¹ Pada dasarnya metodologi penelitian merupakan ilmu atau studi yang berkaitan dengan penelitian dengan penelitian, adapun penelitian itu sendiri menunjukkan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Metode dalam penelitian merupakan suatu prosedur yang didalamnya terdapat langkah-langkah yang sistematis. Ilmu yang mempelajari tentang metode ilmiah adalah metodologi, metodologi merupakan suatu kegiatan dalam mempelajari langkah-langkah dalam metode tersebut. Adapun metode yang akan digunakan oleh peneliti dalam skripsi adalah sebagai berikut:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian "Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram" peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Menurut Dedy Mulyana penelitian lapangan

¹ Conny, R Semiawan, Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik dan Keunggulan), Jakarta: Grasindo, hlm 5-7
https://books.google.co.id/books?id=dSpAlXuGUCUC&pg=PR1&dq=metode+penelitian+kualitatif+conny+r+semiawan&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiP6qSQ3vL_AhXC7zgGHUogAQQQ6AF6BAGEEAM#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif%20conny%20r%20semiawan&f=false

(*Field Research*) adalah jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang alamiah mengangkat data dari lapangan. Untuk itu, data primernya adalah data yang berasal dari lapangan. Ide terpenting dalam penelitian lapangan adalah penelitaian berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan yang alamiah.² Pengamatan dan data lapangan tersebut berasal dari Instagram, sehingga data yang didapat benar-benar sesuai dengan realitas mengenai fenomena-fenomena yang ada di lokasi penelitian tersebut. Maka dari itu peneliti menggunakan jenis penelitian *Field Research*, agar dapat mencari data di lapangan secara detail dan terperinci dengan cara mengamati dari fenomena terkecil yang menjadi acuan titik permasalahan, sampai mengamati fenomena terbesar serta berusaha mencari solusi permasalahan yang akan diteliti.

Adapun pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode ini mencoba meneliti suatu kelompok manusia atau obyek, suatu sistem pemikiran atau suatu peristiwa pada masa sekarang. Creswell mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode yang terdapat pada penelitian yang terjadi karena adanya permasalahan yang dirasakan oleh manusia atau lingkungan sosial. Penelitian tersebut nantinya tercipta sebuah gambaran secara menyeluruh lalu dipaparkan dalam rangkaian kata, memberikan data yang rinci dan sumber informasi yang tepercaya. Pada penelitian kualitatif dalam pengumpulan data biasanya dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi kegiatan penelitian. Pada kegiatan penelitian kualitatif peneliti memiliki data pendukung yakni informan, serta mencatat data yang terkumpul.³

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2006, Bandung: Remaja Rosdakarya hlm 26

³Fitria Widyani Roosinda, Ninik Sri Lestari, A, A Gde Satia Utama, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Zahir Publishing 2021), hlm 7

Menurut Whitney yang dikutip oleh Moh. Nazir berpendapat bahwa metode deskriptif adalah pencapaian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat beserta tatacara yang berlaku di dalamnya. Situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan- pandangan serta proses yang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. Dengan demikian, penelitian jenis lapangan ini berupa dokumentasi video maupun gambar merupakan penelitian yang bersifat deskriptif-kualitatif.

Pada penelitian kualitatif-deskriptif peneliti menggunakan analisa data pendekatan induktif. Pendekatan induktif merupakan pendekatan yang mempunyai sifat khusus ke umum. Maksud dari khusus ke umum adalah untuk menuju ke suatu yang umum dimulai dari yang khusus atau kenyataan menuju hal yang umum. Induktif mengangkat fenomena yang unik atau khas. Fenomena yang unik disini merupakan eksplor dari hal-hal yang baru bukan berlandaskan teori yang sudah ada.⁴ Menurut Bogdan dan Biklen, cara kerja induktif adalah menemukan suatu data yang utuh dan bermakna dari hasil gambar-gambar yang ditemukan pada saat pengumpulan data. Pada saat peneliti telah menemukan fakta dari data yang sudah dianalisa setelahnya dapat menghasilkan kesimpulan.⁵

B. Waktu dan Lokasi

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian untuk penelitian judul skripsi “Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram” dilakukan pada bulan September 2022 - Maret 2023 di Instagram Lora Ismael. Penelitian ini dilakukan dengan cara melihat konten pesan dakwah yang terdapat pada *stories* Instagram milik Lora Ismael.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakuakan pada akun @Ismaelalkholilie.

⁴ <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jp3m/article/viewFile/Ani21/09>

⁵ Djam'an Satori, dan Aan Komariah, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta 2020) hlm 37

C. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek yang nantinya peneliti akan memanfaatkan sumber data tersebut sebagai data yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer ini merupakan adalah sumber data yang dihasilkan dari informasi tertentu mengenai suatu data dari masalah yang sedang diteliti oleh peneliti guna mendapatkan informasi.⁶ Informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang atau akan di teliti oleh seorang peneliti (sumber informan).⁷ Data primer berupa screenshoot dan video dakwah Lora Ismael Al-Kholilie di Instagram beliau @Ismaelalkholilie.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah Data sekunder merupakan data untuk melengkapi pemahaman peneliti dalam menganalisis data yang sedang ditelitinya. Menurut Afriani, data sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil literatur buku yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti oleh peneliti.⁸ Data sekunder yang didapatkan nantinya sebagai penguat, pendukung, dan pelengkap hasil dari data primer.

D. Subjek dan Obyek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian disini adalah sesuatu yang berkaitan dengan hal yang akan diteliti, baik berupa orang maupun benda. Adapun subjek dalam penelitian yang penulis teliti yaitu video dan

⁶ Dewi Saidah, Metode Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet Pertama 2015

⁷ Evani Rosa dkk, Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research) (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hal. 23

⁸ Dewi Saidah, 2015, Metode Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet Pertama 2015

screenshoot stories dakwah Lora Ismael Al Kholilie di Instagram beliau @Ismaelalkholilie

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu yang dijadikan sebagai sasaran dalam penelitian. Dengan demikian objek dalam penelitian ini adalah *stories* yang terdapat pada akun Lora Ismael. Penelitian ini nantinya menjabarkan penjelasan mengenai pesan dakwah dan penggunaan *stories* sebagai media dakwah pada akun Instagram @Ismaelalkholilie.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif merupakan data yang bersifat naratif berupa tanda dan gejala akibat wawancara, atau observasi yang berbentuk foto, dokumen, artefak serta catatan yang diperoleh saat di lapangan.⁹ Teknik pengumpulan data adalah langkah utama yang dilakukan dalam penelitian menurut Sugiyono (2015) teknik pengumpulan data merupakan tujuan utama dari penelitian untuk mendapatkan data. Adapun beberapa tahapan penelitian untuk memperoleh data, pada penelitian berikutnya adalah tahap pengumpulan data.

Teknik analisis data yang dimaksud adalah teknik dalam penelitian untuk menganalisis dokumen. Menurut Nilamsari (2014) dokumen merupakan data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar (foto), film dan semua informasi yang memberikan informasi.¹⁰ Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dilakukan dengan cara dan teknik dilapangan menggunakan berbagai cara dan pendekatan yang sesuai. Untuk memudahkan dalam pengambilan data

⁹ Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hal. 138

¹⁰ Siska Atsalia Fadila, 2020, *Analisis Kemampuan Menulis Cerita Pendek Unsur Instrinsik Pada Siswa Sekolah Dasar*, hlm 16-17

lapangan penulis mempergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Teknik Dokumen

Teknik dokumen adalah teknik yang mengumpulkan informasi melalui sekumpulan berkas berupa informasi yang didokumentasikan dalam bentuk dokumentasi tertulis, atau terekam. Catatan tertulis adalah dokumen yang berupa arsip, catatan, otobiografi, jurnal dan lain-lain. Dalam kajian penelitian buku dakwah merupakan acuan pendukung dalam penelitian serta foto-foto dan video yang di *screen shoot* / di *download* yang terdapat pada akun Instagram @ismaelalkholilie.

b. Observasi

Observasi dapat dipahami sebagai metode pencarian data dengan observasi visual.¹¹ Teknik observasi adalah salah satu teknik pengamatan. Dalam penelitian kualitatif dapat menggunakan beberapa macam cara, yang pertama observasi partisipasi, yaitu peneliti peneliti melibatkan diri secara langsung terhadap kehidupan sosial sehari-hari dilokasi penelitian.¹² Kemudian yang ke dua adalah observasi tidak terstruktur, jadi observasi ini dilakukan tidak memakai panduan pengamatan, peneliti mengembangkan observasi berdasarkan kepada perkembangan yang ada di lapangan. Yang ke tiga observasi non partisipan, pada teknik observasi ini peneliti tidak terlibat dan sebatas jadi pengamat saja.¹³ Dengan kajian yang dilakukan peneliti, penulis melakukan observasi menggunakan data online tentang postingan tulisan, foto dan video yang di-*upload* pada akun Instagram @ismaelalkholilie dengan melihat tanggapan yang ada dalam setiap unggahan.

¹¹ http://repository.radenintan.ac.id/1788/4/bab_3_%28tiga%29_fix.pdf Diakses tanggal 1 Januari 2023

¹² Afifudin dan Beni Ahmad Saebani. Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hal. 138.

¹³ Rosadi Ruslan, Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 36

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain. Analisis merupakan upaya untuk menguraikan data agar nampak jelas dan dapat dengan mudah ditangkap maknanya.¹⁴ Sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Noeng Muhadjir mendefinisikan analisis data, yakni sebagai usaha mencari dan menata secara sistematis hasil penelitian untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai penemuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman itu, analisis perlu dilanjutkan dengan berusaha mencari makna.

