

**ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA  
DALAM AKUN INSTAGRAM @HANAN\_\_ATTAKI**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Oleh:**

**MIDA AL KUSANI**

**NIM. 1522102027**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO  
2019**

# **ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA DALAM AKUN INSTAGRAM @HANAN ATTAKI**

**MIDA AL KUSANI  
NIM. 1522102027**

## **ABSTRAK**

Dakwah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan pengalaman ke-Islaman seseorang. Dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu dakwah melalui media sosial instagram. Instagram menjadi salah satu media yang paling berpengaruh dalam perkembangan informasi dan dakwah terkini, seperti halnya dakwah yang dilakukan ustad Hanan Attaki yang mulai terkenal di media sosial instagram melalui dakwahnya. Berbeda dengan ustad lainnya, Hanan Attaki memiliki keunikan tersendiri. Hal itu terlihat dari penyampaian dakwah, gaya bahasa yang mudah di pahami oleh semua kalangan terutama remaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis isi media. Analisis yang digunakan penulis yaitu teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat.

Hasil penelitian ini bahwa terdapat konten dakwah remaja dalam Instagram @hanan\_attaki sebanyak lima puluh empat video pada periode Januari-Desember 2018, dibagi menjadi lima macam imbauan pesan yaitu: *Pertama*, imbauan pesan rasional lebih banyak memberikan analogi-analogi atau perumpamaan terkait dengan masalah yang dihadapi oleh remaja kemudian dikaitkan dengan ajaran-ajaran yang pernah Nabi Muhammad SAW dan Allah SWT anjurkan yang bisa membuat dirinya yakin untuk lebih baik lagi dari masalah sebelumnya. *Kedua*, tidak terdapat imbauan pesan emosional. *Ketiga*, imbauan pesan takut dalam video konten dakwah remaja yang di upload oleh @hanan\_attaki tidak memuat tentang imbauan pesan takut. *Keempat*, imbauan pesan ganjaran tentang anjuran untuk para remaja ketika sedang mempunyai masalah di anjurkan untuk melakukan suatu kebaikan sesuai syariat Islam yang bisa membuat kita bertambah pahalanya. *Kelima*, imbauan pesan motivasi memuat tentang pemberian semangat kepada pemuda yang sedang berusaha untuk memperbaiki dirinya melalui ayat-ayat al qur'an yang sesuai dengan masalah yang sedang di hadapi.

**Kata Kunci: Konten Dakwah, Remaja, Instagram, Analisis isi, Hanan Attaki**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	9
C. Rumusan masalah.....	14
D. Tujuan dan manfaat penelitian .....	14
E. Kajian Pustaka.....	15
F. Sistematika penulisan.....	23
<b>BAB II    LANDASAN TEORI DAN KONTEN DAKWAH</b>	
A. Konten Dakwah.....	25
1. Pengertian Dakwah.....	25

2. Tujuan dan Fungsi Dakwah.....	27
3. Unsur-unsur Dakwah.....	28
B. Ruang Lingkup Remaja.....	41
1. Pengertian Remaja.....	41
2. Tipe-Tipe Remaja.....	42
C. Instagram.....	43
1. Pengertian Instagram.....	43
2. Media Sosial.....	47
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Sumber Data.....	53
1. Sumber Data Primer.....	54
2. Sumber Data Sekunder.....	54
C. Metode Pengumpulan Data.....	54
D. Analisis Data.....	55
<b>BAB IV</b> <b>DESKRIPSI DATA</b>	
A. Biografi Ustadz Hanan Attaki.....	56
B. Penyajian Data Konten Remaja dalam akun @Hanan- _Attaki selama tahun 2018.....	60
C. Analisis Konten Remaja dalam akun @hanan_attaki selama tahun 2018.....	64
D. Pembahasan analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan_attaki 2018.....	165

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan .....	181
B.	Saran-saran.....	183
C.	Penutup.....	183

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang menegaskan ummatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh ummat manusia sebagai rahmatan li'alaminn. Semakin kedepan dakwah semakin berat dan kompleks karena kemajuan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan cara pikir, sikap maupun tingkah laku manusia.<sup>1</sup>

Dakwah adalah bagian yang tidak terpisahkan dengan pengalaman ke-Islaman seseorang. Karena itu, tindakan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut tidak berkaitan dengan kaidah ajaran Islam. Inti tindakan dakwah adalah perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat.<sup>2</sup> Tujuannya adalah agar dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada jamaahnya bisa dipahami dan dilakukan serta terjadi perubahan menuju kearah yang lebih baik. Dalam pencapaian tersebut, seorang da'i juga harus memahami dakwah yang efektif dalam menyampaikan dakwahnya supaya bisa diterima oleh audiens. Untuk itulah, setiap da'i alangkah lebih baiknya ketika ingin melaksanakan dakwah hendaknya membuat tujuan dakwah dan obyek dakwah yang jelas dan terperinci.

---

<sup>1</sup> Siti Muriyah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*. (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000) hlm. 12

<sup>2</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) hlm. 50

McLuhan bersama Quentin Fiore menyatakan bahwa media pada zamannya menjadi esensi masyarakat.<sup>3</sup> Mereka mengemukakan adanya empat era atau zaman (*epoch*) dalam sejarah media, dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan. McLuhan menyatakan bahwa media berfungsi sebagai kepanjangan indra manusia pada masing-masing era yaitu: kesukuan (*tribal*); tulisan (*literate*); cetak (*print*); dan elektronik.<sup>4</sup>

Bagi Stephen Harnad (1991), internet merupakan revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuan umat manusia.<sup>5</sup>

Seiring memasukinya era keempat yaitu era elektronik dan mulai berkembang pesatnya teknologi, tidak heran jika manusia sebagai pelaku komunikasi mulai memanfaatkannya sebagai media hiburan, pendidikan, motivasi jiwa atau bahkan sebagai alat untuk mengubah sikap dan tingkah laku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya yaitu para pendakwah Islam yang menjadi sorotan khususnya netizen dengan dakwah yang mereka lakukan di media sosial. Seiring perkembangan zaman para pendakwah melakukan dakwahnya melalui media sosial yang sering kita sebut *Instagram*. Seperti Ustadz Hanan Attaki, Abdul Somad, Felix Siauw, Haneen Akira, Adi Hidayat, yang tak jarang mengundang opini publik setelah menonton dakwah beliau di media sosial. Terkadang dakwah di media sosial yang dilakukan pendakwah Islam

---

<sup>3</sup> McLuhan bersama Quentin Fiore dalam Morissan menjelaskan bahwa media pada setiap zamannya esensi masyarakat.

<sup>4</sup> McLuhan dalam Morissan menjelaskan bahwa media berfungsi sebagai kepanjangan indra manusia pada masing-masing era yaitu: kesukuan (*tribal*), tulisan (*literate*), cetak (*print*), dan elektronik.

<sup>5</sup> Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) hlm. 106

menjadi perhatian masyarakat yang menjadikan pro dan kontra yang kemudian memberikan respon yang berbeda-beda dari setiap individu.

Menurut Monks dalam Ryan L Rachim dan H. Fuad Nashori, dkk batasan usia remaja adalah diantara 12-20 tahun. Namun masa remaja memiliki memiliki tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Remaja tidak termasuk golongan anak-anak, ia tidak termasuk golongan orang dewasa.<sup>6</sup>

Menurut Aep Kusnawan dalam buku teknik menulis dakwah, jenis-jenisnya media sosial ada enam kategori diantaranya sebagai jejaring sosial, jurnal online (blog), jurnal online sederhana, berbagi media (*media sharing*), penanda media, dan media konten bersama. Sosial media instagram salah satunya yang menempati jenis media sharing, karena sifat dari media sharing itu sendiri yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, seperti dokumen (file), video, dan gambar.<sup>7</sup>

Internet merupakan salah satu produk kemajuan teknologi yang memudahkan individu saling berinteraksi satu dengan yang lain. Jumlah pengguna internet, khususnya di Indonesia, mengalami peningkatan yang tajam. Pada tahun 2006, jumlah pengguna internet sebanyak 20.000.000 meningkat menjadi 33.000.000 pada tahun 2009, dan menjadi 71.000.000 pada tahun 2014.

---

<sup>6</sup> Ryan L Rachim dan H. Fuad Nashori. Nilai Budaya Jawa Dan Perilaku Nakal Remaja Jawa. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*. Volume. 9, No. 1. (Yogyakarta: Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UII, Mei 2007). Hlm 32

<sup>7</sup> Arti Nurfajriliyany, Respon Followers Terhadap Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @hijabalila: Studi Deskriptif Pada Followers Remaja Akun Instagram @hijabalila. *Skripsi* (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018), hlm. 2

Dari jumlah tersebut 99% (sebanyak 70.000.000) pengguna internet untuk mengakses media sosial terbanyak (64%) adalah remaja.

Hasil survey *MarkPlus Insight* (dalam Indonesia Netizen Survey tahun 2013) ada 2.150 responden, menunjukkan sebanyak 5,9% pengguna instagram merupakan remaja yang berada pada usia 12-22 tahun. Alasan remaja sebagai pengguna media sosial ini sesuai dengan perkembangan remaja itu sendiri, yaitu lebih mudah untuk mengikuti suatu perubahan atau perkembangan yang terjadi ada termasuk perkembangan media sosial. Hasil survey Ngazis menunjukkan, terdapat 76% remaja yang mengirim foto atau video di instagram. Pengirim foto atau video ke dalam media sosial, membuat remaja terhubung dengan orang lain secara luas, dengan kegiatan demikian kebutuhan remaja menjalin relasi sosial dengan orang lain akan dapat terpenuhi.<sup>8</sup>

Remaja sudah tidak asing lagi dalam penggunaan internet untuk bermain media sosial, terutama remaja di daerah perkotaan. Infrastruktur jaringan internet yang memadai serta fasilitas yang dimiliki memudahkan remaja kota dalam mengakses internet.<sup>9</sup>

Di balik masalah yang dihadapi oleh para pendakwah yang terjadi di media sosial, terdapat suatu sisi positif yang dapat diambil oleh audiens melalui dakwah yang digunakan serta memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Melalui media sosial ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk

---

<sup>8</sup> Setiasih, Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. *Jurnal Psikologi Ulayat*, Volume. 2. No. 2. Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Desember 2015) hlm. 462

<sup>9</sup> Landesi Andarwati. Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Mediajaringan Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *E-Jurnal dan Konseling Edisi 3*. (Yogyakarta: Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Yogyakarta, 2016). Hlm 2

mengetahui perubahan dan informasi terkini yang sedang terjadi kepada seorang pendakwah yang menjadi sebuah fenomena terkenalnya seorang da'i melalui media sosialnya. Media sosial adalah media online partisipatif yang mempublikasikan berita, foto, video dan podcast yang diumumkan melalui media sosial.