Menurut Miles and Huberman, kegiatan dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara menerus sampai selesai, hingga datanya jenuh. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dengan menggunakan teknik analisis isi.

Pengumpulan data adalah bagian integral dari kegiatan analisis data. Reduksi data merupakan usaha menyimpulkan data, setelah itu memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Hasil reduksi data diolah sedemikian rupa hingga menghasilkan data yang utuh. Bentuknya dapat berbentuk sketsa, sinopsis, matriks, dan lainnya. Hal itu sangat diperlukan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan.¹⁵

Untuk teknik analisisnya, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dengan cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

¹⁴ Djam'an Santori, dan Aan Komariah, 2020, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta hlm 122

¹⁵ Dinda Rizky Hayati, Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis, (Skripsi: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021)

Peneliti mengumpulkan data-data yang diperoleh dari buku, jurnal serta informasi dari hasil wawancara yang diperoleh. Hal itu peneliti jadikan referensi maupun data penguat dalam menganalisa hasil penelitian. Dalam hal ini adalah tahap pengkodean data. Peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Jadi dalam hasil pengkodean data dalam akun Ustadz @ismaelalkholilie. Data terlebih dahulu disesuaikan dengan batasan waktu penelitian kemudian memilah gambar berupa video yang disertakan kata-kata dari keterangan penjelasan video akun @ismaelalkholilie yang dibatasi selama bulan September 2022- Januari 2023.

2. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti mereduksi data atau merangkum dan memilah data sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti akan melakukan reduksi data yang berarti merangkum data yang diperoleh dari referensi dari buku maupun jurnal.

3. Tahap penyajian data

Sebuah tahapan lanjutan penyajian data adanya proses untuk menyajikan informasi untuk memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Dalam hal ini penyajian data dengan mengumpulkan data yang disesuaikan dengan permasalahan kemudian mengklasifikasi gambar dengan rumusan masalah peneliti. Data-data tersebut akan penulis analisis sesuai dengan pengelompokan materi dakwah dan menuliskannya dalam rangkaian kalimat yang singkat tanpa mengurangi makna yang terkandung dalam video tersebut. Penulis akan menganalisis data tersebut sesuai dengan bentuk aslinya dan menyimpulkannya.

4. Penarikan kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan dari fakta-fakta atau informasi yang diperoleh dari pengumpulan data. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana tahap ini menarik kesimpulan dari temuan data.¹⁶ Hasil penarikan kesimpulan didapat dari hasil yang telah terkumpul kemudian di kelompokkan sesuai data. Penyajian data dengan melakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan.

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan terkait penggunaan *stories* sebagai media dakwah dan pesan dakwah yang ada pada akun Instagram @ismaelalkholilie.

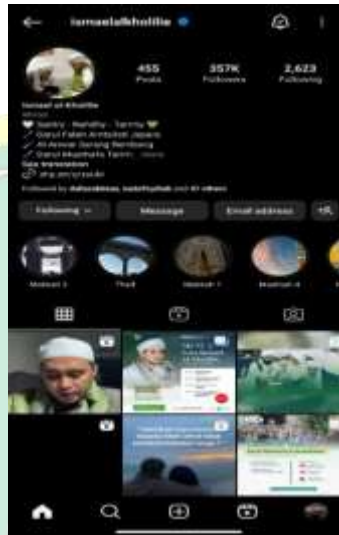


¹⁶ Djam'an Satori, dan Aan Komariah, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta 2020) hlm 121-12



BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian 1. Profil Instagram Ismael Al-Khollili



Gambar 2.1: Instagram Lora Ismael Al-Kholilie

Dalam akun Instagram Lora Ismael Al-Kholilie @ismaelalkholilie, beliau mempunyai *followers* sejumlah 357 ribu *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 455 dan 140 di antaranya berupa konten video. Pada bagian laman akun Instagram, beliau menuliskan biografi pendidikan yang beliau tempuh. Lora Ismael merupakan alumni Darul Mustafa Tarim (Yaman), alumni Pesantren Darul Falah Amsilati (Jepara), Alumni Pondok Pesantren Sarang (Rembang) dan penulis buku Kompas Kehidupan, yang mana buku tersebut adalah karangan beliau sendiri. Dalam laman profil Instagram beliau mencantumkan akun *online shop* milik beliau, yang mana digunakan oleh Lora Ismael untuk menjual buku karya beliau. Buku yang dijual berupa buku karya beliau meliputi, Catatan dari Tarim, Catatan Lora Ismael, dan juga Kompas kehidupan. Buku tersebut berisi tulisan beliau dan *quotes* beliau yang selama ini dijadikan sebagai *stories* dalam Instagramnya. Tidak hanya mempromosikan buku

karya pribadi, beliau juga mempromosikan buku-bacaan tentang kajian atau pengetahuan seputar perempuan.

Dalam fitur *feed* Instagram Lora Ismael terdapat banyak konten yang diunggah dan konten yang diunggah berupa informasi dan kajian dakwah. Beliau aktif dalam menyajikan konten dakwah berupa *stories* gambar atau video yang berisikan pesan dakwah dan *quotes* Islami. Tidak hanya itu pada halaman utama akun Instagram Lora Ismael terdapat dakwah *stories* atau *stories highlight* yang dijadikan sebagai arsip. *Stories highlights* merupakan fitur yang terdapat pada beranda Instagram yang mempunyai fungsi sebagai arsip *stories* yang telah di *upload* pada *stories*. *Stories* yang sudah dijadikan *highlights* tidak akan terhapus dan *stories* tersebut dapat dibaca berulang kali. Pada *stories highlight* Lora Ismael menyimpan arsip pesan-pesan dakwah beliau berupa pertanyaan seputar agama, kajian dan *quotes Islami* yang dapat diputar berulang kali.

Dalam postingan *stories* Lora Ismael kerap kali membagikan referensi tentang buku-buku yang dapat dijadikan inspirasi dalam kehidupan. Referensi buku tersebut beliau bagikan melalui *link* pada akun *online shop* milik beliau pribadi dan dijadikan *highlights* pada beranda Instagram. Ismael Al- Kholilie juga memiliki beberapa akun yang tersebar di beberapa media sosial antara lain, *Facebook*, *Telegram*, dan *Instagram* yang digunakan untuk menyebarkan video dan tulisan dakwahnya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan Lora Ismael untuk ladang berdakwah.

2. Profil Lora Ismael Al-Kholili



Gambar 2.2: Profil Lora Ismael Al - Kholilie

Muhammad Ismael Amin Kholil atau yang akrab disapa Lora Ismael. "Lora" merupakan sebutan anak Kiai di Madura. Beliau merupakan keturunan Maha Guru Syaikhona Kholil Bangkalan. Nama belakang Al Kholili beliau nisbatkan kepada kakeknya yaitu Kiai Yasin yang merupakan cucu asli dari Syaikhona Kholil Bangkalan. Beliau lahir di Bangkalan, Madura pada tanggal 17 November 1992 tepatnya di lingkungan Pondok Pesantren Al-Falah Assalafi Alkholili Kepang.¹ Beliau merupakan putra dari pasangan K.H. Amin Kholil dan Ny. Hj. Syamsun Musyriqoh. K.H. Kholil Yasin Kakeknya, merupakan cucu dari ulama kharismatik Indonesia dan tokoh inspirator berdirinya Nahdhatul Ulama yaitu Syakhikhona Kholil bin Abdullatif.

Pendidikan beliau di mulai dari SDN Kemayoran 01 Bangkalan pada tahun 2004. Kemudian setelah lulus SD beliau mulai memasuki dunia pesantren untuk menimba ilmu agama. Pondok pesantren pertama yang beliau tempati yaitu Pondok Pesantren Darul Falah yang terletak di Bangsri, Jepara. Pondok tersebut merupakan pondok yang terkenal dengan metode Amtsilati² yang berada di bawah asuhan Kyai Taufiqul Hakim. Sejak di Jepara, beliau sudah terlihat menonjol dari segi keilmuan. Beliau sering dibawa oleh Yai Taufiq ke berbagai kota untuk memperkenalkan metode Amtsilati. Beliau mondok satu tahun di Jepara, kemudian melanjutkan petualangan "ilmiahnya" ke Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang Rembang dibawah asuhan Alm. K.H. Maimun Zubair. Beliau dikenal sebagai santri yang cerdas. Di sana beliau pernah menjabat sebagai ketua *Alfiyah Ibnu Malik Study Club*, ketua Musyawarah Fathul Qarib, dan istiqomah meraih bintang kelas pada tiap tahunnya. Pada saat mondok di Al-Anwar beliau juga sempat

¹ <https://www.rumah-muslimin.com/2021/11/profil-muhammad-ismael-al-kholilie.html?m=1>

² Metode Amtsilati adalah metode cepat dalam membaca kitab kuning.

2 kali menjadi juara 2 di acara lomba membaca kitab se-Provinsi Jawa Tengah.

Pada saat liburan pesantren di bulan Ramadhan beliau juga pernah mengikuti Balagh Ramadhan di Kaliwungu Kendal. beliau mengaji kepada K.H. Sholahuddin dan KH. Dimyathi Rois pada tahun 2010. Pada tahun 2011, beliau juga pernah mengaji di bulan Ramadhan kepada K.H. Ahmad Barizzi Fathullah Lanbulan Sampang, Madura.