*Instagram* adalah media dengan fungsi untuk memudahkan kegiatan berbagi secara *online* berupa foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.<sup>10</sup>

Fenomena media sosial yang sedang populer saat ini yaitu *Instagram*. Media sosial yang satu ini memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunaannya dengan jumlah pengguna yang bisa dibilang cukup banyak hingga mencapai 700 juta dengan catatan pengguna yang aktif di Indonesia. *Instagram* di Indonesia dimanfaatkan sebagai salah satu wadah untuk berbisnis online seperti *endorsement*, pengenalan *product*, media dakwah, hiburan, dan lain-lain. Salah satu pendakwah di Indonesia yang ikut serta dalam penggunaan manfaat dari *Instagram*, yaitu Ustadz Hanan Attaki. Beliau merupakan seorang da'i yang berdakwah melalui media sosial yang sedang populer saat ini yaitu *Instagram*. Memiliki dakwah yang berbeda dengan para da'i pada umumnya menjadi ciri khas tersendiri bagi Ustadz Hanan Attaki. Melalui media sosial inilah beliau berdakwah melalui *instagram* dengan menampilkan konten dakwah yang

---

<sup>10</sup> Putri Rizki Amalia, Pemaknaan Followers Terhadap Gaya Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki. *Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

kebanyakan menampilkan keindahan alam, orang beribadah, orang yang sedang butuh semangat kemudian ditampilkan kata-kata sesuai dengan apa yang disampaikan oleh beliau. Terkadang divisualisasikan langsung dengan ceramah yang beliau sampaikan di suatu majelis seperti UHA (Ustad Hanan Attaki), dan beberapa majelis lainnya.

Beberapa hal yang membuat Ustadz Hanan Attaki berbeda dengan pendakwah lainnya. Dia juga memiliki tema-tema kekinian dan baru setiap harinya ketika berdakwah. Kajian-kajian dakwah yang disampaikan lebih membahas kepada permasalahan jodoh dan pernikahan dengan sasarannya kaum remaja (pemuda) yang ingin terus terjaga sampai setengah hidupnya lengkap (menikah). Kajian yang ringan tapi berbobot ini sangat mudah diterima oleh para remaja. Dengan sedikit pengalaman hidup dan literasi gaya bahasa yang enak menjadikan Ustadz Hanan Attaki (UHA) selalu di nantikan kajian-kajian berikutnya. Hal inilah yang membuat para remaja terinspirasi dengan Ustadz Hanan Attaki (UHA), dan tak heran jika jumlah *follower* di Instagram sampai sekarang mencapai 5,9 juta dengan 588 posts.

Selain itu dia juga dikenal sebagai sosok yang cerdas dalam memberikan tausiyah-tausiyah segar yang menggetarkan hati anak muda. Contohnya saja organisasi Pemuda Hijrah yang dibentuk dia, benar-benar ingin menjadikan pemuda Indonesia khususnya, hijrah dari hal yang kurang baik menjadi baik. Yang sudah baik terus istiqomah terus dalam kebaikannya. Dan terus mencari teman yang saling mengingatkan dalam hal kebaikan sesuai syariat Islam. Pemuda Hijrah @pemudahijrah didirikan pada bulan Maret 2005, yang

diprakarsai oleh 5 pemuda. Pemuda Hijrah juga memiliki berbagai program dan akhir-akhir ini yang sedang dipromosikan yaitu @terastahfizh yang di tujukan kepada anak muda yang baru hijrah untuk menghafal al-Qur'an, berasal dari anak-anak gaul, dan anak nongkrong. Dan kedepan akan dikembangkan program ini ke seluruh Indonesia (dikutip dari akun *Instagram* @pemudahijrah).

Peneliti kemudian menemukan beberapa akun instagram yang digunakan sebagai sarana dakwah (akun dakwah) diantaranya akun @yusufmansurnew, sebagai akun yang bergerak dalam bidang dakwah @yusufmansurnew mengemas materi dakwah dalam bentuk video aktivitas beliau dalam mengunjungi suatu tempat dan kadang visualisasi pemandangan, keindahan alam, dengan tema secara umum karena target dakwahnya pun untuk masyarakat umum.

Ada pula akun dakwah yang disampaikan dari potongan ceramah seorang ustad terkenal seperti yang dilakukan oleh akun instagram @pemudahijrah, mereka biasa mengambil tema ceramah sesuai dengan intisari atau potongan ceramah ustad Hanan Attaki saat mengisi ceramah secara langsung di masjid. Satu isi ceramah yang dilakukan secara langsung itu bisa menjadi beberapa video yang diupload oleh akun resmi tersebut. Visualisasi yang digambarkan dalam akun tersebut biasanya berupa pemandangan atau keindahan alam. Konten yang terdapat dalam akun dakwah @pemudahijrah juga lebih didominasi oleh audio visual.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Arti Nurfajriliany, Respon Followers Terhadap Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @hijabalila: Studi Deskriptif Pada Followers Remaja Akun Instagram @hijabalila. *Skripsi* (Bandung: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018) hlm. 6

Selain kedua akun tersebut ada akun dakwah yang memiliki jumlah *followers* lumayan banyak yang mencapai 5,9 juta selain itu target dakwah kepada remaja diusia SMA sampai jenjang kuliah, akun dakwah tersebut adalah @hanan\_attaki. Remaja sebagai target audiens @hanan\_attaki maka konten-konten materi yang diposting dalam akun instagram @hanan\_attaki harus mampu menarik perhatian remaja sebagai generasi bangsa dan agama.

Melihat dari pentingnya remaja sebagai penerus bangsa dan agama, maka akun dakwah @hanan\_attaki mengambil tema-tema yang ringan, mudah dipahami, seperti masalah-masalah yang sering dialami dalam kehidupan sehari-hari remaja pada jaman sekarang. Akun dakwah @hanan\_attaki memiliki tujuan sebagai wadah untuk mengajak para pemuda jaman sekarang berhijrah atau memperbaiki diri dari yang kurang baik menuju lebih baik dan yang sudah baik menjadi lebih baik lagi dan seterusnya. Selain itu juga memberikan pemahaman ringan terkait dengan keislaman kepada para remaja yang masih berubah-ubah sikapnya. Peneliti juga melihat konten yang terdapat dalam akun @hanan\_attaki tidak hanya dikemas dalam bentuk audio visual saja tetapi materi yang disampaikan bisa berupa pengolahan *copy writing* yang menarik agar bisa mengena pada targe @hanan\_attaki yang tentunya tema yang disampaikan disesuaikan dengan tema yang dibahas.

Kemudian yang menjadi daya tarik @hanan\_attaki adalah gaya bahasa yang disampaikan lebih kepada kekinian atau gaul, sehingga anak muda khususnya remaja lebih memahami dan merasa termotivasi dan menginspirasi.

Selain itu kajian beliau lebih banyak diikuti oleh para remaja ketika melaksanakan kajian salah satunya di masjid Trans Studio Bandung.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana hasil analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki.

## B. Definisi Operasional

Untuk menghindari salah pengertian dalam memahami maksud dalam penelitian yang berjudul “Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan\_attaki”. Maka penulis perlu definisi operasional dalam judul tersebut yaitu:

### 1. Konten dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *Da’i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad’u*.<sup>12</sup>

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Ahmad Warson Munawir dalam Wahidin Saputra menjelaskan bahwa ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*). Orang yang dakwah bisa disebut dengan *da’i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad’u*.

<sup>13</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, cetakan ke-2 2012), hlm. 1

- b. Amrullah Ahmad, dakwah adalah kegiatan yang dilaksanakan jamaah Muslim (lembaga-lembaga muslim) untuk mengajak umat manusia masuk ke dalam jalan Allah (sistem Islam) dalam semua segi kehidupan sehingga Islam terwujud dalam kehidupan fardiyah, usrah, jamaah, dan ummah sampai terwujud khairu ummah.<sup>14</sup>

Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan.<sup>15</sup>

Komunikasi dakwah adalah pertemuan dua disiplin ilmu yaitu komunikasi dan dakwah. Secara sederhana dapat ditegaskan bahwa objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini, dapat dijelaskan berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah. Sedangkan objek formanya adalah segala proses komunikasi dapat berperan maksimal dalam pelaksanaan dakwah. Objek forma ini dapat di telesuri dari pengertian komunikasi dakwah itu sendiri, yaitu peran dan fungsi komunikasi di antara semua pihak yang terlibat dalam dakwah, terutama antara komunikator (da'i) dan mad'u, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Amrullah Ahmad dalam Abdul Basit.

<sup>15</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan pertama 2010), hlm. 1

<sup>16</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan pertama 2010), hlm. 31

Konten dakwah yang di maksud dalam penelitian ini adalah isi atau ide kreatif yang dituangka dalam bentuk video dakwah singkat yang bertujuan untuk berdakwah supaya remaja sekarang munuju suatu kebaikan.

## 2. Remaja

Menurut Salzman mengemukakan bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (dependence) terhadap orang tua kearah kemandirian (independence, minat-minat seksual, perenungan diri, perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.<sup>17</sup>

E.H. Erikson mengemukakan bahwa adolesensia merupakan masa dimana terbentuk suatu perasaan baru mengenai identitas-identitas mencangkup cara hidup pribadi yang dialami sendiri dan sulit dikenali oleh orang lain. Istilah *adolescence* berasal dari kata Latin *adolescere* (kata bendanya *adolescencia* yang berarti ‘tumbuh’ atau ‘tumbuh menjadi dewasa’. Seringkali istilah ini dipakai sebagai sebutan bagi kaum remaja. Lazimnya, masa remaja dimulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum. Penelitian tentang perubahan perilaku, sikap, dan nilai-nilai menunjukkan bahwa pada masa remaja berbeda dengan pada akhir masa remaja. Dengan demikian, secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yakni awal masa remaja dan akhir masa remaja.<sup>18</sup>

Garis pemisah antara awal masa remaja dan akhir masa remaja terletak kira-kira di sekitar usia 17 tahun. Awal masa remaja berlangsung

---

<sup>17</sup> Elfi Yuliani Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Teras, 2005), hlm. 177

<sup>18</sup> Elfi Yuliani Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Teras, 2005), hlm. 178

kira-kira dari usia 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun dan akhir masa remaja dimulai dari usia 16 atau 17 tahun sampai 21 tahun.<sup>19</sup>

Menurut Syaikh M. Jamaluddin Mahfuzh menyatakan bahwa usia 12 tahun sampai 15 tahun disebut fase permulaan remaja, usia 15 tahun sampai 18 tahun disebut fase pertengahan remaja, usia 18 sampai 22 tahun disebut paripurna remaja, dan usia 22 tahun sampai 30 tahun disebut fase pematangan remaja dan pemuda. Sedangkan menurut Yulia Singgih, remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak dan masa dewasa yakni antara 12 tahun sampai 21 tahun.