Tahun 2012 beliau melanjutkan studinya di Tarim Yaman. Sebelum berangkat menuju Tarim beliau beberapa bulan melalui masa karantina. Beliau karantina di Pondok Pesantren Azzahir Kraksan di bawah asuhan Habib Hasan Al Muhdor. Ada kisah menarik sebelum beliau belajar di Tarim, beliau sowan³ kepada gurunya di Sarang Rembang yaitu dikediaman K.H Maemoen Zubair. Beliau mengatakan bahwa ketika ada santri K.H. Maemoen Zubair belajar ke luar negeri seperti Mekah, Yaman atau Mesir belum tentu di izinkan oleh Mbah Yai. Pada saat beliau sowan ke Yaman, Yai Maemoen mengizinkan beliau belajar di Yaman. Setelah beliau mengutarakan keinginannya, Yai Maemoen memberi pesan "*ilmu itu pusatnya di Yaman, dan hikamh (juga) berasal dari Yaman*".⁴ Setelah sowan beliau akhirnya berangkat untuk melanjutkan petualangan "*tholabul 'ilmi*"nya di Bumi Seribu Wali, Tarim, Hadhramaut, Yaman. Tepatnya di Darul Musthofa asuhan Habib Umar bin Hafidz. Selama belajar di Tarim 6 tahun lebih, beliau pernah menjabat sebagai ketua Persatuan Pelajar Madura di Darul Musthofa.

Pada akhir tahun 2018, beliau pulang ke tanah air untuk menyebarkan ilmu yang selama ini beliau dapatkan dari para gurunya. Sekarang, beliau aktif menjadi pengasuh Pondok Pesantren Al Muhajirun Gegger, Bangkalan. Beliau juga menjadi dewan pengajar di

³ Sowan merupakan kunjungan seorang murid ke rumah guru

⁴ <https://ibtimes.id/ismael-al-kholilie-gus-baha-nya-madura> diakses pada tanggal 2 Maret

Majelis Rasulullah SAW dan menjabat sebagai Korwil Bangkalan. Selain memegang jabatan di atas beliau juga menjabat sebagai Khatib dari Tim Turots Syaikhona Kholil Bangkalan yang berfokus untuk menggali lebih dalam sejarah dan karya-karya Syaikhona Kholil.

Beliau dikenal melalui karya tulis beliau yang di unggah melalaui *Facebook*. Pada unggahan di *Facebook*, beliau seringkali berbagi tentang tulisan-tulisan kalam-kalam hikmah. Beliau mendapatkan respon yang sangat baik mengenai tulisan yang beliau *upload* di *Facebook*. Selain di *Facebook* beliau juga membuat akun Instagram untuk berbagai tulisan beliau di laman Instagram. Selain dikenal melalaui tulisan, beliau juga masih aktif berbagi ilmu dan pengalamannya dalam berbagai seminar dan juga di akun-akun media sosialnya.

Media sosial kini menjadi ladang baru beliau dalam berdakwah. Beliau aktif berdakwah di sosial media utamanaya di akun Instagram pribadinya @ismaelalkholilie untuk berbagi ilmu dan pengalaman. Tidak hanya memberikan ilmu dan pengalaman beliau juga mengadakan siaran langsung di Instagram bersama ulama untuk menjawab pertanyaan yang dikirim media.⁵ Dalam berdakwah di sosial media terutama di Instagram beliau seringkali membuat *QnA* di Instagram *stories*-nya. *QnA* berisi seputar fiqih, dan pertanyaan dari netizen seputar ilmu agama.⁶ Selain berdakwah melalui seminar dan media sosial beliau juga berdakwah melalui buku. Buku tersebut beliau tulis pribadi kemudian beliau sebarkan ke berbagai situs *online shop*.

A. Karya Ismael Amin kholilie

Ismael Amin Kholil mempunyai tiga karya, di antaranya adalah sebagai berikut:

⁵ <https://www.tebuieng.co/mengenal-lora-Ismael-giat-dakwah-dengan-berbagai-media/> diakses pada tanggal 2 Maret 2023

⁶ <https://ibtimes.id/ismael-al-kholilie-gus-baha-nya-madura> diakses pada tanggal 2 Maret 2023

1. Catatan Dari Tarim (2020)

Buku ini merupakan karya pertama dari Lora Ismael. Buku Catatan Dari Tarim berisi kumpulan catatan dan tulisan beliau yang mayoritas ditulis selama beliau masih belajar di kota Tarim. Awalnya beliau hanya iseng menulis di akun *Facebook*-nya yaitu “Muhammad Ismael Al-Kholilie” tentang pengalaman-pengalaman beliau selama di Tarim, kisah-kisah yang menakjubkan tentang Tarim, Ulama, dan penduduknya. Namun ternyata mendapatkan respon yang sangat positif dari pembacanya. Tidak jarang mereka menyebarkan tulisan Ra Ismael di berbagai akun media sosial mereka. Akhirnya beliau semakin bersemangat dalam membagi pengalaman dan ilmu yang beliau dapatkan dari Tarim.

2. Catatan Lora Ismael Al-Kholilie (2022)

Buku kedua beliau adalah ‘Catatan Lora Ismael Al-Kholilie’. Buku ini memiliki karakter yang sama dengan buku pertama Lora Ismael. Buku tersebut berisi tulisan dan catatan yang ditulis dalam berbagai judul dan tema sejak tahun 2016 sampai tahun 2020. Dalam buku ini tidak hanya bercerita tentang Tarim dan penduduknya, tetapi juga tentang sosok dan kisah-kisah hebat yang pernah beliau temui ataupun beliau dengar dari guru beliau selama mengembara menuntut ilmu mulai dari tanah Jawa sampai ke kota Tarim. Buku kedua beliau dikemas *full colour* agar terlihat lebih hidup, elegan, dan memanjakan mata pembacanya.⁷

3. Kompas Kehidupan (2022)

Buku ke tiga beliau ini yang berjudul ‘Kompas Kehidupan’ berisi tentang intisari dari *quotes-quotes* para Ulama dan Hababib yang beliau tulis dan *share* di Instagram *stories*-nya. Di buku tersebut terdapat 341 kumpulan *quotes* yang beliau pilih sebagai

⁷ Asfiatun Khasanah, Nilai-Niai Pendidikan Karakter Dlam Buku Catatan Dari Tarim Karya Ismael amin Kholil Dan Relevansinya Terhadap Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Menengah Atas (SMA), Skripsi: (UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto,2022)

quotes terbaik. Buku Kompas Kehidupan ini diibaratkan sebagai kompas kehidupan yang menuntun pembaca untuk mengarungi kehidupan ketika sedang kehilangan arah. Buku ini dapat dijadikan sebagai motivasi untuk menyejukan hati, menentramkan jiwa dan meneduhkan sanubari. Lora Ismael dikenal sebagai pribadi sebagai sosok santri yang cerdas, tawadhu dan sangat menghormati para Ulama dan Habaib. Tidak heran beliau digandrungi para Kyai, tokoh Ulama dan kaum milenial mengagumi beliau terkhususnya warga Madura itu sendiri.⁸

B. Penggunaan Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah

1. Instagram Sebagai Media Komunikasi

Menurut W.Litlejhon dan Karen dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi, pengertian media komunikasi adalah suatu alat yang digunakan seorang komunikator kepada khalayak. Dalam buku yang sama media komunikasi dapat juga diartikan sebagai sebuah sarana dalam mengirimkan suatu pesan atau informasi.⁹ Media komunikasi berperan sebagai jembatan untuk masyarakat jaman modern yang selalu mengandalkan teknologi sebagai penerimaan pesan pribadi maupun massa. Semakin canggih alat untuk berkomunikasi membuat media menjadi jembatan untuk mendapatkan informasi atau pesan secara cepat. Peranan media sebagai sarana komunikasi merupakan penyalur informasi secara cepat tanpa mengenal jarak dan waktu.¹⁰

Zaman sekarang ini media informasi sangat berkembang pesat contohnya media internet. Sehingga kita dipermudah untuk mencari informasi dan melakukan aktivitas melalui media *cyber* (maya). Proses komunikasi menjadi salah satu aktifitas yang banyak dijalankan melalui internet. Internet menjadi sarana

⁸ <https://www.rumah-muslimin.com/2021/11/profil-muhammad-ismael-al-kholilie.html?m=1>

⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_komunikasi (18 November 2017)

¹⁰ <https://kpi.ikhac.ac.id/wp-content/uploads/2019/04/Modul-Media-Komunikasi.pdf>

komunikasi terbesar dan yang paling banyak digunakan saat ini.¹¹ Kehadiran internet sangat memungkinkan seseorang untuk menjalin komunikasi dengan mudah. Komunikasi akan berjalan dengan lancar dan efektif, karena saat ini semakin banyak orang yang menggunakan internet dari berbagai kalangan.

Instagram sebagai salah satu media jejaring sosial dan media komunikasi yang *booming* saat ini. Sebagaimana yang bisa kita lihat saat ini banyak yang menggunakan Instagram untuk *share* informasi baik foto maupun video. Ketertarikan seseorang dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi salah satunya adalah karena kepopuleran media tersebut dan ketersediaan informasi yang banyak ditemukan oleh orang-orang yang mencari informasi.