Masa remaja meliputi perkembangan, pertumbuhan dan permasalahan yang jelas berbeda dengan masa sebelumnya maupun masa sesudahnya. Dengan demikian, bantuan kepada remaja untuk menyelesaikan sesuatu masalah seyogyanya dilandasi pendekatan yang khusus dari sudut psikologi remaja.<sup>20</sup>

Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah remaja yang berusia 17 tahun sampai 30 tahun. Karena remaja pada masa-masa ini masih dalam proses perbaikan diri.

### **3. Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari *Facebook* yang memungkinkan teman *Facebook* kita mengikuti akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan

---

<sup>19</sup> Elfi Yuliani Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Teras, 2005), Hlm... 179

<sup>20</sup> Elfi Yuliani Rochmah, *Psikologi Perkembangan*, (Yogyakarta: Teras, 2005), Hlm... 180

untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis *online* turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram.<sup>21</sup>

Menurut Bambang, instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunannya.<sup>22</sup>

Instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang digunakan banyak orang sebagai sarana untuk menyebarkan video dakwah khususnya konten dakwah untuk remaja zaman sekarang. Aplikasi instagram sendiri terdiri dari menu *home page, comments, explore, profile, dan new feed*.

#### 4. Akun Instagram @hanan\_attaki

Akun instagram @hanan\_attaki adalah akun resmi milik Ustad Hanan Attaki yang mulai bergabung dengan instagram pada 9 Oktober 2015. Akun instagram milik Ustad Hanan Attaki kini memiliki jumlah followers kurang lebih 6 juta, following 77, dan kurang lebih ada 593 postingan dan masih terus bertambah setiap harinya.

Dalam akun instagram tersebut terdapat 239 video mulai 9 Oktober 2015 sampai dengan sekarang 2019. UHA memanfaatkan akun instagram

---

<sup>21</sup> M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal FISIP* Volume. 4. No.2, Okttober 2017. (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau). Hlm. 7

<sup>22</sup> Anwar Sidik, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh). *Skripsi* (Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2017), hlm. 18

sebagai sarana berdakwah dan mengajak anak muda jaman sekarang khususnya remaja supaya berhijrah dari hal yang kurang baik menjadi lebih baik dan yang sudah baik supaya lebih baik lagi dan seterusnya.

Konten video yang diupload dalam akun Ustad Hanan Attaki terdiri dari video ceramah, kegiatan bersama pemuda hijrah, kegiatan ketika kajian di berbagai kota bersama jama'ah, video dari lintas negara terkait korban kisruh Palestina Israel, kegiatan membantu sesama di rumah singgah kanker di Bandung, kegiatan keseharian UHA bersama keluarga, serta ilustrasi dakwah UHA dengan animasi serta visualisasi dakwah dengan keindahan alam maupun kekuasaan Allah SWT.

Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti membatasi konten dakwah yang akan diteliti yaitu konten dakwah remaja yang di post selama tahun 2018 sebanyak 54 video dari 123 video.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana hasil analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki selama tahun 2018?"

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki selama tahun 2018.

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Mengungkap konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki selama tahun 2018.
- 2) Menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai konten dakwah.
- 3) Menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai konten dakwah dengan menggunakan analisis isi.
- 4) Memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai dakwah.

### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Sebagai sumbangan referensi untuk pustaka Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, khususnya Fakultas Dakwah.
- 2) Menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki selama tahun 2018.

## **E. Kajian Pustaka**

### **1. Penelitian Terkait**

Penelusuran kajian pustaka ini didasarkan pada kemampuan penulis dalam menelusuri penelitian-penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Setelah dilakukan penelusuran, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Anis Fitriani yang berjudul “*Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*”. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah dan mengetahui isi pesan dakwah yang paling dominan dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah. Dalam akun youtube berbeda dengan instgram kalo di youtube dakwah secara langsung disuatu majelis, tanpa visualisasi maupun *copy writing*, sedangkan di instgram memuat konten yang menarik melalui *copy writing*, visualisasi alam, dan lain sebagainya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data dilakukan setelah peneliti melakukan pengkategorian pesan dakwah yaitu pesan akidah, syariah, dan akhlaq, kemudian dilakukan pengkodean oleh 3 juri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube Pemuda Hijrah pada keseluruhan mengandung tiga kategori pesan dakwah, yakni : pesan akidah, pesan syariah, dan pesan akhlaq. Pesan akhlaq yang paling dominan yaitu pesan akhlaq dengan perolehan prosentase sebesar 58,15%, pesan akidah dengan prosentase 29,08%, pesan syariah dengan prosentase 12,17%.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Anisa Fitriani, Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Skripsi*, (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Persamaan dalam penelitian Anis Fitriani dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah subjeknya yang sama, Ustadz Hanan Attaki. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Anis Fitriani dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu peneliti meneliti akun instagram @hanan\_attaki sedangkan Anis Fitriani akun youtube Pemuda Hijrah, selain itu metode pendekatannya, peneliti menggunakan kualitatif sedangkan Anisa Fitriani penekatan kuantitatif analisis Holsty.