Aplikasi Instagram menjadi aplikasi berbagi foto yang cukup populer di Indonesia. Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dalam bukunya “Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI” menyebutkan bahwa pemberitaan tentang program pemerintah akan efektif jika disebarluaskan melalui aplikasi Instagram. Hanya saja perlu penyesuaian karakter dari aplikasinya.¹² Kecenderungan seseorang dalam mengunggah setiap kejadian maupun karyanya di Instagram, menjadikan Instagram sebagai media komunikasi populer saat ini. Setiap orang dengan mudahnya mengaktualisasikan diri, mengeksiskan diri dan juga mungkin hanya sekedar berbagi informasi dengan foto yang diunggah.

Foto yang diunggah ke Instagram akhirnya menjadi sebuah media komunikasi yang akan menjembatani antara pengirim dan

¹¹ https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media (18 November 2017)

¹² Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta; Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), h. 81-82

penerima. Foto diunggah disertai narasi tentang foto tersebut atau narasi tentang si pengirim foto, yang kemudian akan direspon oleh pengguna lain yang memiliki ketertarikan atau minat yang sama. Banyak hal yang bisa digunakan sebagai tanda terjalinya komunikasi dari foto yang diunggah misalnya, tanda *like*, *comment*, *share to*, dan *save*. Keterangan-keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram dipilih sebagai media sosial dan dijadikan banyak orang sebagai media dalam berkomunikasi dengan berbagai faktor.

2. Instagram Sebagai Media Dakwah

Menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah dapat membantu melaksanakan syiar agama Islam. Media dakwah adalah media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. Media ini bisa dimanfaatkan da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik dalam bentuk lisan atau tulisan. Di era saat ini dakwah melalui media merupakan pilihan dari banyak da'i. Da'i dapat menyebarkan syiar dakwah tanpa perlu adanya tatap muka. Hal ini sejalan dengan jaman modern yang serba praktis dan efisien.

Media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus ruang dan waktu. Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah tidak hanya pasif, penggunaan internet bisa proaktif untuk menentang atau menyetujui maupun berdiskusi tentang seluruh pemikiran keagamaan. Pola umum Sistem Instagram sebagai media dakwah sebagai berikut:

1) Dakwah

Dakwah dapat disebarkan dimana saja dan kapan saja. Salah satu tujuan utama dakwah berarti menyeru seseorang kepada kebaikan. Ada banyak peluang yang bisa dimanfaatkan

untuk syiar Islam, termasuk penggunaan media sosial melalui internet.

2) Internet

Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 200 juta pengguna. Penyebaran dakwah dapat dimaksimalkan dengan jumlah penggunanya. Dakwah yang dilakukan lebih efektif dan pengguna dapat dengan mudah mengaksesnya. Konten internet bersifat sosial media massa. Media sosial memungkinkan pengguna terhubung dengan banyak orang di satu tempat aplikasi.

3) Instagram

Instagram adalah ruang komunikasi yang terbuka untuk semua orang, termasuk media sosial. Media sosial yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk hiburan, tapi seiring waktu, Instagram tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana penyebaran dakwah.

13

Sekarang ini banyak para dai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah menginspirasi contohnya @ismaelalkholilie dengan 357 ribu *followers*. Instagram dikelola langsung oleh Lora Ismael Al- Kholilie.

Fitur yang digunakan oleh akun Instagram @ismaelalkholilie yaitu:

a) Fitur *stories*

Fitur *stories* merupakan fungsi utama dalam Instagram ini. Lora Ismael aktif dalam menggunakan fitur *stories* sebagai media untuk mensyiarkan dakwah dan informasi.

b) *Caption* (teks)

Caption dimaksudkan untuk memperkuat karakter atau pesan yang disampaikan dalam gambar. Lora Ismael dalam

¹³ Siti Amalia, Akhmad Rusydi, dan Ahmad Doni Ramdani, Utilization As A Media Da'wah In The Covid-19 Era, Jurnal Proceeding The 3rd ICDIS, 2021 hlm 81-82

feed yang terdapat dalam beranda, sering kali mengunggah gambar atau video lalu diberi keterangan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

c) Komentar

Komentar adalah bagian dari interaksi yang dapat terjadi melalui Instagram. Karena melalui komentar, pengguna mengungkapkan pemikirannya dengan kata-kata. Lora Ismael juga sering menggunakan fitur komentar, baik berupa saran, pujian atau kritik. Faktor pendukung penyebaran dakwah melalui Instagram adalah jumlah dari reaksi positif para pengikut (*followers*). Karena Lora Ismael mengunggah postingan saat terjadi fenomena atau menjadi viral, dan dalam komentar tersebut ditanggapi dengan perspektif Islam.

d) *Following* (Pengikut)

Komunikasi antar pengguna juga dapat terjalin dengan baik. Pengguna dengan mudah mencari pertemanan dengan menu *Find Friends* di halaman pengaturan Instagram yang menawarkan beberapa penawaran saluran pencarian alternatif. Orang yang mengikuti akun tersebut akan mengikuti unggahan yang terdapat dalam akun tersebut agar lebih mudah menyebarkan dakwah dan informasi lainnya. Jadi pengikut Lora Ismael dapat mengikuti akun dakwah siapa saja yang diikuti oleh Lora Ismael.

e) Vidgram

Vidgram merupakan video Instagram yang memiliki durasi unggahan selama 60 detik. Lora Ismael menggunakan Vidgram untuk berbagi video tentang dakwah dan motivasi.

f) IGTV

IGTV merupakan fitur untuk mengunggah video berdurasi panjang berkisar hingga 60 menit atau 1 jam. Lora

Ismael menggunakan fitur IGTV untuk mengarsip video kajian dakwah beliau ke dalam Instagram.

Banyak situs dakwah yang bisa diakses umat guna mendapatkan informasi mengenai ke-Islaman di bidang dakwah, salah satunya adalah akun Instagram @ismaelalkholilie. Akun ini menyediakan berbagai materi pokok tentang ke-Islaman dengan pembahasan dan bahasa yang mudah untuk dipahami dan dimengerti. Pesan dakwah yang disampaikan Lora Ismael juga mengikuti perkembangan dan minat daripada masyarakat. Sehingga dakwah dalam media ini sangat efisien menurut penulis.

3. Fitur *Stories* Instagram Sebagai Media dakwah

Sebagai media sosial *online* paling populer dan *booming* saat ini, tentunya Instagram menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang dapat digunakan dan diminati oleh pengguna. Instagram memiliki tampilan yang kekinian dan memanjakan para pengguna dengan kemudahan dan keberagaman fitur yang ditawarkan dibanding dengan media sosial yang lain. Pengguna dibuat semakin betah berlama-lama dalam menggunakan Instagram karena kehadiran fitur-fitur baru di dalamnya.

Dalam penyampaian dakwah menggunakan media sosial tentunya pesan-pesan dakwah disampaikan melalui media-media yang mudah dijangkau oleh khalayak. Tidak semua fitur dapat yang ada di media sosial dapat digunakan untuk dakwah. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dan dipilih oleh khalayak sebagai media untuk mendapatkan informasi dan kajian dakwah. Sekarang ini banyak *influencer* dakwah yang terjun pada media sosial sebagai media dakwah dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial, misalnya fitur yang terdapat pada Instagram.

Pemanfaatan dan penggunaan fitur pada Instagram sebagai media dakwah tidak semua fitur dapat digunakan, hanya dimanfaatkan beberapa fitur utamanya sebagai media dakwah. Berikut beberapa fitur utama yang ditawarkan oleh Instagram yang dapat digunakan sebagai media dakwah antara lain:

a. Foto

Awal fungsi kehadiran instgaram adalah adanya fitur foto. Pengguna Instagram dapat dengan mudah dan lebih berekspresif untuk mengunggah foto dari perangkat mereka ke akun Instagram. Pada fitur foto ini pengguna dapat menggunakan fitur-fitur yang telah disajikan oleh Instagram. Fitur tersebut dapat berupa efek foto (filter), fitur tambahan seperti emoji, sticker dan terdapat fitur yang disetel secara otomatis atau manual yang membuat tampilan foto lebih menarik ketika diunggah. Pengguna dapat sekreatif mungkin menggunakan fitur foto yang disediakan oleh Instagram untuk tampil lebih menarik.

b. Vidgram

Fitur video instgaram (vidgram) awalnya tidak diminati oleh banyak pengguna Instagram karena fitur yang monoton dan hanya berdurasi 15 detik. Pada bulan april tahun 2016 Instagram merilis durasi tambahan untuk fitur video menjadi 60 detik atau satu menit. Hal ini diharapkan dapat menambah pengguna Instagram. Vidgram merupakan video kreatif yang diunggah ke Instagram hasil dari *shooting* dan *editing* yang berisikan berbagai macam jenis *genre*. Biasanya tokoh dalam video tersebut diperankan oleh diri sendiri atau orang lain. Sekarang ini Instagram merilis fitur baru untuk video yaitu *reels*. *Reels* adalah fitur terbaru yang rilis oleh Instagram pada 5 Agustus 2020. *Reels* memungkinkan untuk membuat video singkat yang berdurasi 15 detik sampai 30 detik dengan pilihan

audio, efek dan *tools* kreatif lainnya. Pada fitur *reels* ini user dapat menggabungkan beberapa klip untuk dijadikan satu video yang utuh.

c. *Stories (Instastory)*

Instastory atau lebih dikenal oleh user Instagram dengan sebutan Snapgram, merupakan sebuah fitur yang disediakan oleh Instagram untuk berbagi cerita pada khalayak. Fitur ini hampir sama dengan fitur yang ada di sosial media yang lain yang dimana fitur ini difungsikan untuk berbagi foto maupun video. Dalam unggahaan foto maupun video *stories* berifat sementara dan hanya aka ada dInstagram selama 24 jam. Foto atau video akan terhapus secara otomatis dari *instastory* jika suda habis masa postingannya.