Skripsi yang disusun oleh Syifa Husnia Mardhiana pada tahun 2018 yang berjudul "*Analisis Isi Pesan Dakwah dalam akun Instagram @dakwahjomblo*". Program Studi komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini adalah untuk mengetahui imbauan pesan dakwah dalam akun instagram @dakwahjomblo dan untuk mengetahui dan kategorisasi pesan dakwah dalam akun instagram @dakwahjomblo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat dan teori pesan dakwah dari Al-Bayanuniy dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang di posting selama bulan November 2017 yaitu sebanyak 111 postingan, yang termasuk dalam klasifikasi yaitu sebanyak 67 pesan. Imbauan pesan 27 pesan yang terbagi dalam empat kategori yaitu imbauan motivasi (14 pesan), imbauan rasional (1 pesan). Imbauan emosional (6 pesan), dan imbauan takut (6 pesan), dan kategori pesan dakwah terdapat 40 postingan yang terbagi dalam kategori akidah (9 pesan), syariah (14 pesan) dan akhlaq (17 pesan).

Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa imbauan pesan yang lebih banyak diunggah yaitu mengenai imbauan motivasi, sedangkan untuk kategori isi pesan dakwah, yang lebih banyak diunggah yaitu mengenai aspek akhlaq.<sup>24</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Husnia Mardhiana dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan instagram sebagai obyek penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik pengumpulan data yang digunakan, dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan teknik wawancara.

Sekripsi yang disusun oleh Dina Tria Faradita<sup>25</sup> pada tahun 2018 dengan judul “Komunikasi Dakwah Melalui Komik Di Instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram “@Komik\_ajah”)”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah dari komik yang bertema dakwah dan seberapa besar frekuensi kemunculan pada setiap kategori. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, tipe penelitian yang dipilih yaitu deskriptif kuantitatif dengan dasar penelitian analisis isi kuantitatif. Ruang lingkup penelitian ini adalah gambar atau tulisan tentang pesan dakwah yang disampaikan lalu dikaitkan dengan kecenderungan pesan dakwah sesuai dengan struktur kategori. Hasil uji reabilitas dan analisis data menunjukkan bahwa kategori pesan dakwah dengan Akhlaq memiliki frekuensi

---

<sup>24</sup> Mardhiana Syifa Husnia, Analisis Isi Pesan Dakwah dalam akun Instagram @dakwah jomblo. *Skripsi* (Bandung: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018).

<sup>25</sup> Dina Tria Faradita, Komunikasi Dakwah Melalui Komik di Instagram (Analisis Isi Konten Dakwah Dalam Akun Instagram “@Komikin\_ajah”). *Skripsi* (Fakultas Ilmu Social Dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang, 2018).

kemunculan rata-rata yaitu sebanyak 27 gambar atau 57% kemunculan. Frekuensi rata-rata kedua yaitu Aqidah sebanyak 15 gambar atau 31,7% kemunculan. Terakhir, kategori Ibadah yang memiliki nilai frekuensi kemunculan paling rendah yaitu sebanyak 5 postingan atau 10,5%. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa frekuensi pesan dakwah yang sering muncul pada akun instagram @komikin\_ajah pada periode 28 Januari sampai dengan 16 Maret 2017 rata-rata pesan yang memiliki pesan dakwah disampaikan melalui komik adalah pesan akhlaq dan didalam cerita komik tersebut.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dina Tria Faradita dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan akun instagram sebagai objek penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan. Dini Tria Faradita menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Sekripsi oleh Rohmantika Muntaha pada tahun 2018 dengan judul *“Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Sosial: Analisis Deskriptif Tentang Bentuk Penyajian Pesan Dakwah Pernikahan Di Akun Instagram @nikahbarokah”*. Fakultas Dakwah dan Penyiaran, Universitas Sunan Gunung Djati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk penyajian pesan dakwah melalui media sosial. Sedangkan secara terperinci tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk penyajian pesan informatif, persuasif, dan koersif. Penelitian ini didasari pada sebuah konsep bentuk penyajian pesan dari A.W. Widjaja, yang membagi bentuk penyajian pesan kedalam tiga bentuk, yaitu penyajian informatif, persuasif, dan koersif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif, dan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tigapuluh unggahan yang diteliti, terdapat empat belas unggahan yang merupakan penyajian pesan informatif. Dari keempat belas unggahan tersebut, terdapat sebelas unggahan yang memberikan keterangan data dan fakta serta tiga unggahan yang hanya memberikan keterangan data secara terperinci. Terdapat delapan unggahan yang merupakan bentuk penyajian pesan persuasif dengan penggunaan kata ajakan, himbauan ataupun bujukan secara jelas. Dan terdapat delapan unggahan yang merupakan penyajian pesan koersif dengan memberikan ungkapan berupa ancaman, peringatan, dan sanksi-sanksi yang diangkat dari Al-Qur'an dan Hadits.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rohmatika Muntaha dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan instagram sebagai obyek penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Rohmantika Muntaha menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data teknik wawancara dan analisis dokumentasi, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian analisis isi media dan teknik pengumpulan datanya dengan observasi dan dokumentasi.<sup>26</sup>

Sekripsi yang disusun oleh Ulfa Zulfi Pariska pada tahun 2018 dengan judul Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki: Analisis Isi Kajian Fathi” Pegang

---

<sup>26</sup> Romantika Muntaha, Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Sosial: Analisis Deskriptif Tentang Penyajian Pesan Dakwah Pernikahan Di Akun Instagram @nikahbarokah. *Skripsi*, (Bandung: Fakultas Dakwah Dan Penyiaran Universitas Sunan Gunung Djati Bandung, 2018).