Foto maupun *video* yang diunggah pada *instastory* tidak seperti konten yang diunggah pada *feed* yang dapat dilihat kapanpun selama konten itu masih tersedia. Pada *instastory* foto dan video dapat dillihat dengan durasi selama 15 detik saja dan akan otomatis pindah ke *story* berikutnya. Cara melihat *story* yaitu dengan men-*tap* gambar atau video yang terpampang pada *stories*, *user* dapat melihat ulang *stories* yang sudah dilihat dengan men-*tap* kembali *stories* tersebut. *Instastory* memiliki *tools*, *rewind*, *superzoom* dan *boomerang* yang dapat membuat tampilan *story* jauh lebih unik dan menarik.

Pada fitur *stories* terdapat fitur *highlights* atau sorotan yang mana video atau foto yang sudah di *upload* tidak akan hilang secara otomatis. Sorotan tersebut akan muncul pada beranda utama profil pengguna dan dapat diputar berulang kali. Pada fitur *highlights* atau sorotan tersebut *user* Instagram dapat memberi judul pada setiap sorotan, dengan hal itu para pengguna lain dapat mencari informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini banyak digunakan oleh para da'i untuk megarsipakan *stories* dakwah yang berupa foto maupun video.

Fitur-fitur utama tersebut banyak dipakai oleh da'i dalam menyampaikan dakwah di Instagram. Foto, *instastory* dan *vidgram* digunakan oleh para da'i sesuai dengan kapasitas, keinginan dan kebutuhan yang dianggap mudah dalam pembuatan pesan dan penyampaian informasi. Instagram memiliki fitur *search engine* terletak pada *search bar* yang akan menyajikan menu utama berupa fitur foto, *vidgram* dan *isntastory* akun yang ingin dicari.

Fitur *stories* yang memiliki durasi maksimal 30 detik, dapat memberikan kesan informasi yang di berikan dapat tersampaikan kepada khalayak. Dalam fitur *stories* pengguna lain dapat membaca pesan informasi yang di sampaikan oleh pemilik akun serta dapat memberikan komentar jika ada hal yang perlu ditanyakan. Pemilik akun @ismaelalkholilie menggunakan fitur *stories* untuk memberikan nasehat dakwah Islam baik berupa, gambar, foto maupun tulisan. Lora Ismael dalam pembuatan *stories* beliau mempunyai pola yang beragam.

Dalam postingan *stories* yang di unggah setiap harinya membahas 2 sampai 3 pola. Pola yang beragam tersebut untuk menyesuaikan kebutuaahn masyarakat luas. Pertama, berupa *quotes* islami yang beliau sendiri mengambil gambar dari aplikasi *Pinters* kemudian beliau terjemahkan dalam bahasa Indonesia. *Quotes* tersebut seringkali condong kepada permasalahan yang dialami oleh perempuan, karena segmen dakwah beliau di dominasi oleh perempuan. Tidak hanya mengambil kutipan atau *quotes* dari aplikasi *Pinters* beliau juga menerjemahkan kutipan kalam-kalam dari guru beliau, seperti Sayyidil Habib Umar, Syaikh Buthi, Syaikhina Maimoen Zubair dan lain sebagainya. *Kedua*, membahas issue yang sedang *booming* terjadi di masyarakat contohnya terkait LGBT dan lain-lain. Beliau memberikan tanggapan issue berdasarkan hukum Islam. *Ketiga*, *Q&A (Qustion and Answer)* dalam *QnA* tersebut Lora Ismael membuka sesi tanya jawab dan nantinya akan dijawab dengan lengkap menggunakan referensi kitab kuning.

4. Cara Membuat Instagram *Stories*

Cara membuat Instagram *stories* ada dua cara yang dapat dilakukan, pengguna dapat membuat *story* foto atau video. Pada pembuatan *stories* ada dua langkah membuatnya. Pertama, membuat *stories* dari kamera langsung. Kedua, pengguna dapat membuat *stories* dari galeri foto.

Langkah membuat *stories* pada Instagram sebagai berikut:

1. Buka aplikasi Instagram.
2. Saat berada di *feed* atau beranda Instagram, pengguna bisa men-*swipe* ponsel dari kiri ke kanan. Atau tap ikon tambah cerita (+) pada bagian atas beranda.
3. Saat berada di menu *story* pengguna dapat membuat *story* dengan dua cara. *Pertama*, langsung dari kamera. *Kedua*, dari galeri. *Pertama*, membuat *stories* dari kamera. Pengguna dapat men tap satu kali tombol lingkaran yang di tengah untuk mengambil foto dan tahan jika ingin mengambil video. *Kedua*, membuat *stories* dari galeri. Saat muncul menu *Story* Instagram, gulir layar ke atas untuk membuka galeri.
4. Lalu setelah pengguna mengambil foto atau video, pengguna bisa langsung unggah *stories* dengan tap ikon panah ke kanan dan mengunggahnya.
5. Selesai

Saat mengunggah *stories* pada insatagram, pengguna dapat menentukan apakah ingin dibagikan ke public, teman dekat atau hanya orang tertentu.¹⁴ Pada akhir tahun 2017, Instagram resmi memperkenalkan fitur terbarunya bernama Instagram *Stories*. Bersamaan dengan itu, Instagram juga menyertakan fitur *highlight* atau sorotan agar *Stories* yang kamu buat dapat tetap tampil di profilmu. Oleh karena itu, Instagram *Stories* hadir untuk menampung semua cerita yang tak akan diposting di

¹⁴ <https://urbandigital.id/4-langkah-cara-membuat-Instagram-stories/?page=semua> diakses pada 19 Juni 2023

beranda. Lantaran durasinya yang hanya 24 jam, rilis fitur *Highlight* Instagram yang dapat menampilkan dan mengelompokkan banyak *Stories* di laman profil.

Sorotan Instagram pada dasarnya adalah cerita Instagram (*Stories*) yang kamu pilih untuk ditampilkan di profil secara permanen. Jika kamu menambahkan cerita ke Sorotan, cerita tersebut akan tetap terlihat bahkan setelah 24 jam. Adapun batas untuk satu sorotan Instagram adalah sebanyak 100 foto atau video.

Berikut cara membuat sorotan Instagram menggunakan Instagram *Stories* yang sedang tayang:

- 1) Ketuk ikon profil untuk membuka *Stories* yang sedang kamu bagikan.
- 2) Pada bagian pojok kanan bawah, terdapat ikon menu “Sorot” atau “*Highlight*”, klik tombol tersebut.
- 3) Selanjutnya, kamu dapat memilih untuk menambahkan *Stories* tersebut ke sorotan yang sudah ada atau membuat sorotan baru.¹⁵

Pada *stories highlight* yang terdapat pada akun Instagram Lora Ismael, beliau mengarsipkan *stories* yang penting untuk dijadikan sorotan pada bagain beranda. *Stories highlight* tersebut berisi tulisan beliau mengenai materi dakwah yang telah diunggah sebelumnya. Pengikut dan user Instagram lainnya dapat melihat dan membaca sorotan yang sudah dibuat oleh Lora Ismael. *Stories* tersebut dapat diputar berulang kali tanpa adanya batasan waktu.

5. Penggunaan Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah Oleh Lora Ismael

Lora Ismael merupakan salah satu da'i yang active di media sosial dalam menyebarkan dakwah. Dikutip dari jurnal *online* pada saat wawancara terkait Instagram beliau yang ditangguhkan beliau

¹⁵ <https://store.sircolo.com/blog/cara-membuat-highlight-Instagram/> diakses pada 19 Juni 2023

menyampaikan bahwa beliau aktif di media sosial karena kebutuhan dakwahnya. Beliau juga menegaskan bahwa Instagram merupakan ladang terbesar beliau dalam berdakwah. Beliau juga mempunyai pola dakwah yang cukup beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

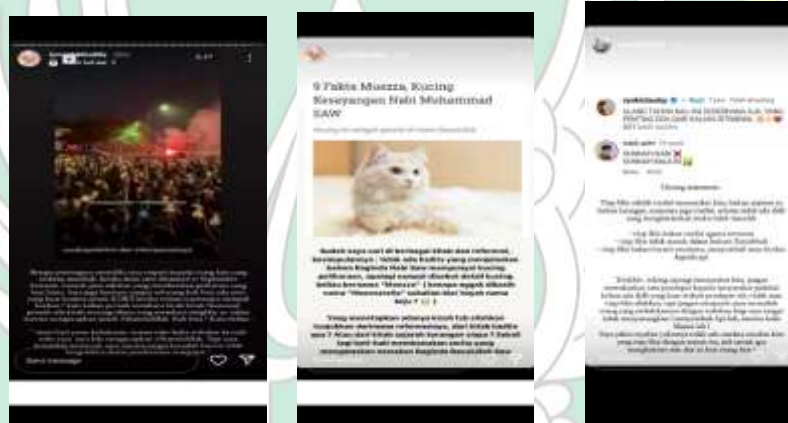
Beliau dalam wawancara tersebut juga mengatakan bahwa beliau lebih aktif di *story* untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Dalam *story* tersebut beliau membuka sesi tanya jawab dengan jawaban lengkap dan mengambil referensi kitab kuning. Bukan hanya itu dalam *stories* beliau juga menerjemahkan *quotes* islami dan kalam dari para guru beliau, seperti Sayyidil Habib Umar, Syaikh Buthi, Syaikh Jufri, Syaikhina Maimoen Zubair dan lain sebagainya. Selain membahas issue seputar agama beliau juga seringkali menanggapi issue yang sedang beredar atau booming di khalayak. Beliau menanggapi dengan membuat *stories* dan berpendapat dalam sudut pandang Islam. Hal ini merupakan pola dakwah pada *stories* yang beliau unggah setiap harinya.

Beliau active mengunggah *stories* setiap hari. Setelah peneliti amati Lora Ismael dalam membuat *stories* dapat mencapai 60 unggahan bahkan lebih. Jarak antara *stories* satu dan *stories* yang lain hanya berjeda beberapa menit saja. *Stories* intagram Lora Ismael mempunyai pola dalam mengunggah *stories* di Instagram pada setiap harinya. Pola tersebut terdiri dari *quotes*, *qna*, dan isu yang sedang hangat menjadi perbincangan masyarakat. Pembuatan *stories* paling banyak ditunjukkan untuk kaum perempuan, karena segmen dakwah beliau mayoritas perempuan. *Stories* yang di unggah lora Ismael paling banyak di dominasi oleh *quotes* setiap harinya.

Berikut pola *stories* beliau dalam setiap unggahannya di *stories* Instagram:



Gambar 2.3: Quotes



Gambar 2.4: Stories Mengenai berita up to date



Gambar 1.3 Stories QnA mengenai problem umat

Pada penelitian mengenai fitur *stories* sebagai media dakwah oleh Lora Ismael. Menghasilkan pola *stories* yang di unggah setiap harinya yaitu mengenai *quotes* Islami, qna probelatika umat dan issue yang *up to date*. Pada *Stories* Lora Ismael menunjukkan paling banyak diunggah setiap harinya yaitu *quotes* islami mengenai problematika yang dihadapi oleh perempuan dan permasalahan milenial (berkaitan degan jodoh, sakit hati dan permasalahan laki-laki). Adapun unggahan yang lainnya seperti *qna* mengenai probem umat yang ditanyakan oleh mad'u.

C. Pesan Dakwah Pada *Stories* @ismaelalkholilie di Instagram

Pesan dakwah merupakan pesan yang disampaikan oleh pendakwah kepada khalayak atau mad'u. Dalam hal ini pesan dakwah yang terdapat pada *stories* akun Instagram Lora Ismael Al- Kholilie yang di sampaikan dalam *stories*-nya merupakan pesan yang terdapat pada teori materi dakwah pada teori materi dakwah pada Bab II. Pesan dawah tersebut mencakup empat materi dakwah, yaitu berupa Akidah, Akhlak, Syariah dan Muamalah.

1. Akidah

Pesan dakwah akidah merupakan pesan yang berkaitan dengan akidah yang didalamnya terdapat hal-hal yang bersinggungan dengan akidah. Akidah merupakan pokok dasar kepercayaan seorang muslim. Akidah berkaitan dengan iman yang ada pada diri seorang muslim. Iman yang ada pada diri seorang muslim telah diajarkan dan dikenal dengan rukun iman. Rukun iman merupakan rukun yang wajib kita Imani dan yakini sebagai seorang mukmin. Pada *stories* Lora Ismael, beliau juga menyampaikan materi akidah pada konten dakwahnya di Instagram. Berikut merupakan bentuk dari materi dakwah dalam hal akidah yang di sampikan Lora Ismael dalam akun isntagramnya @ismaelalkholilie.



Gambar 2.6
Gambar stories @ismaelalkholilie dengan materi Akidah
Sumber: <https://www.com/ismaelalkholilie/> Diakses pada
November 2022

2. Akhlak

Pesan dakwah akhlak mencakup tentang materi dakwah yang berkaitan dengan akhlak. Akhlak merupakan wujud dari penerapan aqidah seseorang. Akhlak disini memiliki arti kondisi batin seseorang yang mempengaruhi tindak tanduk manusia. Ada dua kategori akhlak yang dapat mempengaruhi tindakan manusia yaitu akhlak terpuji (*akhlalul mahmudah*) dan akhlak tercela (*akhlak madzmumah*). Seperti yang sudah di jelaskan pada bab sebelumnya untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan akhlak. Pesan akhlak dibagi menjadi tiga: yang *Pertama* akhlak kepada Allah SWT. *Kedua*, akhlak kepada makhluk (manusia) yang meliputi (diri sendiri, orang tua, masyarakat, tetangga dan lainnya). *Ketiga*, akhlak kepada alam sekitar. Pada gambar berikut merupakan contoh stories Lora Ismael yang bertema Akhlak.



Gambar 2.7
Gambar stories @ismaelkholilie dengan materi Akhlak
Sumber: <https://www.com/ismaelkholilie/> Diakses pada
Desember 2022

3. Syariat

Pesan dakwah syariat merupakan pesan dakwah yang berkaitan dengan materi dakwah tentang syariat. Materi dakwah yang berisi tentang hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia, hubungan manusia dengan Allah Swt, hubungan manusia dengan manusia dan alam sekitar berdasarkan Alquran dan hadis merupakan materi syariat.¹⁶ Pada bab sebelumnya sudah dijelaskan bahwa syariat erat kaitannya dengan lahir dan batin manusia untuk menaati hukum Allah hal ini bertujuan untuk mengatur hubungan *hablum minAllah* dan *hablum minannas* (makhluk dengan Tuhannya dan makhluk dengan sesama makhluk). Adapun cakupan syari'ah mengenai persoalan ibadah (puasa, shalat, haji, dan zakat), munakahat, mu'amalah, mawaris, jinayah dan juga siyasah. Pesan dakwah yang berkaitan unsur syariah menenggambarkan atau menginformasikan mengenai bidang hukum dalam bentuk status hukum seperti bersifat wajib, mubah (dibolehkan), dianjurkan (mandub), makruh (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan haram (dilarang).

¹⁶ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/syariat>



Gambar 2.8
Gambar stories @ismaelalkholilie dengan materi Syariat
Sumber : <https://www.com/ismaelalkholilie/> Diakses pada Januari 2023

Gambar diatas merupakan *stories* yang terdapat pada akun @ismaelalkholilie yang memberikan pesan dakwah mengenai persoalan syariat.

4. Muamalah

Pesan dakwah muamalah adah pesan dakwah yang berisi tentang hubungan sosial. Berdasarkan terminologi fiqh muamalah dapat diartikan sebagai suatu hukum yang dibuat berdasarkan tindakan manusia yang berkaitan dengan hal duniawi.¹⁷ Muamalah terdiri hukum nikah, waris, jual beli, pidana dan hukum pedamaian atau peperangan. Muamalah mengatur hubungan manusia dengan manusia yang lain agar terciptanya hubungan yang harmonis antar individu dan juga lingkungannya.

¹⁷ <https://etheses.iainkediri.ac.id/2377/3/931203915%20%bab2.pdf>



Gambar 2.9

Gambar *stories* @ismaelalkholilie dengan materi Muamalah
 Sumber : <https://www.com/ismaelalkholilie/> Diakses pada Januari
 2023

Akun Lora Ismael secara komplit memasukan semua materi dakwah yang di sampaikan melalui *stories* beliau. Penyampaian pesan dakwah yang paling sering adalah masalah akidah karena materi akidah merupakan materi yang memiliki perhatian paling besar dan mendasar. Akidah merupakan dasar dari agama Islam. Pesan dakwah selain akidah juga disampaikan dalam *stories* beliau, sehingga penyampaian pesan dakwah terlihat sempurna dalam penyajian dakwah di insatgram. Pesan dakwah yang tidak terlalu menonjol adalah materi muamalah. Lora Ismael hanya menekankan materi muamalah pada urusan jual beli, hutang piutang dan adab. Hal ini dikarenakan banyaknya praktek jual beli di masyarakat yang tidak mengetahui hukum tentang transaksi jual beli dan utang piutang.

D. Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Fitur Stories Sebagai Media Dakwah

1. Kelebihan

a. Kemudahan dan Tampilan Yang Sempel

kelebihan utama yang dimiliki Instagram secara umum adalah kesan penggunaannya yang mudah dimengerti oleh penggunanya, dan tampilan antarmuka yang menarik dan tidak membosankan. Fitur stories juga menawarkan kemudahan dalam penggunaannya. Cukup dengan memilih video atau foto yang akan diunggah, kemudian mengatur bagian yang ingin ditampilkan lalu menambahkan *caption* jika diinginkan, kemudian mengunggahnya, dan selesai konten akan muncul pada bagain *stories*.

b. Fitur dan *Tools* Pendukung

Kemudahan lain yang dirasakan oleh peneliti yaitu fitur bawahan *stories* dan *tools* pendukung yang ditawarkan oleh Instagram. Seperti misalnya fitur efek dan gambar dan video yang menjadikan *stories* terlihat menarik.

c. Dapat Mengunggah Materi dengan Gambar Maupun Vidio

Instagram @ismaelalkholilie menggunakan fitur gambar dan video dalam menyampaikan materi dakwah. Jika para pengguna yang menyukai pemikiran yang moderat, akun @ismaelalkholilie memberikan materi dan pemikiran-pemikiran beliau yang moderat dalam menanggapi suatu hal.

d. Terdapat Fitur Highlight

Fitur highlight pada Instagram *stories* berguna untuk mengarsipkan *stories* yang telah diunggah setelah 24 jam. Pada akun @ismaelalkholilie beliau menggunakan fitur *highlight* untuk mengarsipkan materi dakwah yang telah diunggah. Jadi followers beliau dapat melihat unggahan materi dakwah beliau kapanpun.