Janji Allah eps 27 via Youtube. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh ustadz Hanan Attaki yang bertema Pegang Janji Allah melalui media Youtube. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis isi (*content analysis*) melalui pendekatan kuantitatif deskriptif, yang mana penelitian deskriptif kuantitatif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa video yang di upload pada akun Kajian Fathi khususnya pada video edisi 27 September 2017 yang bertema Pegang Janji Allah. Dan hasil analisis, peneliti menemukan bahwa pesan dakwah pada akun Kajian Fathi yang bertema Pegang Janji Allah dan berdurasi 14.42 menit terdapat 40 pesan dakwah. Berdasarkan pengelompokan pesan yang dibuat menjadi tiga kategori yaitu pesan aqidah, pesan akhlak, dan pesan syariah. Pesan aqidah dengan prosentase 52,5% dibandingkan dengan pesan akhlak yang berjumlah 35% dan pesan syariah yang berjumlah 12,5%, lebih dari separuh pesan dakwah yang dibawakan oleh Ustadz Hanan Attaki yang bertema Pegang Janji Allah dengan durasi 14.42 menit adalah pesan aqidah.

Persamaan dalam penelitian Ulfa Zulfa Pariska dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objeknya yaitu akun Ustadz Hanan Attaki, selain itu teknik analisisnya sama yaitu analisis isi. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Zulfa Pariska dengan peneliti ini terletak pada subjeknya yaitu pesan dakwah pada kajian Fathi dengan judul Pegang

Janji Allah sedangkan peneliti meneliti konten dakwah dalam akun Instagram @hanan\_attaki, selain itu metode pendekatan yang digunakan juga berbeda, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif sedangkan Ulfa Zulfa Pariska menggunakan Kuantitatif deskriptif.<sup>27</sup>

## 2. Kajian Teoritik

### a. Teori Imbauan Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi. Sedangkan pesan dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* yang ditulis oleh Hafied bahwa pesan adalah serangkaian isyarat atau simbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat atau simbol akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu.<sup>28</sup>

Bila pesan-pesan kita maksudkan untuk mempengaruhi orang lain, maka kita harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku kominakate. Dengan perkataan lain, kita secara psikologis menghimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasan kita.

Menurut teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat terdapat lima imbauan pesan yaitu sebagai berikut:

#### 1) Imbauan Rasional

Imbauan rasional didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan

---

<sup>27</sup> Ulfa Zulfa Pariska, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki ( Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube), *Skripsi* (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

<sup>28</sup> Nilna Samikhotal Munifah, Pesan Sabar dalam Film “Hijrah Cinta” (analisis semiotik Roland Barthes), *Skripsi* (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Wali Songo, 2016), hlm.17

emosional, bila imbauan rasional tidak ada. Menggunakan imbauan rasional artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti.

#### 2) Imbauan Emosional

Imbauan emosional menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikan. Karena kebanyakan tindakan manusia lebih didasarkan pada emosi dari pada sebagai hasil pemikiran.

#### 3) Imbauan Takut

Imbauan takut menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, dan meresahkan.

#### 4) Imbauan Ganjaran

Imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikan sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan.

#### 5) Imbauan Motivasi

Menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.<sup>29</sup>

### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembahasan dalam menyusun proposal ini, maka laporan penelitian yang digunakan oleh penulis dibagi menjadi lima bab, dimana sistematika masing-masing bab sesuai dengan urutan-urutan sebagai berikut :

---

<sup>29</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya cetakan ke 20, 2011), hlm. 294-297

- Bab pertama Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.
- Bab dua Berisi tentang landasan teori yang terdiri dari tiga pokok bahasan yang utama yaitu terkait konten dakwah yang terdiri dari pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, tujuan dan fungsi dakwah. Kedua membahas terkait ruang lingkup remaja yang terdiri dari pengertian remaja, ciri-ciri remaja. Ketiga akun instagram, meliputi: pengertian instagram.
- Bab tiga Metode Penelitian. Bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.
- Bab keempat Hasil penelitian, berupa 1) biografi Ustadz Hanan Attaki. 2) Analisis hasil penelitian. 3) Pembahasan.
- Bab kelima kesimpulan, saran-saran, daftar pustaka, kata penutup, dan lampiran-lampiran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan observasi, dan menganalisa, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan dalam penulisan ini, yaitu apa saja hasil analisis konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki.

Dari hasil penelitian yang dikaji oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa video konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki yang diteliti sebanyak lima puluh empat video konten dakwah remaja pada periode Januari – Desember 2018, maka analisis himbauan pesan menurut Jalaludin Rakhmat, dibagi menjadi lima macam yaitu:

##### **1. Imbauan pesan rasional**

Imbauan pesan rasional yang terdapat dalam video konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki yaitu, lebih mencangkup kepada permasalahan yang sedang dihadapi oleh remaja sekarang. Misalnya galau ketika di chat whatshaap Cuma dibaca, sedih ketika di bully sama temen di media sosial, dari permasalahan itu kemudian ustad Hanan Attaki menyampaikan pedekatan-pendekatan melalui logika sesuai yang di ajarkan dalam Islam, serta diajarkan bagaimana cara menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya.

Selain itu, dalam penampilan video konten dakwahnya juga menampilkan gambar yang dibantu dengan ilustrasi yang mendukung dengan permasalahan remaja sekarang, misal di ilustrasikan seorang anak muda yg sedang sedih, kemudian muncul solusi seperti masjid, keindahan alam, dan didukung dengan *background* sedih.

## 2. Imbauan pesan emosional

Dalam konten dakwah remaja yang di upload oleh @hanan\_attaki tidak ada yang memuat tentang imbauan pesan emosional.