2. Kekurangan

a. Memakan Penyimpanan Ruang Lebih Besar

penggunaan *stories* pada instagram memakan penyimpanan ruang lebih besar dan itu yang menghabiskan kuota lebih besar.

a. Durasi Story Pendek

durasi yang ditawarkan untuk Instagram stories yaitu hanya 15 detik. Jika ingin fitur yang lebih lama dalam durasi video pengguna dapat menggunakan IGTV. IGTV dapat memuat durasi hingga 60 menit.

d. Ruang Template *Caption* yang Kurang Panjang

Untuk mengunggah materi dakwah menggunakan caption, Instagram *stories* hanya mempunyai ruang template yang kecil dan tidak dapat digunakan untuk menulis *caption* yang panjang. Sehingga menimbulkan materi dakwah yang ditulis melalui caption membutuhkan template ruang yang lebih panjang. Dalam *stories* biasanya pengguna akan menggunakan *slide* selanjutnya, jika ingin menulis *caption* panjang.

Adapun kelebihan yang dimiliki akun Instagram @ismaelalkholilie, beliau memberikan kita banyak referensi mengenai hukum Islam melalui *stories* beliau. Lora Ismael selalu memberikan update berita terbaru mengenai problematika isu yang sedang booming. Menambah ilmu baru untuk kehidupan kita. Kekurangan yang dimiliki akun @ismaelalkholilie beliau lebih banyak memberikan materi dakwah dominan tentang perempuan. Materi dakwah yang beliau unggah dalam *stories* nya banyak mengarah pada fiqih wanita, dan hal ini jarang dilirik oleh mad'u laki-laki.

UNING
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang judul penelitian FITUR *STORIES* SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA AKUN@ISMAELALKHOLILIE DI INSTAGRAM memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Fitur *Stories* Sebagai Media Dakwah

Lora Ismael memaksimalkan penggunaan fitur *stories* yang telah ditawarkan oleh Instagram dengan mengunggah dan membuat konten *stories* melalui fitur yang telah disediakan. *Stories* beliau memiliki pola dalam setiap postingannya. Berdasarkan penelitian selama ini, dalam satu hari beliau mengunggah *stories* minimal 20-60 *stories* bahkan lebih. *Stories* tersebut berisi 3 pola, *Pertama*, *stories* yang disajikan oleh Ismael Al- Kholilie berupa pengambilan gambar yang berisi *quotes* islami berbahasa Arab lalu diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Dari banyaknya *quotes* islami yang diunggah paling dominan adalah *quotes* menengnai problem perempuan karena segmen dakwah beliau didominasi oleh perempuan. *Kedua*, menanggapi *issue* yang sedang *booming* di masyarakat. Dalam berdakwah beliau juga tidak monoton. Beliau menanggapi berita yang sedang *up to date* di masyarakat. Beliau memberi tanggapan mengenai berita *up to date* dengan menyertakan dalil dan tanggapan dari para ahli. *Ketiga*, *q&a stories* beliau membuat *qna* tak menentu waktu, dalam sesi tanya jawab ini beliau menjawab pertanyaan masyarakat mengenai problem umat dan beliau menanggapi dengan referensi kitab kuning ala pesantren. Hal ini yang menjadi bagain menarik dalam penyampaian dakwah beliau di *stories*. Dengan jawaban yang tercantum referensi membuat mad'u mendapat ilmu baru dari *stories* beliau.

2. Pesan Dakwah Pada *Stories* akun @ismaelalkholilie

Penyampaian pesan dakwah yang diambil dari berbagai gambar atau video yang berkaitan dengan syiar dakwah. Lora Ismael mengunggah dan mengemas pesan dalam bentuk yang berbeda, beliau selalu mencantumkan referensi berupa kitab kuning bahkan pendapat para ahli. Sumber materi dakwah beliau diambil dari aplikasi *pinters*, kitab kuning, dan video dakwah dari para guru beliau. Pesan dakwah yang diunggah pada *stories* @Ismaelalkholilie mencakup pokok-pokok materi dakwah yaitu, akidah, akhlak, syariat dan muamalah. Ismael Al Kholilie dalam menyampaikan pesan dakwah lebih banyak memberikan pesan akidah, karena akidah merupakan pokok yang mendasar dalam syiar agama Islam.

B. SARAN

1. Bagi para da'i yang hendak memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah hendaknya mengoptimalkan jejaring sosial yang hendak dijadikan sebagai media dakwah baik itu Instagram ataupun sejenisnya. Sehingga dapat membantu masyarakat dalam memperoleh ilmu. Mengingat pada era modern saat ini masyarakat banyak menggunakan media sosial dalam segala aktivitas. Sehingga antusias masyarakat dinilai cukup banyak terhadap dakwah yang di siarkan melalui media sosial karena dinilai praktis, ekonomis serta mudah untuk di akses kapanpun dimanapun dalam keadaan apapun.

2. Bagi masyarakat yang berperan sebagai mad'u atau pengguna aplikasi media sosial Instagram, agar bisa mempelajari penggunaan media sosial untuk dijadikan media dakwah yang efektif. Tidak hanya berperan sebagai pengguna saja tetapi juga menyebarkan informasi yang bermanfaat. Karena dakwah sejatinya tanggung jawab kita semua bagi seorang muslim

untuk bisa menyebarkan nilai-nilai islam meskipun itu hanya satu ayat dengan memanfaatkan kehadiran teknologi itu sendiri.

3. Kepada peneliti lainnya yang akan menjadikan judul fitur Instagram sebagai media dakwah atau yang lainnya penelitian ini dapat menjadi bahan pedoman pada penelitiannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin dan Beni Ahmad Saebani. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Agustina. (2016). “*Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Komsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda*”, Jurnal Vol 4, No 3.
- A, H Zahri. (2019). *Pokok-Pokok Akidah Yang Benar*. Yogyakarta: Depublis.
- Ahmad, Yusrin Tosepu. 2018. *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Surabaya: Jaka Publishing.
- Ali, Moh Aziz. (2017). *Ilmu Dakwah”Edisi Revisi”*. Jakarta: Kencana.
- Al, Kabir Fadly Habibullah. (2021). *Tafsir Kewajiban Dakwah “Studi Kompratif Panggung Belakang Penafsiran Ibn Katsir dan M. Quraish Syihab*.gCV. Literasi Nusantara Abadi hlm 16 diakses dari https://books.google.co.id/books?id=45FZEAAAQBAJ&pg=PR1&dq=al+kabir+fadly+habibullah+tafsir+kewajiban+dakwah&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiJ0d3v0fP_AhX36jgGHVodBckQ6AF6BAgCEAM#v=onepage&q=al%20kabir%20fadly%20habibullah%20tafsir%20kewajiban%20dakwah&f=false
- Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>.
- Amalia, Siti dkk. 2021). *Utilization As Media Da’wah In The Covid-19 Era*. Jurnal Proceeding The 3rd ICDIS.
- Amin, Saifuddin. (2021). *Pendidikan Akhlak berbasis Hadits Arbain An Nawawi*. Indramayu: Penerbit Adab CV Adanu Abimata
- Aminuddin. (2016). *Media Dakwah*. Jurnal: Al-Munzir, Vol 9, No2.
- Atsalia, Siska Fadila. (2020). *Analisis Kemampuan Menulis Cerita Pendek Unsur Instrinsik Pada Siswa Sekolah Dasar*.
- Cahyadi, Willy. *Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha, PT Inovasi Pratama Internasional Ebook*
- <https://books.google.co.id/books?id=yHNIeAAAQBAJ&pg=PA8&dq=jenis>

jenis+media+sosial&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi6vZuV5of-AhXtS2wGHXWoC6c4KBDoAXoECAIQAw#v=onepage&q=jenis-jenis%20media%20sosial&f=false

Candra, Febrian. (2021). *Sosial Media Marketing*, Yogyakarta: Diva Press.

Duli, Yosiena Deslima. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*. Skripsi UIN Raden Intan Lampung.

Fahmi, M Abdul Ghoni. (2018). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi*. Skripsi UIN Walisongo Semarang.

Fariyah, Irzum. (2013). *Media Dakwah Pop*. Jurnal: Jurnal komunikasi Penyiaran Dakwah At Tabsyir, Vol 1, No 2.

Gerung, Jumarting. (2021). *Media sosial dalam digital marketing Kesehatan*. Guepedia.

https://books.google.co.id/books?id=JNZMEAAAQBAJ&pg=PA55&dq=media+sosial+dalam+digital+marketing&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&ov2=1&sa=X&ved=2ahUKEwjwMLa8uMb_AhUM1zgGHTyHCrwQ6AF6BAgFEAM#v=onepage&q=Interaktif&f=false

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

<https://digilib.uinsby.ac.id/2377/3/931203915%20%bab2.pdf>

<https://etheses.iainkediri.ac.id/2377/3/931203915%20%bab2.pdf>

<https://ibtimes.id/ismael-al-kholilie-gus-baha-nya-madura>

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_komunikasi

<https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jp3m/article/viewFile/Ani21/09>

https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

<https://kpi.ikhac.ac.id/wp-content/uploads/2019/04/Modul-Media-Komunikasi.pdf>

<https://mulyadi.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/4867/BAB+5+DAN+6.pdf>

<http://muslim.or.id>

<http://repository.iainkudus.ac.id/4150/5/5.BAB%20II.pdf>

http://repository.radenintan.ac.id/1788/4/bab_3_%28tiga%29_fix.pdf

<https://store.sircolo.com/blog/cara-membuat-highlight-Instagram/>

<https://urbandigital.id/4-langkah-cara-membuat-Instagram-stories/?page=semua>

https://www.academia.edu/40324281/Iman_Kepada_Allah_dan_Malaikat

<https://www.khazanahimani.com/profil/pr-4183394447/mengnl-lora-Ismael-amin-kholil-satu-pesantren-dengangus-baha-keturunan-ulama-besar?page4>

<http://www.ngaderes.com/opini/pr-3592412992/media-sosial-internet-sebagai-media-baru-dalam-dkwah-Islam>

<https://www.nu.or.id/nasional/akun-Instagram-lora-ismael-kholilie-ditangguhkan-rTHTx>

<https://www.rumah-muslimin.com/2021/11/profil-muhammad-ismael-al-kholilie.html?m=1>

<https://www.tebuireng.co/mengenal-lora-Ismael-giat-dakwah-dengan-berbagai-media/>

<https://you.tube/gc5t9MBnu4>

Ilaih, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

J, Lexy Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2006, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Khasanah, Asfiatun. (2022). *Nilai-Niai Pendidikan Karakter Dlam Buku Catatan Dari Tarim Karya Ismael amin Kholil Dan Relevansinya Terhadap Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Menengah Atas (SMA)*. Skripsi UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Mahendra, Bimo. (2017). *Eksistensi Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi)*, Jurnal: *Visi Komunikasi*, Vol.15.

Marta, Zike. (2021). *Penggunaan fitur Media Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi*. Jurnal: *Komunikasi Nusantara* Vol 3, No.1.

Mohamad, Aan Burhanudin, Yayah Nurdiyah dan Ulfa Chaerunisa. (2019). *Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan*

Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender). Jurnal Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.10 No.2.

Nasrulloh, Ruli. (2020). *Media Sosial “Prespektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi”*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin. (2010). *Media sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Jurnal: Komunikator, Vol. 5.

Nurul, Muhammad Fahmi. (2018). *Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Prespektif Hukum Islam*. Jurnal: Hukum Islam, Vol XXII

Nuryantika, Surahman Anim, Ismael, dkk. (2021). *Strategi Penerapan Akhlak Islami “Sadar Sampah Di Sekolah Islam Terpadu”*. Indramayu: Penerbit Adab. Ebook

Pahlawan, Khatib Kayo. (2020). *Manajemen dakwah (Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*. Jakarta:Amzah.

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

Pardianto. (2015). *Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah di Era Gobalisasi)*, Jurnal: Mediasi, Vol 9, No 2.

R, Conny Semiawan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik dan Keunggulan)*. Jakarta: Grasindo. Ebook

https://books.google.co.id/books?id=dSpAlXuGUCUC&pg=PR1&dq=metode+penelitian+kualitatif+conny+r+semiawan&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiP6qSQ3vL_AhXC7zgGHUogAQQQ6AF6BAgEEAM#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif%20conny%20r%20semiawan&f=false

Ramdani, Fauziah. (2019). *Koumunikasi Dakwah Rasulullah: Telaah Surat-Surat Rasulullah*, Jurnal:Nukhbatul Ulum Vol 5, No 1.

Rafi, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*, Jurnal Global Komunika, Vol.1 No.1.

Rizky, Dinda Hayati. (2021). *Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Mukhlis*. Skripsi Universitas Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

- Rosa, Evani dkk. (2022). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ruslan, Rosadi. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Saidah, Dewi. (2015). *Metode Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Samosir, dkk. (2022). *Bijak Bermedia Sosial: Aspek-aspek Komunikasi Digital Di Dalam Yokobus 3:1-12*, Jurnal Teologi Vol.11 No 2.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sekar, Dina Puspitarini, Reni Nuraeni. (2019). *Pemmanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucy House)*. Jurnal Common Vol.3 No.1.
- Sidiq, Anwar. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*. Skripsi: UIN Raden Intan Lampung.
- Stellorosa, Yolanda. (2022). *Pemanfaata Akun Instagram @Hanan-Attaki Sebagai Media Dakwah*, Jurnal Comuncations Vol. 4(2).
- Suhandang, Kustadi. (2013). *Ilmu Dakwah Prespektik Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sulhton, Muhammad. (2003). *Desain Ilmu Dakwah*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Syafriyani, Desi. (2017). *Hukum Dakwah Dalam Al-Qur'an dan Hadis*, Jurnal: Fuaduna, Vol.1 No.1.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta; Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Urpiah, Apifah. (2021). *Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah (Study Deskriptif Pada Akun Instagram @xkwavers)*. Skripsi UIN Raden Intan Lampung.
- Wahyuni, Arum Purbohastuti. (2017). *Efektifias Media sosial Sebagai Media Promosi*. Jurnal: Ekonomika, Vol.12, No.2.

Wibowo, Adi. (2019). *Penggunaan Media sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital*. Jurnal Islam Nusantara Vol.03, No. 02.

Widyani, Fitria Roosinda, dkk. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta:Zahir Publishing.



LAMPIRAN



Gambar 1.1 Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022



Gambar 1.3: Buku karya beliau 'Catatan Lora Ismael'.



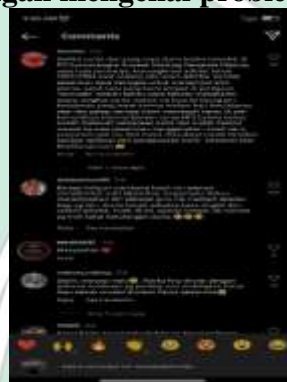
Gambar 1.3: Buku karya beliau 'Catatan Lora Ismael'.



Gambar 1.4 :Buku karya beliau 'Kompas Kehidupan'



Gambar 1.5: Contoh quotes yang terdapat pada buku beliau @ismaelalkholilie, mengenai problem para pemuda dan disitu terdapat wejangan mengenai problem para pemuda.



Gambar 1.6 Contoh komentar dari followers Instagram beliau @ismaelalkholili mengenai kisah ulama yang menginspirasi.



Gambar 1.7 Tampilan akun Instagram Lora @ismaaelalkholilie



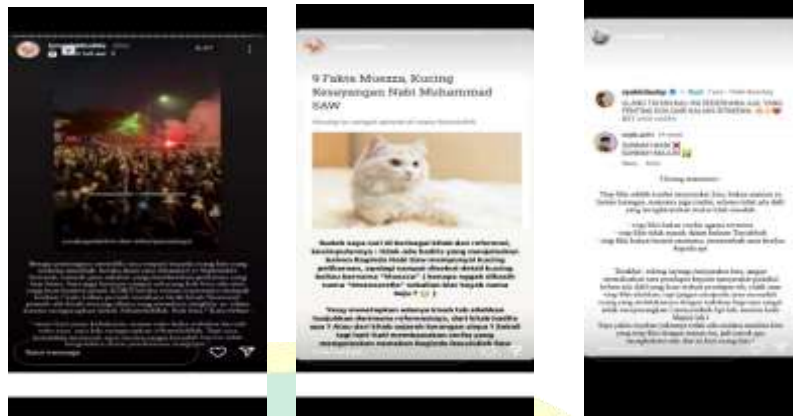
Gambar 2.1: Instagram Lora Ismael Al-Kholilie



Gambar 2.2: Profil Lora Ismael Al - Kholilie



Gambar 2.3: Quotes



Gambar 2.4: *Stories* Mengenai berita *up to date*



Gambar 1.3 *Stories* QnA mengenai problem umat



Gambar 2.6

Gambar *stories* @ismaelalkholilie dengan materi Akidah
 Sumber: <https://www.com/ismaelalkholilie/> Diakses pada
 September 2022



Gambar 2.7

Gambar stories @ismaelkholilie dengan materi Akidah

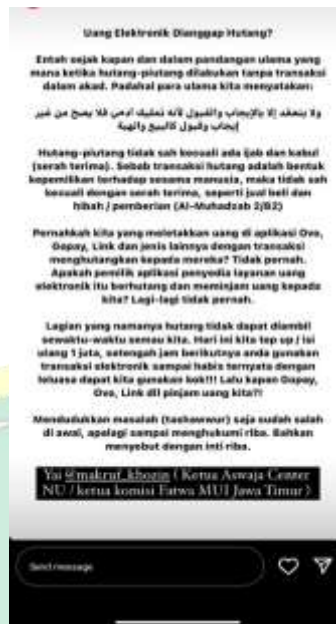
Sumber: <https://www.com/ismaelkholilie/> Diakses pada Desember 2022



Gambar 2.8

Gambar stories @ismaelkholilie dengan materi Syariat

Sumber : <https://www.com/ismaelkholilie/> Diakses pada November 2022



Gambar 2.9
Gambar stories @ismaelkholilie dengan materi Akidah
Sumber: <https://www.com/ismaelkholilie/> Diakses pada Januari 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Tiara Adriyana Rizky
Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 14 November 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Pekerjaan : Mahasiswa
Status Perkawinan : Belum Kawin
Alamat : Desa Slarang Rt 02/Rw 02, Kec.
Kesugihan. Kab. Cilacap
Email : @tiaraadriyanarizky27@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Diponegoro Slarang
2. SD Negeri Slarang 02
3. SMP Negeri 02 Kesugihan
4. MA Negeri 01 Cilacap

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Purwokerto, 05 Juli 2023

Hormat Saya,

Tiara Adriyana Rizky

NIM. 1917102005