## 3. Imbauan pesan takut

Dalam konten dakwah remaja yang di upload oleh @hanan\_attaki tidak ada yang muat tentang imbauan pesan takut.

## 4. Imbauan pesan ganjaran

Dalam konten dakwah remaja yang di upload oleh @hanan\_attaki memberikan imbauan kepada pemuda ketika kita sedang di berikan musibah oleh Allah maka segera ingat Allah SWT, selain itu dianjurkan untuk melakukan kebaikan sesuai dengan syariat Islam

## 5. Imbauan pesan motivasi

Dalam konten dakwah remaja yang di upload oleh @hanan\_attaki memuat tentang semangat kepada pemuda yang sedang dalam proses memperbaiki diri di jalan Allah dengan menggunakan bahasa-bahasa yang ringan sehingga mudah di pahami oleh pemuda.

Dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki mempunyai konten dakwah yang membahas pada permasalahan kehidupan remaja,

dengan harapan remaja sekarang bisa menjadi remaja yang beriman. Dakwah yang di lakukan lebih kepada menyentuh diri remajnya dengan cara memotivasi, mengarahkan dengan logika-logika yang bisa diterima akal remaja.

## **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi remaja bisa menjadi motivasi diri untuk terus bisa berbuat baik, dengan cara memahi dan mengamalkan yang disampaikan oleh Ustad Hanan Attaki supaya generasi mudah lebih baik lagi akhlaqnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, bisa memperdalam penelitian ini dengan mewawancarai langsung subyeknya dan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai sumber refrensi dalam penelitian

## **C. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, serta ridha-Nya hingga penyusunan skripsi ini telah selesai, walau dengan berbagai keterbatasan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulis hanyalah manusia biasa yang tidak lepas dari kekhilafan, dengan demikian penulis yakin dalam penulisan skripsi ini msih banyak kekurangan dan kesalahan, baik tentang bahasa maupun isinya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak.

Dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa menunjukkan jalan yang terbaik dalam setiap langkah kehidupan kita untuk meraih ridha-Nya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Putri Rizki. 2018. Pemaknaan Followers Terhadap Gaya Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @hanan\_attaki. *Sekripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Andarwati, Landesi. 2016. Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *E-Jurnal dan Konseling Edisi 3*. Yogyakarta: Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Yogyakarta
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo
- Basit, Abdul. 2011. *Dakwah Remaja Kajian Kajian Remaja Dan Institusi Dakwah Remaja*. Purwokerto: Stain Press
- Faradita, Dina Tria. 2018. Komunikasi Dakwah Melalui Komik di Instagram. *Sekripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Febrianti, Halinda. 2018. Analisis Produksi Program Acara “Toko Seduluran” Di Satelit Tv Purwokerto. *Sekripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto
- Fitriani, Anisa. 2018. Analisis isi Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Sekripsi*. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta
- Humairah. 2018. Respon Remaja Terhadap Video Dakwah Source Of Happiness Pada Akun Instagram Ustdaz Haneen Akira. *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta
- Husnia, Mardhiana Syifa. 2018. Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Instagram. *Sekripsi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mahendra, Bimo. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 16. No. 01, Mei 2017
- Manampiring, Randolph A. Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antara Siswa SMA Negeri 1 Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012). *E-Journal “Acta Diurna”*. Vol. IV, No. 4, 2015

- Mayasari, Silvina dan Clavinda Indraswari. Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, 190-196, P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292. (Jakarta: Akademi Komunikasi BSI Jakarta, 2018)
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Mungalam, Khusnul Khotimah. 2017. Analisis Pesan Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Pada Majalah Risalah Tahun 2016. *Skripsi*. Purwokerto: Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
- Munifah, Nilna Samikhotal. 2016. Pesan Sabar Dalam Film “Hijrah Cinta” (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Sekripsi*. Semarang: UIN Sunan Wali Songo
- Muntaha, Romantika. 2018. Penyajian Pesan Dakwah Melalui Media Social: Analisis Deskriptif Tentang Penyajian Pesan Dakwah Pernikahan Di Akun Isntagram @nikah barokah. *Sekripsi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurfajriliany, Arti. 2018. Respon Followers Terhadap Konten Dakwah Dalam Akun Instagram @hijabalila: Studi Deskriptif Pada Followers Remaja Akun Instagram @hijabalila. *Skripsi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- Panuju, Panut dan Ida Umami. 1999. *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Tiara Wacan
- Pariska, Ulfa Zulfa. 2018. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisi Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube. *Sekripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya
- Rachim, Ryan L dan H. Fuad Nashori. 2007. Nilai Budaya Jawa Dan Perilaku Nakal Remaja Jawa. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*. Vol. 9, No. 1, Mei 2007. Yogyakarta: Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UII
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rochmah, Elfi Yuliani. 2005. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta, Teras
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo

- Setiasih, 2015. Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. *Jurnal Psikologi Ulayat*. Vol.2, No.2, Desember 2015. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya
- Sidik, Anwar. 2017. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh). *Skripsi*. Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
- Silmi, Nisa Adilah. 2018. Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @HIJABALILA. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sunan Ampe
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Thoifah, I'anutut. 2015. *Manajemen Dakwah Sejarah Dan Konsep*. Jawa Timur: Media Perss
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wicaksono, M. Arif. 2017. Pengaruh Media Sosial @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. *Jurnal FISIP*. Vol. 4, No.2, Oktober 2017. Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau