

SKRIPSI
TINJAUAN KOMUNIKASI ISLAM TENTANG DAMPAK
PENGGUNAAN INSTAGRAM DIKALANGAN MAHASISWA
IAIN PAREPARE



OLEH:

RESKI AULIA
NIM: 16.3100.038

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2021

**TINJAUAN KOMUNIKASI ISLAM TENTANG DAMPAK
PENGUNAAN INSTAGRAM DIKALANGAN MAHASISWA
IAIN PAREPARE**



OLEH:

**RESKI AULIA
NIM: 16.3100.038**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021

**TINJAUAN KOMUNIKASI ISLAM TENTANG DAMPAK
PENGUNAAN INSTAGRAM DIKALANGAN MAHASISWA
IAIN PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosial Islam**

**Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun dan diajukan oleh

**RESKI AULIA
16.3100.038**

Kepada



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021



PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Di Kalangan Mahasiswa IAIN Parepare
Nama Mahasiswa : Reski Aulia
Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.038
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah B-362/In.39.7/02/2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. ()
NIP : 198301162009121005
Pembimbing Pendamping : Sulvinajayanti, S.Kom., M.I.Kom ()
NIP : 198801312015032006

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah


Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Di Kalangan Mahasiswa IAIN Parepare

Nama Mahasiswa : Reski Aulia

Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.038

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah B-362/In.39.7/02/2020

Tanggal Kelulusan : 23 November 2021

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Ketua)

Sulvinajayanti, M.I.Kom. (Sekretaris)

Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (Anggota)

Nurhakki, S.Sos., M.Si. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. Berkat hidayah, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Komunikasi Islam tentang Dampak Penggunaan Instagram dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat dan salam senantiasa kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw yang telah membawa kita dari alam gelap gulita menuju alam terang menderang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hafsa dan Ayahanda Alm.Hasyim tercintayang telah senantiasa selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan untaian do'a yang begitu tulus,serta membesarkan peneliti dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.Dan terima kasih juga kepada semua saudara/saudariku yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta do'a semoga peneliti mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.Iselaku Pembimbing I dan Ibu Sulvinajayanti M.I.Kom selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah berupaya dan bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Abd. Halim, K. M.A selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa. Dr. Iskandar, M.Ag., M.Sos.I. Wakil dekan bidang AKK serta Dr. Hj. Muliati, M.Ag selaku Wakil dekan bidang AUPK.
3. Ibu Nurhakki, S.Sos.,M.Si selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang telah berjasa dalam mengembangkan jurusan tercinta ini.
4. Ibu Sulvinajayanti M.I.Kom selaku penasehat akademik atas arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk penyelesaian studi.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare terutama dalam penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga, sahabat dan teman-teman seperjuangan tercinta pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 yang selalu memberikan

semangat, motivasi dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

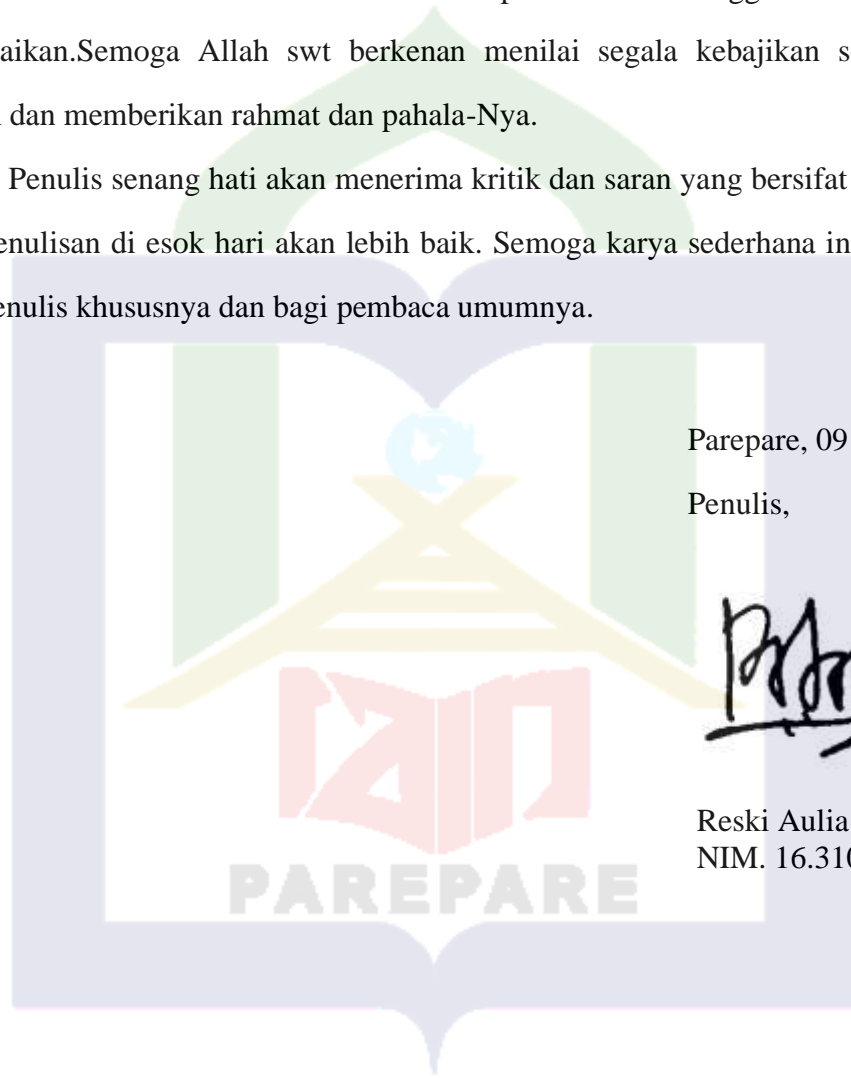
Penulis senang hati akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan di esok hari akan lebih baik. Semoga karya sederhana ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Parepare, 09 Juni 2021

Penulis,



Reski Aulia
NIM. 16.3100.038



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Reski Aulia
Nomor Induk Mahasiswa : 16.3100.038
Tempat/Tanggal Lahir : 06 September 1998
Fakultas : Ushuluddin Abad, dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Komunikasi Islam tentang Dampak
Penggunaan Instagram dikalangan Mahasiswa IAIN
Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya seni sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya karenanya batal demi hukum.

Parepare, 09 Juni 2021

Penyusun,



Reski Aulia
NIM. 16.3100.038

ABSTRAK

Reski Aulia (16.3100.038). *Tinjauan Komunikasi Islam tentang Dampak Penggunaan Instagram dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare* (dibimbing oleh Muhammad Qadaruddin dan Sulvinajayanti).

Tinjauan komunikasi Islam tentang dampak penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare. Dengan maraknya pengguna media sosial Instagram saat ini, tidak dapat dipungkiri penerapannya tidak sesuai dengan komunikasi Islam yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare dan untuk mengetahui bagaimana komunikasi Islami mengulas dampak penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan menggunakan jenis dan sumber data dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara serta dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian informasi, dan juga penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan adalah teori media exposure dan teori agenda setting.

Hasil penelitian menunjukkan; (1) Penggunaan instagram dikalangan mahasiswa yang tergambar dikalangan mahasiswa IAIN Parepare terkait dengan orientasi pada penggunaan media sosial instagram yaitu kognitif, diversif, dan identitas personal. (2) Tinjauan komunikasi Islam tentang Dampak penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare memiliki 2 dampak yakni dampak positif dan negatif. Di mana dampak positif instagram dalam komunikasi Islam di IAIN Parepare terdiri dari tiga bagian yaitu tersedianya sarana dakwah universal, wadah silaturahmi dan alat untuk eksistensi diri. Sedangkan dampak negatifnya yaitu kecanduan dalam menggunakan media sosial instagram, menjadi wadah maksiat dan pamer aurat, dan mengurangi hubungan tatap muka.

Kata Kunci : Komunikasi Islam, Instagram, Dampak

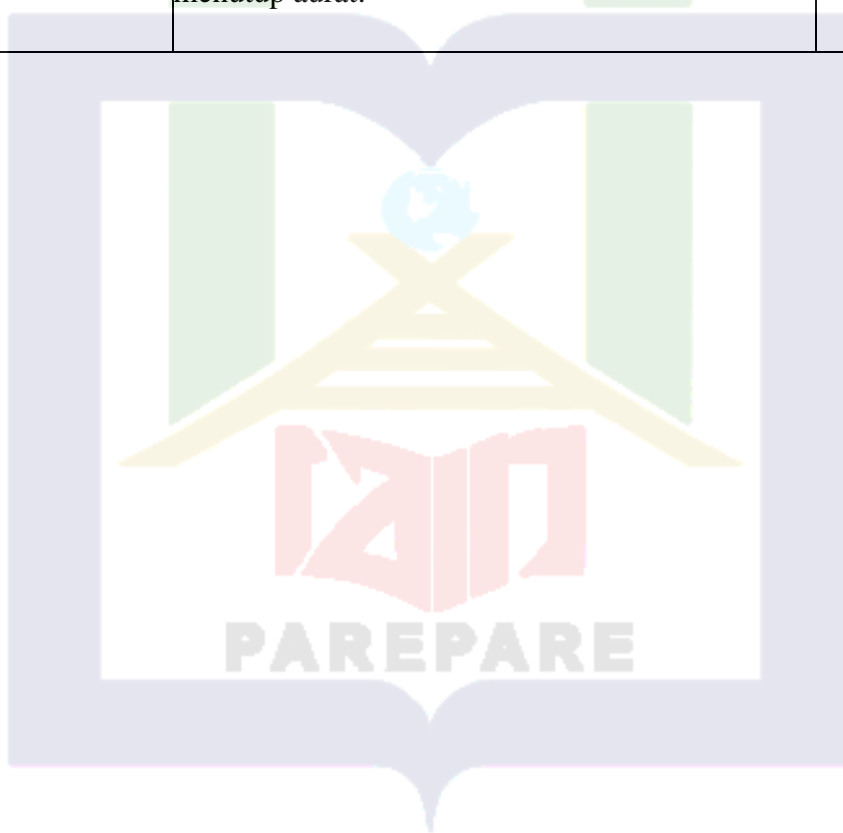
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
B. Tujuan Penelitian.....	6
C. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Terdahulu	8
B. Tinjauan Teoritis	11
1. Konsep New Media.....	11
2. Teori Terpaan Media (<i>Media Exposure</i>).....	13
3. Teori Agenda Setting	15
C. Tinjauan Konseptual	17
D. Bagan Kerangka Pikir	48

BAB III METODE PENELITIAN.....	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
C. Fokus Penelitian.....	50
D. Jenis dan Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil penelitian.....	54
1. Penggunaan Instagram di kalangan Mahasiswa IAIN Parepare ..	54
2. Tinjauan komunikasi Islam tentang Dampak penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare.....	56
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	49
4.1	Postingan yang menyinggung seseorang	57
4.3	Foto <i>Selfie</i>	59
4.4	Postingan Dakwah	60
4.5	Postingan mahasiswa IAIN Parepare yang tidak menutup aurat.	63



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Kampus IAIN Parepare	Terlampir
2.	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	Terlampir
3.	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Rektorat Kampus IAIN Parepare	Terlampir
4.	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
5.	Instrumen Penelitian	Terlampir
6.	Dokumentasi	Terlampir
7.	Biografi Penulis	Terlampir

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat baik dari segi sarana dan prasarana yang memadai, mulai dari sisi kesehatan, teknologi transportasi dan komunikasi serta lini kehidupan lainnya. Seperti halnya di Indonesia yang perkembangannya sudah dirasakan oleh masyarakat, misalnya teknologi komunikasi yang semakin canggih dan mempermudah segala sesuatunya.

Pesatnya perkembangan teknologi di bidang komunikasi menciptakan berbagai inovasi, ide dan gagasan yang bertujuan untuk mempermudah eksposisi komunikasi. Perkembangan teknologi ini membuat komunikasi manusia menjadi lebih mudah dan efektif. Bahkan, perkembangan teknologi telah mampu menciptakan dunia global yang berkembang tanpa batas nasional dan negara. Dunia teritorial dan dunia luar angkasa, telah menjadi sesuatu yang sangat tidak berarti. Orang yang awalnya tidak saling mengenal karena jarak kini bisa saling menyapa hanya karena teknologi.

Bidang yang telah merasakan dampak perkembangan teknologi adalah dunia media informasi dan komunikasi, sistem teknologi juga telah menguasai cara berpikir masyarakat, yang disebut dengan *theatre of the mind* (panggung pikiran). Bahwa siaran media informasi secara tidak sengaja telah meninggalkan kesan siaran di benak pemirsa. Pada umumnya kehidupan manusia akan bergantung pada media massa. Salah satu media massa menurut paradigma baru adalah internet atau yang lebih dikenal dengan web. Salah satu akses perkembangan media web adalah hadirnya

jejaring sosial, cara baru berkomunikasi dalam kelompok komunitas, tergabung dalam satu halaman, situs dan aplikasi web berskala luas.

Harold D. Lasweell memaparkan fungsi media menjadi tiga. Pertama, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi untuk publik luas tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan mereka. Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh. Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya kepada masyarakat. Penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa fungsi media bukan hanya sebagai sarana dalam mendapat dan menyebarkan informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi.

Salah satu aplikasi jejaring pertemanan dan informasi yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah Instagram. Aplikasi tersebut merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk ke pemilik akun Instagram itu sendiri. Interaksi yang dilakukan dalam Instagram tidak jauh berbeda dengan jejaring pertemanan dan informasi lain. Dalam Instagram, unggahan foto yang diupload oleh pemilik akun pribadi maupun admin dari akun group akan dikomentari oleh pengguna akun lain. Dalam foto atau cerita tersebut antara akun dengan teman dalam Instagram bisa saling berbalas komentar.

Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karenanya kita harus pandai dalam menyikapinya sehingga tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Etika dalam penggunaan media sosial harus dijaga, agar mendapatkan hal yang positif, minimal sebagai hiburan dan sumber informasi faktual. Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang marak membuat kebudayaan timur dan norma-norma

kesantunan memudar. Hal ini berimbas pada rendahnya etika dan moral masyarakat, bahkan bukan kesantunan bahasa yang terjalin melainkan kekerasan fisik atau tawuran.¹

Dikutip Bisnis.com tingginya pengguna internet di Indonesia diyakini selaras dengan meningkatnya aktifitas di media sosial. Selain facebook, aplikasi yang kerap digunakan oleh banyak kalangan adalah Instagram. Selain dinobatkan sebagai salah satu negara dengan pengguna facebook terbanyak di dunia, studi yang dirilis portal diskon Cuponation juga menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara ke-4 dengan pengguna instagram terbesar.

Berdasarkan data yang diambil dari NapoleonCat untuk periode Januari 2019 sampai April 2019 menunjukkan, empat negara pengguna instagram terbanyak di dunia secara berturut-turut yaitu Amerika Serikat 110 juta pengguna atau (33,44%), Brazil (31,38%), India 64 juta orang, dan pengguna di Indonesia mencapai 56 juta pengguna atau (20,97%) dari total populasi di Tanah air. Pengguna Instagram terbanyak berasal dari rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun untuk pria dan wanita. Di awal tahun 2019 rata-rata jumlah pengguna instagram laki-laki 1,9 persen lebih banyak dibanding perempuan.²

Situs jejaring sosial pada zaman dewasa ini sudah sangat menjamur di semua kalangan masyarakat. Mulai dari anak kecil, remaja hingga dewasa menggunakan aplikasi instagram untuk membagikan foto maupun video dan juga mencari banyak teman dengan menggunakan istilah *follow* dan *follower* atau mengikuti dan pengikut.

¹Maya Sandra Rosita Dewi, Jurnal Islam dan etika bermedia, *Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam* vol.3 no.1 (januari, 2019) h. 139-140

²Rayful Mudassir, *Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia*, (<https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>, Diakses pada 29 Juni 2019)

Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan *like* atau saling komen pada postingan. Tidak heran jika banyak orang menggunakan instagram.

Sebagian orang hanya mengenal instagram sebagai wadah pergaulan yang modern tanpa memperhatikan dampak/manfaat instagram itu sendiri. Penggunaan fasilitas instagram adalah cara praktis dan instan untuk mendapatkan jaringan pertemanan melalui dunia maya sehingga tidak terikat oleh perbedaan jarak, ruang dan waktu.

Dengan maraknya pengguna sosial media instagram sekarang ini tidak dipungkiri bahwa pengaplikasiannya tidak sesuai dengan komunikasi Islam yang sebenarnya. Dimana Komunikasi Islam adalah sistem komunikasi bagi umat Islam, komunikasi Islam lebih menitikberatkan pada sistem, yaitu sistem yang berdasarkan Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad SAW. Batubara dalam Musyafak menjelaskan bahwa komunikasi Islam adalah mengajak umat ke jalan dakwah yang menekankan nilai-nilai agama dan sosial budaya, yaitu dengan menggunakan prinsip dan kaidah yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadits. Sementara itu, komunikasi Islam secara singkat dapat didefinisikan sebagai eksposisi penyampaian pesan antar manusia berdasarkan ajaran Islam. Pemahaman ini menunjukkan bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam), dapat dikatakan bahwa komunikasi Islami adalah implementasi (cara melaksanakan) komunikasi Islami. Jalaluddin Rakhmat menyimpulkan ada enam prinsip komunikasi yang diperoleh dari Al-Qur'an, yaitu: *qawlan sadidan, qawlan balighan, qawlan maysuran, qawlan layyinan, qawlan kariman, dan qawlan ma'rufan*.³

³Annisa Nahla Awal, "Penerapan prinsip komunikasi islam dalam rubrik hikmah pada situs republika online" (skripsi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo 2018 h. 27-28)

Dalam perspektif Islam, komunikasi Islam tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, mengubah sikap dan perilaku komunikan. Lebih dari itu, komunikasi Islam menyampaikan kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Oleh karena itu, komunikasi Islam lebih unggul jika dibandingkan dengan komunikasi barat. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup manusia, komunikasi juga mempengaruhi kualitas dalam berhubungan dengan orang lain. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi Islami, yaitu komunikasi yang memiliki akhlak atau etika yang baik.

Seperti pengamatan yang telah dilakukan peneliti bahwa ada beberapa pengguna media sosial Instagram yang peneliti amati memposting video dan foto di akunnya menggunakan bahasa yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Seperti pengguna ikut menyebarkan *hoax*, pengguna menggunakan kata-kata tidak sopan, makian, hujatan, fitnah dan lain sebagainya. Motifnya bisa bermacam-macam, dari sekedar iseng, prinsip dasar, usil, bahkan sengaja merusak citra baik orang lain yang memalsukan dan menyalahgunakan namanya.

Namun di kalangan mahasiswa IAIN Parepare sejauh ini sebagian besar pengguna sosial media khususnya instagram masih dalam koridor komunikasi Islam yang baik dengan memperhatikan beberapa postingan yang masih sesuai dengan komunikasi Islam seperti mempostingan kata-kata yang baik, sopan, maupun foto dengan caption yang mengandung unsur dakwah mengajak kepada kebaikan. Dan itu semua sudah termasuk dalam indikator-indikator komunikasi Islam.

Hal inilah yang menjadi alasan penulis ingin melakukan penelitian terkait dengan penggunaan media sosial instagram khususnya dikalangan mahasiswa IAIN

Parepare apakah sudah sesuai dengan komunikasi Islam atautkah masih ada sebagian pengguna instagram tidak sesuai dengan komunikasi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare?
2. Bagaimana tinjauan komunikasi Islam tentang dampak penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare!
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan komunikasi Islam tentang dampak penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare!

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan yang dapat digunakan dalam pengembangan keilmuan ilmu komunikasi dalam kajian penggunaan media sosial sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu komunikasi dan sebagai penyampaian informasi melalui media sosial.

b. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan ilmu komunikasi mahasiswa dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh penelitian lain.

1. Jurnal Meutia Puspita Sari, Mahasiswa Universitas Riau tahun 2017 dengan judul “Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama Islam oleh mahasiswa Fisip Universitas Riau”. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa: Fenomena penggunaan instagram sebagai komunikasi pembelajaran oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau dipengaruhi oleh 2 motif, pertama motif masa lalu (because motive) yang tergolong pada motif sosiogenetis berupa motif ingin tahu, motif kebutuhan akan nilai, serta motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.

Pengalaman komunikasi yang dirasakan pengguna Instagram sebagai pembelajaran komunikasi oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau terbagi menjadi 2 kategori yaitu pertama, pengalaman komunikasi yang menyenangkan dimana pengguna Instagram mendapatkan teman baru dari kegiatan komunikasi pembelajarannya, dapat saling bertukar informasi dakwah, dan mendapatkan pemahaman tentang perubahan yang ditemukan setelah mempelajari agama. Yang kedua adalah pengalaman yang tidak menyenangkan dengan mendapatkan komentar negatif dari postingan yang diposting dan komentar negatif dari perubahan yang telah dilakukan, terutama mengenai perubahan tampilan.

Dari hasil penelitiannya, penggunaan Instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama Islam mengakibatkan perubahan sikap dan tampilan proses pembelajaran dalam komunikasi pembelajaran, yaitu perubahan kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotorik di masyarakat. Perilaku kognitif atau psikomotorik perlahan mulai dilakukan oleh informan baik melalui komunikasi nonverbal maupun perilaku verbal. Dapat dikatakan bahwa perubahan perilaku informan setelah menggunakan Instagram sebagai komunikasi pembelajaran cukup berhasil dan memberikan pengaruh yang nyata. Perbuatan perilaku yang paling mudah terlihat adalah perubahan gaya berpakaian yang mulai mengikuti kewajiban dalam Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW.⁴

Kesamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan sama-sama membahas penggunaan media sosial Instagram. Perbedaan peneliti sebelumnya adalah menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pembelajaran agama Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah menggunakan media sosial Instagram sebagai review komunikasi Islam.

2. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Cartonno dengan judul “komunikasi Islam dan interaksi media sosial”. Berdasarkan penelitian itu dapat disimpulkan bahwa: Komunikasi Islam berfokus pada teori-teori komunikasi yang dikembangkan oleh para sarjana Muslim. Tujuan akhirnya adalah menjadikan

⁴Meutia Puspita Sari, *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Riau, Volume 4, No. 2 Oktober 2017 (Diakses pada tanggal 29 agustus 2020).

komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif, terutama dalam menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang berbanding lurus dengan fitrah ciptaan manusia. Kesesuaian nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah manusia memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Sehingga pada akhirnya, dalam perspektif ini, komunikasi Islam adalah proses penyampaian atau pertukaran informasi yang menggunakan prinsip dan metode komunikasi yang sesuai dengan Al-Qur'an.

Dari hasil penelitian mengenai dampak yang ditimbulkan oleh media sosial, terkadang ada positif dan juga negatif, yang menentukan baik tidaknya media sosial dilakukan berdasarkan proses dan praktik penerapannya dengan ketakwaan atau tidak. Meskipun media sosial sebagai bagian dari media komunikasi dalam pandangan Islam diperbolehkan, namun dalam praktiknya masyarakat harus didampingi dan dilandasi ketakwaan yang tentunya dalam hal ini dilakukan oleh subjek media sosial. Dengan harapan apa yang disampaikan melalui media sosial itu dapat diterima dan direspon dengan baik.

Adapun kesamaan penelitian sebelumnya dengan penulis yang akan lakukan adalah keduanya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga sama-sama membahas tentang komunikasi Islam. Dari segi perbedaan, penelitian sebelumnya membahas media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Blackberry Messenger* dan *Instagram*. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan adalah lebih fokus pada media sosial sebagai objek penelitiannya

B. Tinjauan Teoritis

Pada penelitian ini, peneliti mengambil beberapa teori demi mendukung hasil penelitian yang menjadi objek dasar atau pondasi dari penelitian ini. Adapun teori yang diambil yaitu:

1. Terpaan Media (Media Exposure)

Schultz dan Lauterborul (1993) mendefinisikan terpaan media sebagai “*an opportunity for a reader, viewer, or listener to see or hear an advertising message in a particular media vehicle*”. Jadi terpaan media adalah kesempatan bagi pembaca, pemirsa, atau pendengar untuk melihat atau mendengar pesan iklan di media tertentu.⁵

Menurut Rosengren (1974) yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat (2004:66), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang dihabiskan di berbagai media, jenis konten media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara konsumen individu dan konten media yang dikonsumsi, atau dengan media secara keseluruhan. seluruh. Eksposur media adalah jumlah informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, perhatian, dan durasi penggunaan media pada setiap jenis media yang digunakan.⁶

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini bisa berarti “*eksposure*” yang hanya mengacu pada tindakan mempersepsikan. Dalam konteks lain, pengertian ini bisa menjadi eksposisi yang lebih kompleks, di mana kandungan

⁵Iman Khalid A. Qader, 2011, *The Impact of Media Exposure on Intention to Purchase Green Electronic Product amongst Lecturers*, *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No.3 (Maret, 2011), hal 242.

⁶Muhammad Chandra Kurniyawan, *Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Terpaan media terhadap Keputusan Adopsi Audiobook*, Teis Program Pascasarjana (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2016)

tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu untuk memenuhi berkaitan dengan harapan tertentu yang harus dipenuhi.⁷

Pada dasarnya penggunaan media ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sedangkan kebutuhan hanya merupakan salah satu faktor penyebab penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, serta tingkat akses terhadap media, akan mengarahkan individu untuk mengambil keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan konten media massa.

Eksposur merupakan intensitas khalayak di mana pesan yang disebarkan oleh media diekspos. Menurut Ardianto, terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan media atau mengalami dan memperhatikan pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Eksposur media berusaha mencari informasi khalayak tentang penggunaan media, baik itu jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Jenis media yang digunakan yaitu media suara, media variasi, media cetak, dan media online.

Setiap media memiliki efek atau dampak yang berbeda-beda. Menurut Amri Jhi dalam bukunya *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*, ada tiga jenis dimensi pengaruh komunikasi massa, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Kognitif meliputi peningkatan kesadaran, pembelajaran, dan pengetahuan tambahan. Efek afektif terkait dengan emosi, perasaan, dan sikap, sedangkan konatif terkait dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu.

Shore (1985) berpendapat bahwa terpaan media tidak hanya menyangkut apakah seseorang memiliki afinitas dengan kehadiran media massa, tetapi apakah

⁷Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.

seseorang dapat menerima pesan yang disampaikan oleh media atau tidak. Terpaan media adalah kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu atau kelompok.⁸ Terpaan media atau media exposure adalah frekuensi penggunaan termasuk berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama massa berhubungan atau mengikuti suatu program di media.⁹

2. Teori *Uses and Gratification*

Uses and Gratification adalah penyelidikan tentang penggunaan atau pemanfaatan media massa oleh publik atau komunitas pengguna berdasarkan upaya media untuk memberikan layanan informasi kepada publik, berdasarkan kepentingan bersama kedua belah pihak.¹⁰

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini. Teori kegunaan dan kepuasan ini diperkenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori Blumer dan Katz menekankan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media merupakan pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and

⁸Shore, L. Mass, *Media for Development: A Reexamination of Access, Exposure and Impact*, (New York: Praeger Publishers, 1985), h. 26

⁹Putri Raudatul Munawwaroh, *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram (Eksplorasi Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura*, JOM FISIP, Vol. 5, NO. 1 April 2018. Diaksesdi <https://media.neliti.com/media/publications/199786-none.pdf>, Pada tanggal 29 November 2020.

¹⁰Aan Munawar Syamsudin. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) h, 76.

gratification mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2003: 181).

Teori ini menekankan pada pendekatan manusia dalam memandang media massa, artinya manusia memiliki otonomi, kewenangan untuk memperlakukan media. Pendekatan ini menjelaskan tema penggunaan media, dalam hal ini media adalah Instagram yang berkaitan dengan pemuasan kebutuhan seperti kebutuhan akan informasi, kebutuhan hiburan, interaksi sosial dan identitas diri.

Model kegunaan dan kepuasan menunjukkan bahwa masalah utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ada pada khalayak aktif yang sengaja menggunakan media tujuan khusus (Effendy, 2003: 290).

Asumsi dasar yang dikemukakan oleh Katz, Blumber dan Gurevitch tentang *uses and gratification*.¹¹

- a. Khalayak dianggap aktif menjadi penting bagi media massa.
- b. Dalam proses komunikasi massa, khalayak menjadi inisiatif untuk mengaitkan antara pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media.
- c. Media massa bersaing untuk memuaskan kebutuhan khalayak, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi tergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari informasi yang diberikan oleh anggota khalayak, artinya orang-orang yang dianggap cukup memahami untuk melaporkan minat dan tema dalam situasi tertentu.

¹¹Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) h, 28-29.

- e. Penelitian tentang makna kultural media massa harus dihentikan terlebih dahulu sebelum diteliti dengan orientasi khalayak.

Individu manusia didasarkan pada kebutuhan interaksi sosial, individu berharap bahwa konsumsi atau penggunaan media massa tertentu akan memenuhi sebagian dari kebutuhannya.

Maka teori ini digunakan dalam penelitian, guna mengetahui jawaban apa yang melatarbelakangi penggunaan media oleh khalayak yaitu pada zaman media baru, kebutuhan dan kepuasan terpenuhi dengan menggunakan media sosial.

C. Tinjauan Konseptual

1. Pengertian Komunikasi Islam

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communications*, dan berasal *communis* yang artinya sama. Sama di sini berarti sama artinya. Jadi, jika ada dua orang yang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna dari apa yang dikatakan.¹²

Ada beberapa definisi komunikasi dari beberapa pakar, sebagai berikut:

- a. Hovland, Komunikasi merupakan proses mengubah perilaku seseorang (*communication is the process modify the behavior of other individuals*).
- b. Menurut Harold Lasswell terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?* atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana ?

¹²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Cet. 21; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2007), h. 9.

- c. Edwin Emery komunikasi adalah seni menyampaikan informasi ide dan sikap seseorang kepada orang lain.¹³

Dari beberapa definisi komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi kepada orang lain yang memiliki arti yang sama.

Selain itu, terdapat pula beberapa unsur komunikasi berdasarkan definisi komunikasi Lasswell, yaitu *Who Says What In which Channel To Whom With What Effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? Maka dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung, yaitu:

- a. Komunikator (*Communicator, source, sender*)

Komunikator (*Communicator, source, sender*) adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu komunikator juga disebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi, dan juga karya ide serta penuh daya kreativitas.¹⁴

- b. Pesan (*Message*)

Pesan (*Message*) adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan sekelompok pesan verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber. Pesan mempunyai tiga

¹³Tommy Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi* (Cet. 1; Yogyakarta: Caps, 2011), h. 5.

¹⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi: 2; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 99.

komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.¹⁵

c. Media (*Channel, Media*)

Media (*Channel, Media*) adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa psikolog yang memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia, seperti mata dan telinga.¹⁶

d. Komunikant (*Communicant, communicate, receiver, recipient*)

Komunikator adalah orang yang menerima pesan dari sumbernya. Berdasarkan pengalaman masa lalu, nilai referensi, pengetahuan perseptual, pola pikir dan perasaan, penerima pesan ini menafsirkan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang diterimanya menjadi ide-ide yang dapat dipahaminya.¹⁷

e. Efek (*Effect, impact, influence*)

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan, misalnya penambahan pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu, terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku.

Sedangkan Islam secara harafiah berarti ketundukan, ketaatan, dan kedamaian. Islam menurut istilah adalah nama agama yang diturunkan oleh Allah SWT untuk membimbing manusia ke jalan yang benar dan sesuai fitrah manusia. Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya

¹⁵Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 70

¹⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi: 2; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 137.

¹⁷Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 71.

untuk selalu aktif melakukan kegiatan dakwah.¹⁸ Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi Islami adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang didasarkan pada ajaran Islam. Artinya bahwa komunikasi Islami adalah cara berkomunikasi yang bersifat Islami (tidak bertentangan dengan ajaran Islam).

Komunikasi Islam adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Dengan demikian pada akhirnya terjadi juga konvergensi (pertemuan) antara pengertian komunikasi Islam dengan komunikasi Islami. Boleh dikatakan, komunikasi Islami adalah implimentasi (cara melaksanakan) komunikasi Islam.¹⁹ Oleh karena itu, komunikasi islam dan komunikasi secara umum sapat dibedakan dari tujuannya. Komunikasi islam bertujuan menyampaikan sebuah pesan atau informasi berlandaskan Al-Qur'an dan hadist. Sedangkan komunikasi secara umum bertujuan untuk menemukan persamaan secara umum.

1) Bentuk-Bentuk Komunikasi Islam

a) Komunikasi dengan Allah

Merupakan komunikasi tingkat tinggi derajat dan paling sering dalam amalan manusia, dapat dilakukan secara terus menerus (langsung) . Bertujuan untuk mrndekatkan diri kepada Allah SWT, meminta petunjuk, bersyukur dan berserah diri, seperti dengan membaca Al-Qur'an, sholat,berdoa dan berdzikir.

¹⁸Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 4

¹⁹Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 65-66

b) Komunikasi dengan sesama manusia

Adapun komunikasi dengan manusia meliputi berbagai aktivitas kehidupan manusia, seperti pendidikan, komunikasi dengan keluarga, komunikasi dengan pekerjaan, komunikasi dakwah dan sebagainya. Dapat dilakukan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, secara langsung maupun tidak langsung. Seperti dialog, ceramah, perundingan dan sebagainya.

c) Komunikasi dengan diri sendiri

Komunikasi dengan diri sendiri dilakukan melalui percakapan dengan diri sendiri, seperti melalui proses berfikir, refleksi diri tentang amalan yang dilakukan, ibadah sehari-hari dan sebagainya. Komunikasi ini merupakan jenis komunikasi yang sangat dituntut oleh agama agar manusia selalu berhati-hati dan selalu menilai pencapaian diri agar memperbaiki perbuatan buruk manusia.

d) Komunikasi dengan alam sekitar

Komunikasi dengan alam sekitar merupakan hal yang perlu dilakukan oleh setiap muslim sesuai dengan fungsi manusia menurut Islam sebagai khalifah di muka bumi ini. Alam sekitar berarti apa yang ada disekitar kehidupan manusia, seperti hewan, tumbuhan dan sebagainya.

2) Komunikasi Islami dalam Konteks

Dalam komunikasi sosial Islam sangat menganjurkan untuk saling membantu sesama. Dalam komunikasi organisasi, Islam sangat menganjurkan bersatu. Sedangkan dalam komunikasi bisnis, Islam sangat menganjurkan agar menjalin hubungan dengan bangsa lain. Komunikasi antar budaya, Islam sangat menganjurkan menghargai pendapat orang lain. Komunikasi pembangunan,

Islam sangat menganjurkan manusia agar dapat membangun kehidupannya di dunia ini sebagai khalifah.²⁰

Dari beberapa uraian diatas, seperti yang tercantum dalam surah An-Nisa ayat 24, bahwa kesadaran setiap apa yang kita ucapkan akan dimintai pertanggung jawaban oleh Allah SWT di akhir kelak. Dengan kesadaran tersebut, tentunya akan berfungsi sebagai alat kontrol setiap perkataan yang kita ucapkan dan kita belajar untuk melatih diri berkomunikasi dengan baik. SDari hasil penelitiannya mengenai dampak yang ditimbulkan oleh media sosial, terkadang positif dan juga negatif, yang menentukan baik tidaknya media sosial dilakukan berdasarkan pemaparan dan praktik penerapannya dengan ketakwaan atau tidak. Meskipun media sosial sebagai bagian dari media komunikasi dalam pandangan Islam diperbolehkan, namun dalam praktiknya masyarakat harus didampingi dan dilandasi ketakwaan yang tentunya dalam hal ini dilakukan oleh subjek media sosial. Dengan harapan apa yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dan direspon dengan baik.erta memperkecil mudharat dari komunikasi negatif yang kita lakukan dan juga berdoa agar terhindar dari ucapan yang buruk dan dosa-dosa lisan. Dengan demikian, dunia akan damai jika menerapkan komunikasi Islami dengan baik dan benar.

3) Fungsi-Fungsi Komunikasi Islam

a) Fungsi Informasi

Informasi adalah kehidupan, karena sejak lahir seluruhperangkat untuk menyerap inforamsi seperti mata, telinga dan hati sebagai perangkat utama kehidupan sudah terpasang dan siap difungsikan. Selain alat penangkap informasi, Allah juga sudah menyiapkan perangkat untuk menyampaikan

²⁰Nnieczt, "Komunikasiinnieczt.html," *WordPress.com* (27 Agustus 2015)

kembali informasi yang telah ditangkap kepada orang lain. Alat itu adalah lidah, dua bibir dan segala hal yang terkait. Prinsip dasar agama Islam dalam menyebarkan informasi adalah penutup rapat informasi yang tidak baik yang terkait dengan orang lain, terutama yang terkait dengan masalah pribadi. Islam melarang *namimah* atau mengungkapkan kejelekan orang lain, dan mengategorikan perbuatan ini sebagai salah satu dosa besar. Islam melarang orang yang bermimpi jahat untuk menyampaikan isi mimpinya kepada orang lain. Bahkan orang yang bangga menyampaikan informasi tentang kejahatan yang dia lakukan termasuk orang yang tidak diampuni dosanya oleh Allah.²¹

Pandangan Islam menyebutkan informasi adalah pintu awal seseorang memiliki karakter tertentu, baik atau buruk. Ibnu Qayyim mengatakan bahwa karakter tidak terbentuk otomatis, tetapi melalui tahapan-tahapan. Pembentukan karakter dimulai dengan langkah mengumpulkan informasi tentang makna pesan, lalu terbentuk persepsi, lalu muncul keinginan dan akhirnya melahirkan perbuatan. Perbuatan yang dilakukan secara berulang akan melahirkan karakter. Baik tidaknya suatu karakter tergantung dari input informasi yang masuk.²²

Mengingat pentingnya informasi dalam kehidupan manusia, maka Islam melarang keras umatnya untuk berdusta, karena dusta akan menciptakan rusaknya persepsi seseorang terhadap orang lain atau terhadap sesuatu dan menyeret pelakunya untuk masuk neraka. Informasi saat ini menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Informasi bisa saja dikatakan sebagai kebutuhan yang tidak lagi terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

²¹Hendri, Komunikasi Islam (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2005), h. 21.

²²Harjani Hefni, Komunikasi Islam (Pontianak, IAIN Pontianak Press, 2014), h. 32.

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, informasi sangat mudah diperoleh oleh masyarakat. Baik secara lisan maupun melalui media massa terutama media online yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi tanpa mengenal tempat dan waktu. Yang jelas, selalu didukung oleh perangkat teknologi informasi.

b) Fungsi Meyakinkan

Fungsi meyakinkan artinya membuat ide, pendapat dan gagasan yang kita miliki bisa diterima oleh orang lain dengan senang hati dan tidak terpaksa. Bahkan bukan sekedar menerima dengan sukarela, mereka yang merasa mantap dengan penjelasan tersebut bisa menjadi pendukung ide itu. Fungsi meyakinkan dalam komunikasi Islam bisa dicapai di antaranya dengan metode *hiwar* (dialog) dan *jidal* (debat). *Hiwar* dilakukan dengan suasana santai, saling mengemukakan pendapat dengan tenang, mungkin didalamnya juga terjadi tarik ulur dan akhirnya berujung kepada suatu kesepakatan mendukung ide bersama atau salah satu ide yang lebih baik. Adapun *jidal* biasanya lebih seru, kadang-kadang sampai panas dan masing-masing pada ngotot dengan pendapatnya. Orang yang menyampaikan ide cemerlang dengan alasan-alasan dan logika yang kuat biasanya menjadi pemenang dan idenya akan dijadikan rujukan.²³

c) Fungsi Mengingat

Lupa adalah sifat yang tidak bisa berpisah dari manusia. Sifat ini sudah ada sejak adanya manusia pertama, Adam as. Ibnu Mandzur dalam *Lisan al-Arab* mengatakan bahwa di antara rahasia penamaan manusia dengan istilah insan

²³Hendri, *Komunikasi Islam* (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2005), h. 23.

karena manusia memiliki sifat pelupa. Pendapat Ibnu Mandzur itu disandarkan kepada pemahaman Ibnu Abbas tentang QS. Thaha: 115 yang mengisahkan tentang sebab Adam melanggar perintah Allah untuk tidak memakan buah pohon al-Khuldi ternyata memakan buah tersebut dikarenakan lupa. Lupa didefinisikan sebagai ketidakmampuan mengingat kembali suatu hal yang diperlukan pada saat yang di inginkan. Ada banyak faktor yang menjadi penyebab lupa dan kita memerlukan metode untuk mencegah agar kita tidak mudah lupa atau untuk memperkuat ingatan.²⁴

Di antara masalah yang paling banyak dilupakan dan dilalaikan oleh manusia adalah masalah agama. Itulah sebabnya kenapa Islam memerintahkan kepada penganutnya untuk mengulang-ulang suatu ucapan atau perbuatan, terutama dalam masalah-masalah krusial. Dakwah agama adalah salah satu cara untuk menginformasikan kepada manusia agar selalu ingat tentang tujuan hidup dan bagaimana mengisi hidup sebenarnya. Dan metode komunikasi dalam dakwah yang paling cocok untuk merealisasikan fungsi mengingatkan adalah metode tadzkir dan indzar.

d) Fungsi Memotivasi

Manusia dalam hidupnya memerlukan *charge* karena semangat hidup manusia secara umum tidak stabil. *Charge* itu disebut dengan motivasi. Ada beberapa kondisi yang menyebabkan motivasi hidup seseorang menjadi tidak stabil. Menurut al-Kirmani, penurunan kualitas manusia itu bisa disebabkan oleh tiga faktor, yaitu : jiwa, fisik dan eksternal. Adapun jiwa tergantung dari kekuatan yang dimiliki manusia yaitu kekuatan akal, kekuatan marah, dan

²⁴Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Pontianak, IAIN Pontianak Press, 2014), h. 33.

kekuatan syahwat. *Hamm* (galau dengan masa depan) dan *Hazn* (sedih dengan masa lalu) adalah dua penyakit yang menyerang akal. *Jubn* (pengecut) adalah penyakit yang menyerang kekuatan marah. Sedangkan *Bukhl* (bakhil) adalah penyakit yang menyerang kekuatan syahwat. Adapun yang melemahkan kekuatan fisik adalah penyakit '*Ajaz* (merasa tidak punya potensi) dan *Kasal* (malas, padahal mampu). Sedangkan pengaruh eksternal yang membuat manusia kehilangan potensi adalah lilitan hutang dan berada dibawah tekanan orang lain. Hutang membuat orang menjadi lemah, dan berada dibawah tekanan orang lain membuat kehilangan harga diri.

Mengucapkan secara berulang-ulang setiap pagi dan petang tentang hal-hal yang hendak kita hindari atau hal-hal yang seharusnya kita lakukan adalah metode komunikasi antara manusia dengan Tuhannya dan dengan dirinya sendiri untuk membuang penyakit-penyakit mental yang ada di dalam dirinya yang membuatnya terbelenggu dan menumbuhkan nilai-nilai positif sehingga dia bisa terbang bebas merealisasikan mimpinya.²⁵ Metode memotivasi diri sendiri adalah metode yang paling ideal. Metode ini praktis, murah dan mudah, tetapi dahsyat hasilnya. Selain metode memotivasi diri sendiri, manusia juga bisa termotivasi jika mendapat suntikan motivasi dari orang lain. Komunikasi adalah salah satu cara untuk menyuntikkan motivasi kepada orang lain. Metode yang paling cocok untuk menyuntikkan motivasi dalam komunikasi Islam adalah metode *tabligh* dan *tabshir*.

²⁵Hendri, *Komunikasi Islam* (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2005), h. 23

e) Fungsi Sosialisasi

Manusia dalam hidupnya tidak lepas dari berbagai macam kebutuhan. Banyak teori yang menjelaskan tentang teori kebutuhan, dan diantara yang paling terkenal adalah teori Maslow. Dalam bukunya "*Motivation and Personality*", Maslow memberikan lima jenjang kebutuhan pokok manusia. Di antara lima jenjang kebutuhan itu, kebutuhan untuk disayangi oleh orang di sekitarnya ditempatkan oleh Maslow pada urutan ketiga. Apapun komentar orang tentang teori ini, kebutuhan kita semua untuk bisa diterima dan dihargai. Tidak mungkin sosialisasi dilahirkan tanpa komunikasi. Dalam al-Qur'an, fungsi sosialisasi disebut dengan ta'aruf. Dan di dalam hadis, Rasulullah menyebutnya dengan *mukhalathah*.²⁶

Ta'aruf adalah salah satu metode komunikasi yang efektif. Dengan ta'aruf, hubungan antar manusia menjadi tersambung. Ta'aruf yang baik akan melahirkan keinginan untuk saling membantu bahkan sampai ke tingkat saling mengayomi.

f) Fungsi Bimbingan

Fungsi komunikasi adalah untuk membimbing manusia. Tidak semua kita mampu membaca kemampuan kita sendiri, dan tidak semua kita mampu menyelesaikan masalah kita sendiri. Padahal hidup tidak pernah sepi dari masalah. Disinilah manusia memerlukan orang lain untuk membimbingnya mencari solusi atau mengarahkannya ke tempat yang tepat. Dalam istilah komunikasi Islam, fungsi bimbingan ini disebut dengan *Irsyad*. Ada empat fokus utama aktivitas komunikasi dalam membimbing seseorang : pertama,

²⁶Jamaluddin Budiman, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Academia Press, 2001), h.48.

membimbing orang untuk melakukan perbuatan baik dan menangkal mereka untuk melakukan perbuatan yang negatif; kedua, memperbaiki atau memulihkan kondisi mereka yang sudah rusak; ketiga, mengarahkan orang untuk menemukan potensi yang mereka miliki; dan keempat, mengembangkan potensi manusia agar lebih maksimal. Manusia dilahirkan dalam keadaan fitrah, namun berpotensi rusak karena manusia memiliki sifat fujur. Pembinaan akan berfungsi sebagai pencegahan jika dilakukan sejak dini sebelum anak terkontaminasi lingkungan. Secara umum bimbingan yang diberikan berupa komunikasi antarpersonal atau komunikasi kelompok kecil. Komunikasi interpersonal menjadi pilihan utama dalam pembinaan karena setiap orang memiliki masalah yang berbeda dengan orang lain. Pembinaan dapat dilakukan dalam kelompok-kelompok kecil jika orang-orang yang berkumpul dalam kelompok tersebut adalah orang-orang yang memiliki permasalahan yang relatif sama.²⁷ Bimbingan dapat dilakukan dengan melakukan percakapan pribadi, pertukaran langsung, dan tatap muka dengan orang yang dibimbing, dapat dilakukan dengan kunjungan rumah untuk mengetahui kondisi rumah dan lingkungan yang mempengaruhinya, atau mengunjungi tempat kerja. dan melakukan percakapan individu sambil mengamati pekerjaan klien di lingkungan mereka.

g) Fungsi Kepuasan Spiritual

Manusia terbentuk dari dua unsur yang sama-sama memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Tubuh membutuhkan makanan, pakaian, tempat tinggal dan segala sesuatu yang mendukung kelangsungan hidupnya. Sedangkan

²⁷Jamaluddin Budiman, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Academia Press, 2001), h.49.

kebutuhan ruh adalah berkomunikasi dengan Allah Sang Pencipta. Ketika roh terhubung dengan penciptanya, hati menjadi tenang. Al-Qur'an menyatakan bahwa sumber ketenangan jiwa adalah dzikir. Diantara cara memuaskan yang mendalam adalah dengan memberikan *mau'idzah* dan nasehat kepada mereka.

h) Fungsi Hiburan

Dalam hidup ini, kita hanya akan berhadapan dengan dua kemungkinan, yaitu bahagia atau sedih. Tidak ada orang yang seumur hidupnya hanya merasakan kebahagiaan. Suatu saat dia akan mengalami masa-masa berat dalam hidupnya. Tetapi tidak ada juga orang semasa hidupnya hanya merasakan penderitaan, pasti ada waktu-waktu dia bisa tertawa dan mengalami masa-masa bahagia. Ketika mendapatkan kebahagiaan, Islam mengajarkan kepada penganutnya agar mengucapkan syukur atas nikmat yang telah didapat. Dan kepada saudaranya yang mengetahui temannya mendapatkan nikmat dianjurkan untuk menambah rasa bahagia saudaranya dengan mengucapkan selamat kepadanya.²⁸ Selain rasa bahagia, kadang-kadang kita juga diselimuti oleh rasa takut. Takut kehilangan orang yang dicintai, takut dengan ketidakjelasan masa depan, takut kehilangan pekerjaan, takut kehilangan harta, dan seterusnya. Semua kita pasti merasa lelah. Kadang harus berhadapan dengan kesulitan, diuji dengan berbagai kasus, bahkan tidak jarang harus menderita.

Dalam kondisi seperti itu, hati kita sangat perlu kepada hiburan. Hati yang terhibur akan membuat rasa takut menjadi hilang, lelah akan hilang, derita terobati, dan kondisi kita menjadi segar kembali.

²⁸Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Pontianak, IAIN Pontianak Press, 2014), h. 41.

4) Prinsip Komunikasi Islam

a) Qaulan Baliga

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Terjemahannya:

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (QS. An-Nisa’: 63)²⁹

Ayat di atas memberitahu kita tentang busuknya hati orang-orang munafik. Dimana mereka tidak akan pernah mentaati Rasulullah, bahkan jika mereka bersumpah atas nama Allah, karena apa yang mereka lakukan hanyalah untuk kebaikan. Namun Allah SWT melarang Rasulullah untuk menghukum mereka secara fisik (artinya "berpalinglah dari mereka"), tetapi Allah SWT menganjurkan untuk memberikan nasehat berupa ancaman bahwa kekejian mereka akan mengundang azab Allah. Nasehat tersebut tentunya dengan qaulan baliga.

Kata baliga merupakan bentuk masdar dari balaga, yang berarti sampai, atau sampainya sesuatu kepada sesuatu yang lain.³⁰ Al-Asfahani mengemukakan bahwa kata tersebut mengandung 3 (tiga) makna secara sekaligus, yakni:

- (a) Bahasanya tepat;
- (b) Sesuai dengan yang dikehendaki; dan

²⁹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 88.

³⁰Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, Edisi II, Cet. XXV (Surabaya: Pustaka Progressif, 2002), h. 107.

(c) Isi perkataannya adalah suatu kebenaran.

Dalam konteks komunikator dan komunikan, struktur yang disesuaikan dimaksudkan bahwa komunikator dengan sengaja ingin menyampaikan sesuatu dengan cara yang benar dan tepat (jelas) sehingga dapat diterima oleh komunikan (audiens).³¹

Dalam hal ini, para ahli balagah (ahli sastra) – sebagaimana dikutip oleh Quraish Shihab – mengatakan bahwa suatu pesan atau perkataan baru dianggap baliga apabila memenuhi beberapa kriteria tertentu. Kriteria-kriteria dimaksud adalah sebagai berikut ini:

- (a) Penggunaan kalimat mencakup seluruh pesan yang ingin disampaikan.
- (b) Kalimatnya tidak berulang-ulang, dan juga tidak terlalu pendek/singkat sehingga pengertiannya menjadi kabur.
- (c) Kosa kata yang digunakan tidak terkesan asing bagi komunikan.
- (d) Kesesuaian kandungan dan gaya bahasa dengan komunikan.
- (e) Tata bahasanya tepat dan jelas.³²

Dengan demikian, kata baliga merupakan salah satu teknik berbicara atau penyampaian pesan dengan menggunakan ungkapan atau kalimat yang tepat sasaran, jelas dan tujuannya tercapai, sehingga komunikasinya menjadi efektif. Dengan kata lain, baliga merupakan suatu kalimat yang singkat, tepat, padat dan jelas.

b) Qaulan Maisura

وَأَمَّا نُعْرَضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِعَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَعَلَّ اللَّهُ قَوْلًا مَّيْسُورًا

60. ³¹Abu al-Qasim Al-Asfahani, *al-Mufradat fi Gharib Alquran* (Beirut: Dar al-Ma'rifah, tt), h.

³²Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah*, Jilid II (Jakarta: Lentera Hati, 2000), h. 468.

Terjemahannya:

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas. (QS. Al-Isra’: 28)³³

Ayat ini diturunkan berkenaan dengan permintaan suatu kaum kepada Rasulullah Saw, namun Rasulullah Saw tidak mengabulkan permintaan mereka. Penolakan Rasulullah Saw terhadap permintaan mereka bukanlah tanpa alasan, karena Rasulullah Saw mengetahui bahwa mereka seringkali membelanjakan harta pada hal-hal yang tidak bermanfaat. Berpalingnya Beliau merupakan semata-mata mengharap ridha Allah Swt, dan sebagai wujud dari sikap Beliau yang tidak mendukung kebiasaan buruk mereka dalam menghambur-hamburkan harta. Disamping berpaling, beliau juga menolaknya dengan perkataan yang tepat atau ucapan yang pantas agar tidak menyakiti perasaan mereka.³⁴

Kata Maisura merupakan bentuk *masdar* dari *yassara*, yang mempunyai arti mudah atau gampang. Dengan demikian, dalam ayat di atas jelas bahwa diajarkan kepada kita apabila kita tidak sanggup untuk memberi atau mengabulkan suatu permintaan, maka penolakan kita harus disertai dengan perkataan yang baik dan alasan yang rasional. Karena pada prinsipnya, qaulan maisura adalah segala bentuk perkataan yang baik dan melegakan (tidak menyakitkan), atau juga bisa dikatakan sebagai suatu pernyataan untuk menjawab dengan cara yang sangat baik dan tidak mengada-ada.

³³Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 285

³⁴Jalaluddin as-Suyuti dan Jalaluddin al-Mahalli, *Hasyiyah as-Sawi ‘ala Tafsir Jalalaini* (Bairut: Dar al-Fikri, 2004), Juz II, h. 431.

c) Qaulan Karima

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا
أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Terjemahannya:

“Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka, dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia. (QS. Al-Isra’: 23)³⁵

Kata Karima adalah bentuk masdar dari kata karuma, yang berarti mulia. Jika kata tersebut disandarkan pada Allah Swt, yakni Karim, maka berarti Allah Yang Maha Mulia. Bila disandarkan kepada manusia, maka mempunyai arti yaitu kebaikan budi atau perilaku dan kemuliaan akhlak.³⁶ Bila kata tersebut dirangkai dengan qaul, maka berarti yaitu suatu perkataan yang menjadikan atau menempatkan pihak lain tetap dalam kemuliaan dan penuh penghormatan, atau perkataan yang bermanfaat bagi orang lain tanpa bermaksud menyakiti dan merendahkan.

Dalam ayat di atas, Alquran menjelaskan berupa petunjuk bagi kita bagaimana cara berperilaku dan berkomunikasi dengan baik dan benar dengan kedua orang tua sehingga tidak membuat mereka tersinggung, terutama sekali ketika keduanya atau salah satunya sudah lanjut usia. Karena seperti diketahui bahwa mereka yang sudah berusia lanjut, memiliki sifat yang cenderung sangat sensitif dan mudah tersinggung.

³⁵Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 284.

³⁶Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, h. 1203.

Qaulan Karima, dalam konteks hubungan atau komunikasi dengan kedua orang tua, pada hakikatnya merupakan tingkatan tertinggi yang harus dilakukan oleh seorang anak. Dalam pengertian ini, bagaimana seorang anak berkomunikasi dengan baik dengan kedua orang tuanya, tetapi mereka (kedua orang tuanya) tetap merasa dimuliakan dan dihormati sebagai orang tua. Contoh yang paling dekat adalah ketika seorang anak ingin menegur atau menasehati orang tuanya yang melakukan kesalahan, dimana struktur (nasehat) yang disampaikan tetap menjunjung tinggi norma kesusilaan dan tidak bermaksud menggurui. Selain itu berbakti kepada kedua orang tua merupakan tolak ukur tingkat pengabdian seorang anak (manusia) kepada Allah SWT. Karena seorang hamba akan mendapatkan ridha Allah SWT, jika hamba tersebut disetujui oleh orang tuanya. Kesenangan kedua orang tua akan diperoleh dengan berbakti dan menjaga perkataan yang tidak menyakiti mereka.

d) Qaulan Ma'rufa

Berikut adalah ayat-ayat yang memuat kata Qaulan Ma'rufan yang disebutkan Allah dalam Q.S Al-Baqarah : 263

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى تَوَالَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ

Terjemahannya:

“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakinkan (perasaan si penerima). Dan Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun. (QS. Al-Baqarah: 263).³⁷

Kemudian juga pada surah An-Nisa ayat 8, sebagai berikut :

³⁷Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 44.

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Terjemhannya:

“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu³⁸ (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik. (QS. An-Nisa’: 8).³⁹”

Selanjutnya dijelaskan juga didalam QS. Al-Isra’ : 53

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Terjemahannya:

“Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku; hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia. (QS. Al-Isra’: 53).⁴⁰”

Kata Ma'rufa berasal dari kata 'arafa yang artinya baik, ramah atau baik hati. Berkenaan dengan qaulan ma'rufa, Quraish Shihab mengungkapkan bahwa di dalam Al-Qur'an banyak hal yang berkaitan dengan sikap dan perlakuan terhadap sesama manusia. Dimana tidak hanya mengandung larangan berupa kemunkaran, seperti membunuh, melukai tubuh, mengambil harta tanpa alasan yang sah, bahkan sampai menyakiti hati seseorang dengan menceritakan aib di baliknya, meskipun disertai dengan pemberian materi kepada orang yang disakiti. Selain itu, Al-Qur'an juga menekankan bahwa setiap orang harus memperlakukan saudaranya dengan baik dan diposisikan secara adil.⁴¹

³⁸Munawwir, Kamus Al-Munawwir., h. 921.

³⁹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 78.

⁴⁰Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 287.

⁴¹Quraish Shihab, *Wawasan Alquran; Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*, Cet. II (Bandung: Mizan, 2007), h. 354.

Dengan demikian, Al-Qur'an melalui qaulan ma'rufa membimbing manusia untuk selalu berbicara yang baik kepada semua orang, karena perkataan yang baik akan menghasilkan kemaslahatan bagi setiap orang. Di sisi lain, mengatakan struktur individual yang buruk dan menyakiti hati orang akan menjadi awal perselisihan dan perpecahan di antara manusia.

Berkaitan dengan hal ini (qaulan ma'rufa), ada pepatah atau kata bijak yang berusaha menasehati atau mengingatkan manusia untuk selalu menjaga perkataannya dalam berkomunikasi. Adapun bunyi dari pepatah tersebut adalah sebagai berikut: *“Bila pedang melukai tubuh, Masih ada harapan sembuh. Bila lidah melukai hati, Kemana obat hendak dicari.”*

e) Qaulan Sadidan

Kata qaulan sadidan disebut dua kali dalam Al-Quran. Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan qaulan sadidan dalam urusan anak yatim dan keturunan.

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahannya:

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka, yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar. (Q.S An-Nisa : 9)⁴²

Kedua, Allah memerintahkan mengucapkan qaulan sadidan sesudah takwa dalam QS. Al-Ahzab: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝

⁴²Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 78.

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”⁴³

Dalam tafsir Al-Azhar, Hamka menjelaskan bahwa di antara sikap hidup karena iman dan taqwa, jika menggunakan perkataan yang tepat dan akurat. Dalam kata yang tepat terkandung kata yang benar, jangan menggunakan kata yang rumit, yang berbeda dari apa yang dimaksud dengan pembawa pesan. Kata-kata yang menyakitkan tidak akan muncul jika komunikator atau pembawa pesan telah memilih kata-kata yang akan disampaikan sesuai dengan makna yang berasal dari hati. Pemilihan kata yang tepat dan disesuaikan dalam percakapan berasal dari hati yang bersih, karena ucapan lidah adalah dorongan dari hati. Kata-kata yang menyakiti Allah dan Rasul-Nya berasal dari jiwa yang tidak jujur. Lebih lanjut, Hamka menjelaskan bahwa dengan memilih kata yang teratur, jujur, tepat, dan akurat jika ingin melakukan percakapan, itu akan memiliki pengaruh besar pada pekerjaan, tindakan, dan amal yang dipilih dalam hidup. Benar kata-kata mengarah pada tindakan yang benar, dan sebaliknya, tindakan yang benar menyebabkan kata-kata yang benar.

Menurut Al-Maragi, arti qaulan sadidan adalah kata yang benar, yang ingin mencapai kebenaran, seperti orang yang mengarahkan anak panah ke sasaran dan tidak melenceng dari sasaran. Qaulan sadidan artinya berbicara yang benar, jujur (Pickthall menerjemahkannya langsung terus terang), lurus, tidak bohong, tidak ribet. Berbicara tidak hanya harus benar, tetapi juga tepat sasaran, waktu, tempat, dan juga redaksional yang benar menurut mitra.

⁴³Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 427.

Kebiasaan mengucapkan kalimat-kalimat yang benar akan menjauhkan seseorang dari kebohongan dan hal ini pada gilirannya menuntunnya untuk melakukan berbagai kegiatan yang baik dan berkualitas.

Ada beberapa pengertian makna "benar" dalam qaulan sadidan, yang pertama menurut kriteria kebenaran. Ucapan yang benar bagi umat Islam adalah ucapan yang sesuai dengan Al-Qur'an, Al-Sunnah, dan ilmu pengetahuan. Rakhmat menjelaskan bahwa Al-Quran mengharuskan berbicara dengan cara yang benar menyampaikan pesan yang benar untuk kebenaran (kebaikan, kemaslahatan) amal. Alfred Korzybski, sebagaimana ditulis oleh Jalaluddin Rakhmat, menyatakan bahwa penyakit jiwa, baik individu maupun sosial, muncul karena penggunaan bahasa yang tidak tepat. Orang yang cenderung menggunakan kata-kata yang salah atau kata-kata yang menutupi kebenaran adalah orang gila. Ada beberapa cara untuk menutupi kebenaran dalam komunikasi, yang pertama dengan menggunakan kata-kata yang sangat abstrak, ambigu, atau menimbulkan interpretasi yang sangat berbeda dan yang kedua dengan membuat istilah-istilah yang diberi makna berbeda; istilah tersebut merupakan *eufemisme* atau pemutarbalikan makna sama.

Makna yang selanjutnya dari perkataan benar yakni ucapan yang jujur, tidak berbohong. Nabi Muhammad Saw bersabda, "Jauhi dusta, karena dusta membawa kamu kepada dosa, dan dosa membawa kamu kepada neraka. Lazimkanlah berkata jujur, karena jujur membawa kamu kepada kebajikan dan membawa kamu ke surga."

f) Qaulan layyinan

Kata qaulan layyinan hanya satu kali disebutkan dalam Al-Quran, yaitu pada QS. Thaha: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّئَلَّا يَعْلَهُ ۗ يُتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahannya:

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia sadar atau takut. (Q.S Thaha: 44)⁴⁴

Dalam ayat ini Hamka menulis dalam tafsirnya bahwa Allah telah memberikan petunjuk dan arahan penting dalam memulai dakwah kepada orang-orang yang telah melampaui batas, yaitu dengan mengucapkan kata-kata yang lembut, kata-kata yang penuh dengan suasana damai. Sedangkan menurut Al-Maragi, qaulan layyinan adalah perkataan yang tidak keras dan tidak kasar. Penggunaan kata-kata santun yang tidak menyinggung sasaran merupakan salah satu indikasi penerapan hikmah dalam berdakwah. Qaulan layyinan yang diajarkan Allah dalam Al-Qur'an tidak mengandung pujian, atau basa-basi, namun tidak mengandung kritik yang dapat menimbulkan antipati. Saefullah menyimpulkan bahwa tujuan qawlan layyinan adalah menggunakan kata-kata yang lembut, suara yang menyenangkan, sikap ramah dan perilaku yang menyenangkan dalam menyeru agama Allah.

2. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang tengah populer dan digandrungi oleh kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram

⁴⁴Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 314.

diambil dari kata “*Insta*” yang berasal dari kata “*Instan*” dan “*gram*” dari kata “*telegram*”.⁴⁵Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instant-Telegram yang dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi secara cepat, yaitu berupa foto dalam bentuk mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi ke jejaring sosial lainnya.

Instagram merupakan sebuah media yang diciptakan untuk memberikan kemudahan berbagi foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan berbagi dengan teman-temannya.⁴⁶Foto-foto di Instagram dapat dijadikan sebagai kenangan untuk dilihat dimasa yang akan datang, dapat mengungkapkan kondisi yang sedang terjadi dan telah terjadi atau dapat dikatakan Instagram seperti koleksi foto tetapi tidak bersifat pribadi karena semua orang dapat melihat, membagikannya kepada orang lain. dan juga berkomentar. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-temannya di Instagram dan saling memberikan komentar dan suka dari foto dan video yang diunggah.

Instagram adalah jenis media sosial yang menghubungkan pengguna melalui berbagi foto dan video. Pengguna Instagram bebas mengambil foto dari kamera ponsel, menerapkan saluran, kemudian membagikannya dengan sesama pengguna Instagram atau pengguna media sosial lainnya. Instagram didirikan untuk membuat momen bersama teman menjadi hidup untuk foto dan video. Instagram digambarkan sebagai penghubung orang-orang di berbagai belahan dunia. Melalui foto dan video yang dibagikan dari berbagai pengguna Instagram di seluruh dunia.

⁴⁵Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8.

⁴⁶Dian Budiargo, *Berkomunikasi ala Net Generation*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015)Hal. 48

Pada tahun 2010 perusahaan Burbn.inc merupakan perusahaan yang fokus pada pengembangan aplikasi telepon seluler. Pada awalnya, mereka hanya fokus pada HTML5 serbaguna. Dalam perkembangannya, kedua CEO, Mike Krieger dan Kevin Systrom memutuskan untuk lebih fokus pada satu bagian saja. Setelah mencari ide selama seminggu akhirnya mereka membuat versi pertama dari Burbn. Pada awalnya, itu tidak sempurna, tetapi seiring berjalannya waktu semakin baik hasilnya. Mereka fokus pada foto, komentar dan kemampuan menyukai foto yang ada. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram. Instagram pertama kali diluncurkan melalui *AppStore* di *Apple inc* pada tanggal 6 Oktober 2010. Instagram memenangkan penghargaan "*Application of The Year*" pada tahun 2011. Pada tanggal 3 April 2012, pengguna android dapat mengunduh aplikasi ini (Instagram.com).

Pada 9 April 2012, Facebook mengambil alih Instagram seharga \$1 miliar. Pusat pengembangan aplikasi Instagram berada di San Francisco. Setiap hari, lebih dari 5 juta foto diunggah. Dan, jumlah total penggunanya sendiri telah melampaui 150 juta pengguna yang aktif mengabadikan momen tersebut. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengedit, dan berbagi foto atau video ke jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumblr*, *Flickr*, *Posterous* dan jejaring sosial Instagram sendiri. Bentuk dari aplikasi instagram adalah foto yang berbentuk persegi, terlihat seperti kamera polaroid dan kodak *instamatic*, foto tersebut berbeda dengan foto pada umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di perangkat.

Sistem sosial di Instagram adalah menjadi pengikut akun pengguna lain atau mengikuti (*following*) dan juga diikuti atau memiliki pengikut di Instagram (*followers*). Dengan demikian, komunikasi antar sesama pengguna Instagram

dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto yang telah diunggah oleh pengguna lain. Pengikut juga merupakan elemen penting bagi setiap pengguna di Instagram. Begitu juga tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut bisa menjadi foto yang populer atau tidak. Sebagai media sosial yang mengkhususkan diri dalam berbagi konten foto atau video, Instagram juga memiliki aturan untuk mengunggah foto. Dalam *www.instagram.com* disebutkan bahwa konten yang diunggah tidak boleh mengandung unsur kekerasan, pornografi, mengandung diskriminasi, atau bertentangan dengan hukum. Pemilik akun Instagram juga harus bertanggung jawab atas foto, teks, informasi, informasi dan video yang diunggah oleh pemilik akun.

a. Fitur-Fitur dalam Instagram

Sebagai sebuah media sosial yang banyak digunakan sebagai basis aktivitas kegiatan baik dalam interaksi sosial maupun bisnis oleh banyak penggunanya, Instagram memiliki banyak fitur-fitur pendukung yang dapat dimanfaatkan. Atmoko dalam bukunya yang berjudul *Instagram Handbook* menjelaskan bahwa aplikasi instagram memiliki lima menu utama yaitu:⁴⁷

- 1) *Home Page* : Halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
- 2) *Comments* : Foto-foto yang ada di Instagram bisa dikomentari didalam kolom komentar.
- 3) *Explore* : merupakan tampilan dari foto-foto dan video populer yang paling banyak disukai para pengguna nstagram.

⁴⁷Bambang Dwi Atmoko. *Instagram Handbook*. (Jakarta:Mediakita.2012)hal.28

- 4) *Profile* : dihalaman *profile* kita bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu *profile* pengguna sendiri maupun *profile* pengguna yang lain.
- 5) *News Feed* : Fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Instagram memiliki banyak konten atau fitur, diantaranya adalah:

a) Pengikut dan Mengikuti (*Followers / Following*)

Sistem sosial di Instagram adalah mengikuti akun pengguna lain atau memiliki pengikut Instagram (*following dan followers*). Dengan demikian, komunikasi antar sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka "*like*" dan juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lain. Pengikut merupakan elemen penting, dimana jumlah like dari followers sangat mempengaruhi apakah foto tersebut bisa menjadi foto populer atau tidak.

Untuk mencari teman di Instagram, Anda juga dapat mencari dengan mengetikkan nama teman mereka di bilah pencarian (*Search*) atau dengan menghubungkan dengan daftar teman yang terhubung di jaringan media sosial lain seperti Facebook atau Twitter.

b) Mengunggah Foto (Upload Foto)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi fotofoto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingindiunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album perangkat komunikasi seperti *handphone* atau tablet. Dalam mengunggah foto, pengguna Instagram juga dapat melakukan *Tag*

(menandai pengguna Instagram lainnya). Jadi ketika unggahan foto tersebut berhasil diunggah, pengguna lain dapat melihat tag yang ada di foto tersebut.

c) Judul Foto (*Caption*)

Setelah foto disunting, foto akan dibawa ke halaman berikutnya, di mana foto tersebut akan diunggah ke Instagram sendiri atau dibagikan ke jejaring media sosial lainnya. Di mana, di dalamnya tidak hanya ada opsi untuk mengunggah di jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto. Sebelum mengunggah foto, pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan yang ada di pikiran pengguna.

d) Tanda Suka (*Like*)

Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang fungsinya sama dengan yang ada di Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain. Berdasarkan durasi waktu dan jumlah likes pada sebuah foto di Instagram, itulah faktor khusus yang mempengaruhi terkenal atau tidaknya foto tersebut. Namun, dalam hal ini, tentu saja jumlah pengikut juga menjadi elemen penting. Jika sebuah foto menjadi terkenal, maka foto tersebut akan langsung masuk ke halaman sendiri.

e) Berkomentar (*Comment*)

Kegunaan fitur *Comments* di Instagram adalah pengguna dapat mengomentari foto atau video yang diunggah di Instagram. Fitur komentar ini tidak hanya terdapat pada pengunggahan foto atau video di Instagram,

tetapi juga terdapat pada fitur snapgram. Saat berkomentar, pengguna Instagram dapat melakukan mention (menandai pengguna Instagram lain).

f) *Direct Messages* (Pesan langsung)

Instagram bukan hanya sekedar aplikasi jejaring foto, saat ini Instagram juga memiliki fitur *direct message* yang dapat menghubungkan semua pengguna Instagram dan memungkinkan untuk berkirim pesan langsung ke sesama pengguna Instagram.

g) *Share* (berbagi)

Kegunaan fitur *Share* adalah pengguna Instagram dapat berbagi unggahan dengan pengguna lain. Hal ini memungkinkan setiap pengguna Instagram untuk saling bertukar informasi satu sama lain secara instan.

h) *Private Account*

Akun pribadi atau *private account* adalah salah satu fitur yang sudah ada sejak lama di Instagram. Akun *private* berfungsi untuk mengunci akun instagram dan tidak bersifat publik. Jadi pengguna lain harus mengikuti (*follow*) terlebih dahulu untuk bisa melihat unggahan di akun Instagram yang ada di pribadi.

i) *Snapgram*

Snapgram adalah fitur terbaru di Instagram. *Snapgram* merupakan terobosan terbaru yang memungkinkan setiap pengguna Instagram melakukan *story* (kisah/cerita) ini memiliki berbagai fitur lainnya seperti: *live, Ig TV, reels, create mode, boomerang, layout, multiple captures, level, photobooth, dan handsfree.*

b. Dampak Instagram terhadap Komunikasi Islam

Dampak menurut Waralah Cristo adalah sesuatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan, bisa positif atau negatif atau pengaruh kuat yang menimbulkan akibat negatif dan positif.⁴⁸

Menurut penulis, Jika ditinjau dari penggunaan Instagram, dampak positifnya yaitu :

- 1) Mahasiswa dapat belajar bagaimana beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.
- 2) Mahasiswa akan memiliki dorongan untuk belajar mengembangkan diri melalui teman-teman yang mereka temui secara online, karena mereka dapat berinteraksi dan saling menerima umpan balik.
- 3) Dengan adanya situs jejaring sosial membuat mahasiswa lebih bersahabat, perhatian, dan berempati. Misalnya, memperhatikan saat temannya berulang tahun, mengomentari foto maupun video, dan status teman-temannya, menjaga pertemanan meski tidak bisa bertemu secara fisik.

Gambaran dampak negatif atau positif yang terjadi jika kita tidak bisa mengontrol cara kita berbicara dan berkomunikasi di Instagram, hal itu akan berdampak buruk bagi diri kita sendiri, dan juga dampak perubahan sosial yang terjadi jika kita mengikuti kehidupan sosial masyarakat. orang yang terlalu banyak menggunakan Instagram. Tentunya hal ini akan membuat kita sadar dalam menggunakan Instagram. Tidak hanya itu, proses pergeseran atau perubahan struktur/tatanan dalam masyarakat mencakup pola pikir, sikap, dan kehidupan sosial yang lebih inovatif untuk mendapatkan kehidupan yang lebih bermartabat.

⁴⁸Waralah Cristo, *Pengertian Tentang Dampak*, (Jakarta: BandungAlfabeta, 2008), hal. 12

Skripsi ini berjudul Tinjauan Komunikasi Islam tentang Dampak Penggunaan Instagram dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare. Adapun beberapa kata yang digunakan dalam judul skripsi ini, agar tidak terjadi kesalahpahaman dan penafsiran dalam memahami isi skripsi ini selanjutnya, yaitu:

- 1) Komunikasi adalah dua orang atau lebih, bertindak bersama-sama, dan bertemu baik secara langsung atau melalui media tertentu (komunikasi interpersonal beralat) seperti: berbagi pengetahuan, pengalaman, pikiran, ide, dan perasaan (*to make common, sharing*).
- 2) Komunikasi Islam adalah proses penyampaian kebenaran Islam kepada masyarakat yang dilakukan secara terus menerus dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui perantara masyarakat yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan pemberian kesan pada kehidupan seseorang dalam aspek kaidah/aturan, ibadah dan muamalah.
- 3) Dampak adalah proses pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif).
- 4) Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

D. Kerangka Pikir

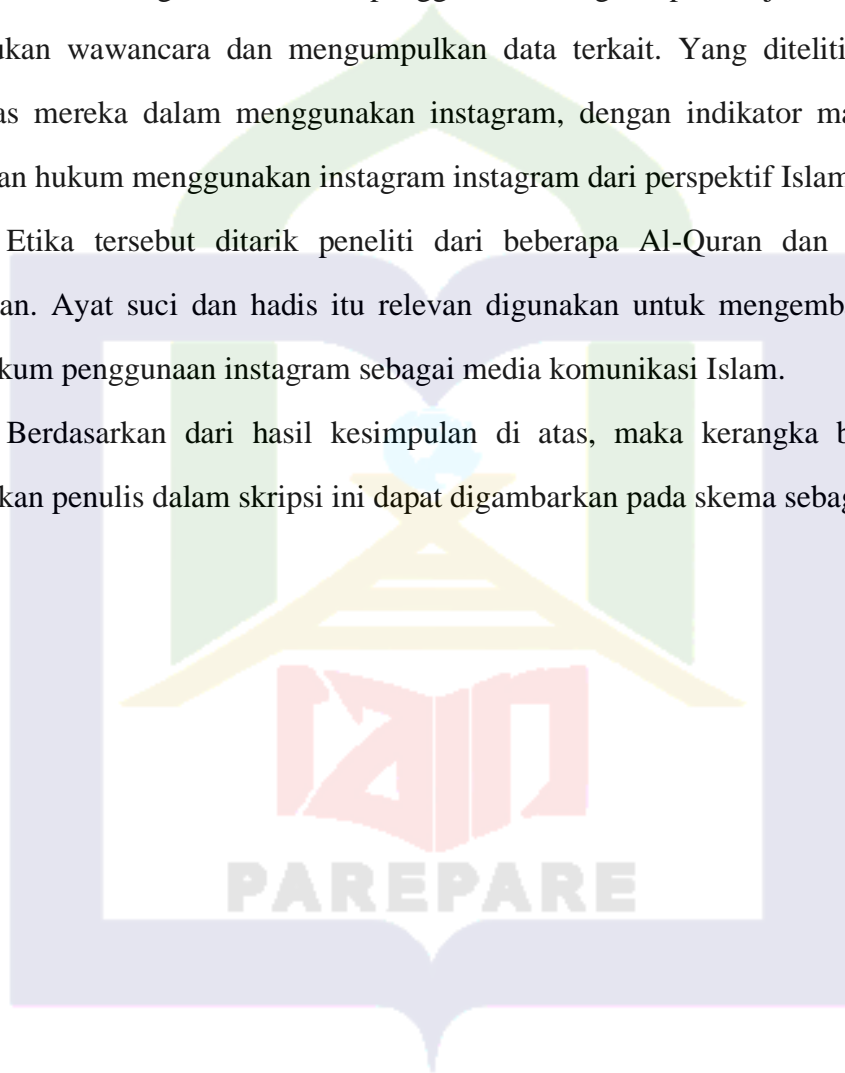
Tulisan ini mengkaji tentang tinjauan komunikasi Islam tentang dampak penggunaan Instagram pada mahasiswa IAIN Parepare, yakni sebuah pandangan

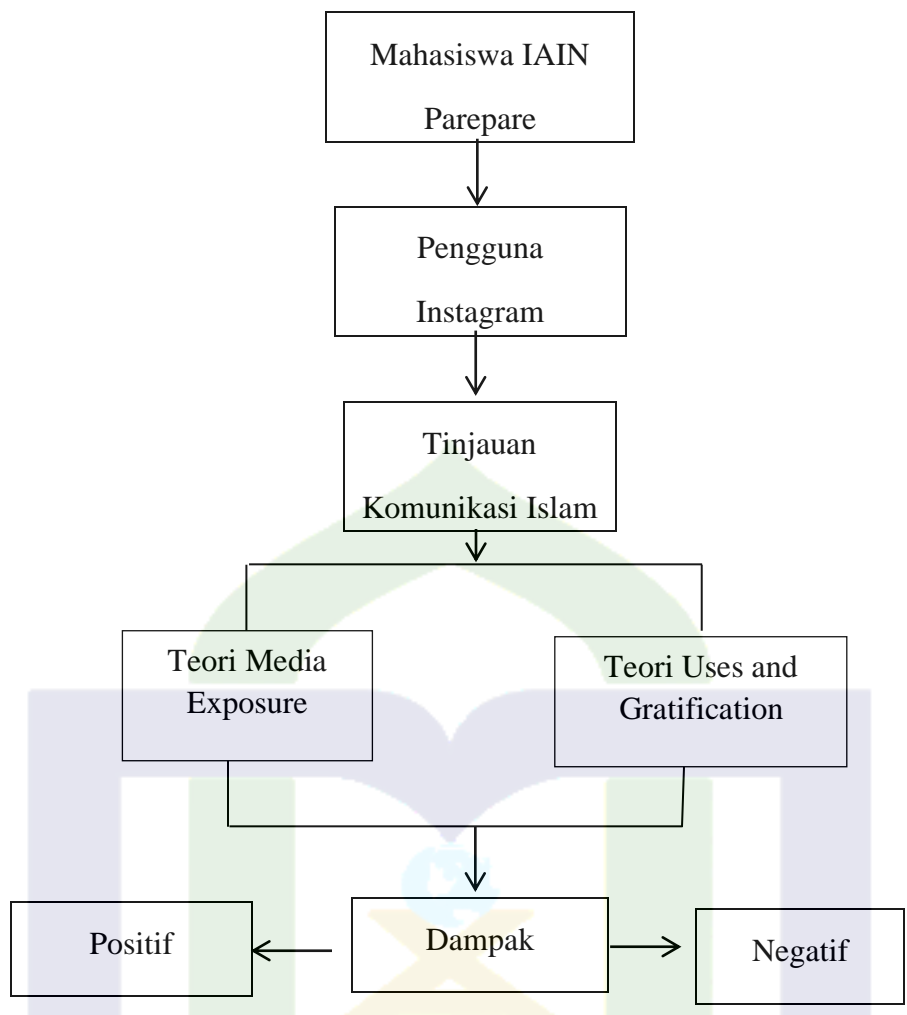
komunikasi Islam menyangkut penggunaan Instagram sebagai media sosial yang digunakan oleh mayoritas mahasiswa IAIN Parepare.

Penulis mengkaji realitas penggunaan instagram pada kalangan mahasiswa IAIN. Peneliti mengamati aktivitas penggunaan instagram pada sejumlah mahasiswa, melakukan wawancara dan mengumpulkan data terkait. Yang diteliti antara lain, aktivitas mereka dalam menggunakan instagram, dengan indikator masing-masing etika dan hukum menggunakan instagram dari perspektif Islam.

Etika tersebut ditarik peneliti dari beberapa Al-Quran dan Hadist yang berkaitan. Ayat suci dan hadis itu relevan digunakan untuk mengembangkan etika dan hukum penggunaan instagram sebagai media komunikasi Islam.

Berdasarkan dari hasil kesimpulan di atas, maka kerangka berfikir yang digunakan penulis dalam skripsi ini dapat digambarkan pada skema sebagai berikut:





Gambar 2.1

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif, sehingga jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan dalam meneliti kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kuncinya. Dalam penelitian ini, objek analisisnya adalah fenomena sosial dan budaya masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran kategorisasi tertentu.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi dan Penelitian

Lokasi penelitian yang juga merupakan objek penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sebagai subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama kurang lebih dua bulan karena untuk mendapat fakta yang lebih akurat dan terpercaya. Serta memudahkan penulis melakukan observasi yang lebih efektif karena ketertarikan terhadap fenomena yang terjadi.

C. Jenis dan Sumber Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Adapun data primer merupakan sasaran utama dalam mengkonfirmasi hasil awal yang diperoleh sertadigunakan sebagai bahan pendukung dan perbandingan dari hasil yang ditemukan.

1. Data Primer

Adapun yang menjadi data primer pada penelitian ini yaitu, peneliti terlebih dahulu mengamati aktivitas penggunaan instagram dengan cara mengambil beberapa kasus sebagai bahan tinjauan objek yang diteliti.

2. Data sekunder

Data sekunder pada penelitian ini yaitu pengambilan beberapa referensi berupa buku-buku, tulisan, maupun media lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian ini sebagai bahan rujukan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan informasi yang bukan hanya mengukur sikap responden (wawancara dan angket) tetapi juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan apabila penelitian dimaksudkan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Kelebihan teknik observasi, yaitu; data yang diperoleh merupakan data terbaru karena diperoleh dari keadaan yang terjadi pada saat kejadian dan informasi yang diperoleh lebih objektif dan jujur karena objek yang diteliti atau responden tidak dapat mempengaruhi pengumpulan data.

Observasi ini dilakukan untuk mengamati secara langsung dan mencatat pokok permasalahan yang diteliti yang berkaitan untuk memperoleh data yang jelas. Dalam hal ini peneliti mengamati sikap dan perilaku mahasiswa yang menggunakan Instagram.

2. Wawancara

Instrumen ini digunakan dengan cara mengumpulkan data melalui komunikasi atau tanya jawab terhadap objek yang diteliti yaitu mahasiswa. Peneliti juga mengajukan pertanyaan terstruktur secara lisan untuk mendapatkan respon objek secara spontan dan akurat.

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara. Teknik dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara merekam langsung dokumen tertulis, dokumen-dokumen dapat berupa tulisan, gambar dan lain-lain.

E. Penentuan Informan

Informan penelitian merupakan orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian merupakan seseorang yang dapat dimintai keterangan terkait data yang diinginkan oleh peneliti saat terjun kelapangan. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan *sample* didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai *sample*).⁴⁹

Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, artinya teknik penentuan sumber data mempertimbangkan terlebih dahulu, bukan diacak. Artinya menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian.

Adapun rincian informan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 85.

No.	Informan		
	Nama informan	Jumlah pengikut di Instagram	Jurusan
1.	Amrihani	1452	Komunikasi Penyiaran Islam
2.	Fefiyanti	1231	Pendidikan Bahasa Inggris
3.	Abd. Hamid	2086	Pariwisata Syariah
4.	Nelly Julia	4191	Pendidikan Matematika
5.	Sari Nurfadillah	1453	Perbankan Syariah
6.	Desi Tranita	1382	Komunikasi Penyiaran Islam
7.	Akmal	1123	Bimbingan Konseling Islam
8.	Ainun	2728	Akuntansi Syariah
9.	Nurulhuda	1541	Perbankan Syariah
10.	Sumiati	2545	Ekonomi Syariah
11.	Haniati	1437	Bimbingan Konseling Islam
12.	Nurfadilla	2071	Pendidikan Agama Islam
13.	Mariani	1800	Sejarah Peradaban Islam
14.	Akbar	2025	Hukum Ekonomi Syariah
15.	Muliati	1332	Pendidikan Bahasa Inggris
16.	Nasriah	1907	Manajemen Dakwah
17.	Ilham	1824	Jurnalistik Islam
18.	Irdha	3201	Manajemen Keuangan Syariah
19.	Wahyuddin	1002	Pariwisata Syariah
20.	Yasfina	1113	Pendidikan Agama Islam

Informan pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Parepare yang menggunakan Instagram. Dalam penelitian ini penulis mengamati mahasiswa yang mengikuti akun Instagram IAIN Parepare. Baik yang telah menyelesaikan perkuliahan strata 1 maupun mahasiswa yang masih aktif di kampus dan perkuliahan. Kemudian peneliti melakukan wawancara langsung dengan para informan. Peneliti juga memantau hal-hal yang berkaitan dengan akun Instagram informan, baik foto maupun video yang diposting di feed maupun story/cerita.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis informasi yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Adapun yang digunakan peneliti dalam hal ini yakni teknik analisis deskriptif, yaitu proses menganalisis informasi dengan menggambarkan fenomena yang ada. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, kegiatan, karakteristik, perubahan, hubungan, persamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lainnya.⁵⁰

Analisis data menurut Miles dan Huberman ada tiga, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data atau merangkum, adalah memilih hal-hal yang dianggap penting atau pokok, memfokuskan pada hal-hal yang dianggap sebagai titik fokus dan sesuai dengan judul penelitian yang diangkat. Hal ini dilakukan karena data yang diperoleh pada saat di lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga peneliti harus mencatat hal-

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2005), h.401

hal yang dianggap perlu secara rinci untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian yang kita teliti.

Reduksi data adalah bukan hal yang terpisah dari analisis, melainkan bagian dari analisis. Reduksi data adalah bentuk analisis yang memiliki fungsi untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara yakni kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi.⁵¹ Dalam hal ini reduksi informasi atau data merupakan hal yang paling awal dalam teknik analisis data, pada tahap ini, setelah data terkumpul melalui teknik pengumpulan data maka data akan dirangkum dengan memilih yang dianggap penting, memfokuskan hasil data tersebut dengan judul penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah kedua dalam proses analisis data yaitu melakukan penyajian data. Dalam model penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan membuat uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan melakukan penyajian data dapat memudahkan dalam memahami fenomena yang terjadi kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verification/Conclusion Drawing*)

Setelah melakukan reduksi data dan penyajian data, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan ini bisa berupa deskripsi

⁵¹Ezmir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Penerbit Rajawali Pers, 2011), h. 130

atau gambaran dari suatu objek yang belum jelas atau belum ada titik temu dari permasalahan yang ditemukan.⁵²

Tahap ini adalah tahap ketiga dalam proses analisis data. Data-data yang telah direduksi atau dirangkum kemudian disajikan dengan melihat tinjauan teori sebagai titik acuan dan bagian ketiga yaitu verifikasi atau penarikan kesimpulan dengan memberikan deskripsi dari hasil penelitian yang telah didapatkan.

Dalam menganalisis data yang ada, peneliti menggunakan pengolahan data kualitatif yaitu dengan melakukan observasi terlebih dahulu untuk mengetahui peristiwa apa yang telah terjadi, dan melakukan wawancara dengan melakukan tanya jawab sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dan setelah gejala atau peristiwa tersebut terkumpul, kemudian ditulis atau direkam sehingga informasi yang diperoleh tentang hal-hal yang diketahuinya menjadi jelas.

⁵²Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2005), h. 405-412

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Penggunaan Instagram di kalangan Mahasiswa IAIN Parepare

Instagram merupakan media sosial yang sedang menjadi trend saat ini diikuti oleh orang-orang yang senang dengan teknologi informasi dan selalu ingin tahu tentang informasi terbaru dan terupdate. Mahasiswa IAIN Parepare juga termasuk tidak mau ketinggalan dalam menggunakan Instagram. Dari sepuluh mahasiswa IAIN yang menjadi sampel penelitian, peneliti menemukan semuanya menggunakan Instagram dan mengaku aktif dalam menggunakannya.

Penggunaan instagram dikalangan mahasiswa yang tergambar dikalangan mahasiswa IAIN Parepare sesuai dengan teori *Uses and Gratification* terkait dengan penggunaan media sosial instagram yaitu kognitif, diversifikasi, dan identitas personal.

a. Kognitif

Dari segi kognitif lebih mengarah pada kebutuhan informasi, surveillance atau eksplorasi realitas. Sesuai dengan hasil wawancara dengan informan:

“Yang pertama saya lakukan ketika membuka instagram yaitu melihat insta story teman, mengecek berita-berita yang lagi viral, serta melihat postingan terbaru teman online, dan juga mengupdate insta story pribadi.”⁵³

Menarik yang disampaikan oleh Amrihani mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Adab dan Dakwah, dia mengatakan bahwa ketika membuka Instagram dia langsung mengecek berita yang sedang viral serta melihat update-an cerita dari teman yang diikutinya. Melalui Instagram mahasiswa dapat

⁵³Amrihani, Mahasiswa, hasil wawancara pada tanggal 9 Januari 2021 di Parepare

mendapatkan berita maupun informasi dengan mudah. Seperti yang disampaikan Fefiyanti kepada peneliti:

“Biasanya ketika saya membuka instagram itu kadang saya membaca quotes quotes islami yang ada di instagram, serta mencari informasi di berbagai akun yang saya ikuti.”⁵⁴

Hal yang berbeda yang disampaikan oleh saudari Fefiyanti salah satu mahasiswi jurusan Bahasa Inggris Fakultas Tarbiyah yang mengatakan bahwa ketika dia membuka Instagram untuk kebutuhan informasinya. Tidak hanya itu, dia juga suka membaca quotes Islami melalui Instagram.

Dari hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa melalui aplikasi Instagram mahasiswa dapat lebih mudah mendapatkan informasi maupun berita tanpa harus menonton di televisi ataupun membaca surat kabar. Karena zaman sekarang semakin canggih dan informasi pun bisa didapatkan lebih cepat.

b. Diversi

Dari segi diversi lebih mengarah pada kebutuhan akan pelepasan tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Menurut hasil wawancara dengan informan:

“Instagram adalah salah satu media sosial untuk menemukan berbagai macam hiburan seperti menonton video-video lucu yang muncul di beranda maupun story teman saya.”⁵⁵

Lebih rinci lagi, mengenai apa yang dilakukan ketika membuka Instagram, lima mahasiswa mengatakan Instagram digunakan juga untuk menonton video-video lucu yang muncul di beranda mereka atau dapat dilihat dari cerita yang di upoad oleh temannya. Sesuai dari hasil wawancara peneliti bahwa Instagram juga digunakan sebagai salah satu untuk kebutuhan hiburan.

⁵⁴Fefiyanti, Mahasiswa, hasil wawancara pada tanggal 25 Januari 2021 di Parepare

⁵⁵Nelly Julia, Mahasiswa, hasil wawancara pada tanggal 27 Januari 2021 di Parepare

c. Identitas personal

Dari segi identitas personal yakni menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Sesuai hasil wawancara dengan informan:

“Instagram adalah media yang penting karna salah satu sarana untuk mengambil hikmah dari dakwah-dakwah yang di posting oleh akun dakwah Islami seperti salah satu akun yang saya ikuti di Instagram yaitu @dakwah_kebaikan karna di akun tersebut saya mendapatkan pelajaran dan pengetahuan tentang islam penyajian ilmu melalui video yang sangat kreatif sehingga kita selaku penonton lebih tertarik untuk melihatnya.”⁵⁶

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Sari Nurfadillah salah satu mahasiswa Jurusan Syariah mengatakan bahwa aplikasi Instagram adalah salah satu saran untuk mengambil hikmah dari apa yang di posting oleh akun dakwah yang diikuti. Maka dari itu media ini penting buat mahasiswa agar memanfaatkan Instagram dengan baik dan lebih bermanfaat.

2. Tinjauan komunikasi Islam tentang Dampak penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare

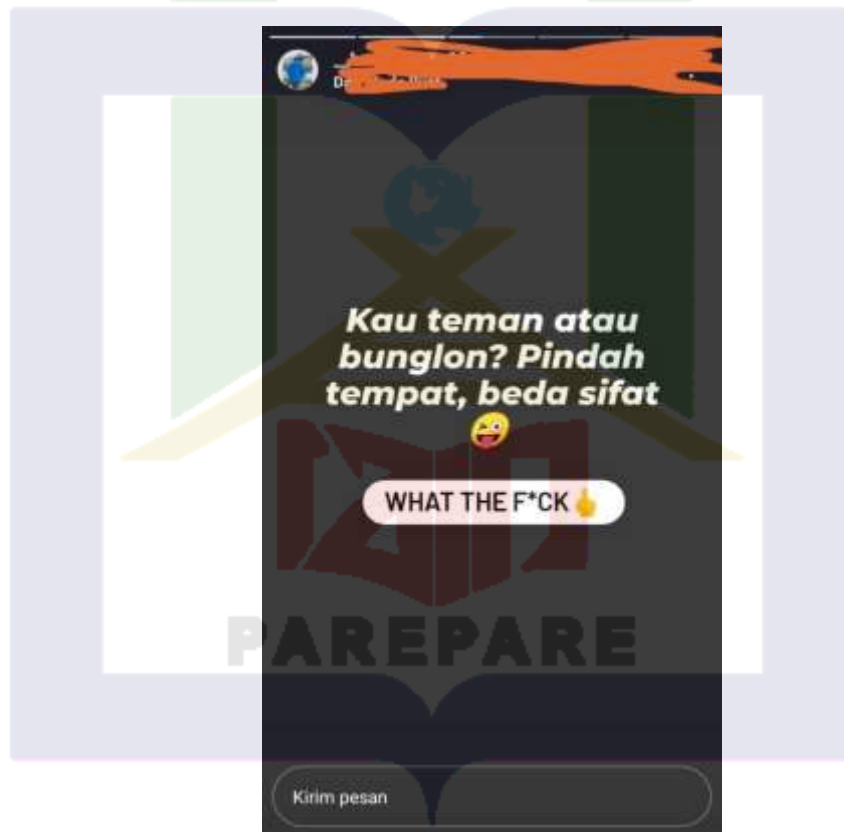
Telah dipaparkan sebelumnya mengenai banyak mahasiswa IAIN Parepare yang memiliki akun instagram serta berbagai kegiatan yang dilakukan ketika membuka akun instagram mereka.

Selanjutnya pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana tinjauan komunikasi Islam mengenai dampak penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Parepare terkait dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam yaitu qaulan baligha,

⁵⁶Sari Nurfadillah, Mahasiswa, hasil wawancara pada tanggal 1 Februari 2021 di Parepare

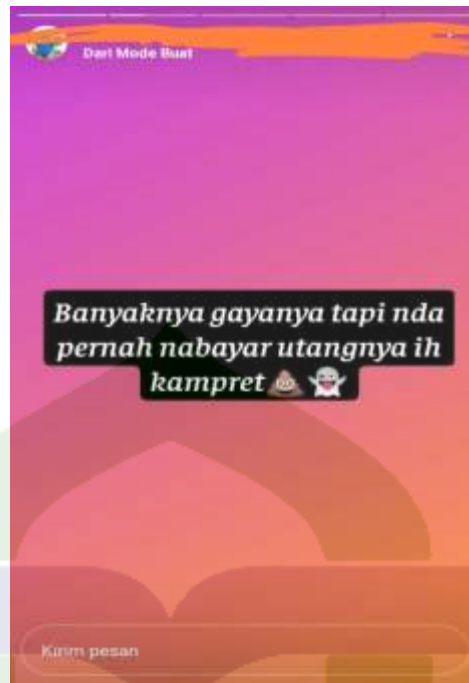
qaulan maisura, qaulan ma'rufa, qaulan sadidan, qaulan layyinan dan qaulan karima. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti bahwa terdapat beberapa pengguna media sosial Instagram di kalangan mahasiswa yang memposting foto di akunnya dengan menggunakan bahasa yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Seperti postingan-postingan berikut ini yang bisa dikatakan tidak sesuai dengan ajaran Islam:



Gambar 4.1

(sumber: *Instastory* di instagram)



Gambar 4.2

(sumber: *Instastory* di instagram)

Pada gambar diatas merupakan sebuah postingan status yang ditujukan untuk menyinggung seseorang sehingga hal tersebut tak dapat dipungkiri dapat membuat orang lain yang merasa tersinggung atas status tersebut. Sebagaimana firman Allah dalam surah Ali ‘Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahannya:

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka

bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (Q.S Ali ‘Imran: 159).⁵⁷

Hal ini merupakan sebuah gambaran dari salah satu prinsip komunikasi Islam yakni qaulan layyinan dengan kata lain kita dianjurkan untuk berkata yang lemah lembut, tidak menjatuhkan martabat orang lain. Sedangkan dari gambar diatas bertentangan dengan salah satu prinsip komunikasi Islam.



Gambar 4.3

(sumber: postingan Haniati)

Selanjutnya adalah gambar diatas yang mana menunjukkan seorang mahasiswi yang memposting fotonya sedang *selfie* dengan mengeluarkan lidahnya.

⁵⁷Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 71.

Pada gambar tersebut dikatakan hal yang tidak semestinya dilakukan dikarenakan dia seorang muslimah yang seharusnya memperlihatkan hal-hal yang baik saja.

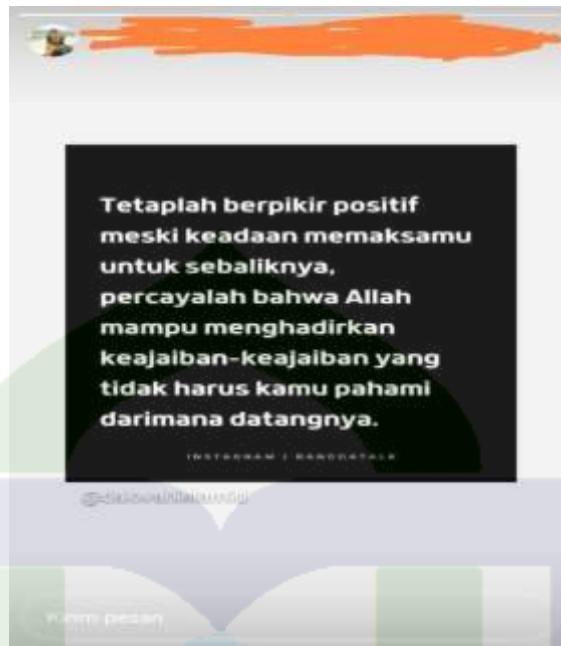
Salah satu prinsip komunikasi Islam yakni qaulan ma'rufa dengan kata lain kita dianjurkan untuk mengeluarkan kata-kata yang baik. Sedangkan dari gambar diatas bertentangan dengan ajaran Islam yang ada.

Mengenai gambar-gambar tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua mahasiswa IAIN Parepare menggunakan media sosial instagram sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga perlu diingatkan selalu bahwa dalam agama memandang pentingnya berkomunikasi atau menjalin hubungan kepada makhluk ciptaan Allah SWT hendaknya menggunakan tutur kata yang baik serta sopan.

Akan tetapi, peneliti juga meninjau ada beberapa mahasiswa yang menggunakan instagram sebagai ladang dakwah dan benar-benar menjadikan instagram untuk sesuatu yang lebih bermanfaat, seperti ajang silaturahmi, berdakwah, menimba ilmu dan sebagainya.



Gambar 4.4



Gambar 4.5

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa salah satu mahasiswa IAIN Parepare memanfaatkan media instagram sebaik mungkin dengan cara berdakwah di akun miliknya.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Ali ‘Imran: 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ
الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Terjemahannya:

“Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah

itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik”.⁵⁸

a. Dampak Instagram bagi Mahasiswa IAIN Parepare

Sebagai salah satu media sosial yang digunakan mahasiswa IAIN Parepare, Instagram memegang peranan penting dalam komunikasi dan dakwah Islam. Dan tidak menutup kemungkinan terkadang ada dampak negatif dalam menggunakan Instagram tersebut.

1) Dampak Positif

Di antara dampak positif Instagram dalam komunikasi Islam di IAIN Parepare adalah sebagai berikut:

(a) Tersedianya Sarana Dakwah Universal

Instagram bisa digunakan sebagai sarana dalam mendapatkan ilmu dan informasi mengenai dakwah, sehingga betapa banyaknya orang mendapatkan hidayah disebabkan menonton video maupun membaca quotes yang bersifat Islami. Sesuai dari hasil wawancara dengan informan:

“Instagram adalah media yang penting karena salah satu sarana untuk mengambil hikmah dari dakwah-dakwah yang diposting oleh akun @dakwah_kebaikan

(b) Wadah Silaturahmi

Selain digunakan sebagai sarana dakwah, Instagram juga bisa dijadikan sebagai tempat untuk menyambung silaturahmi antar teman, orang tua, saudara, dan lain sebagainya. Selain itu, Instagram juga dapat digunakan untuk bersosialisasi dengan publik, mengelola

⁵⁸Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 64.

jaringan pertemanan, dan beradaptasi dengan siapa saja, bahkan orang asing dari seluruh dunia.

(c) Alat Untuk Eksistensi Diri

Mahasiswa dapat menggunakan instaram dengan tujuan untuk mengekspresikan kepribadiannya masing-masing, salah satunya adalah untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan dirinya melalui *upload*-an foto yang mereka lakukan. Dalam hal ini mengupload foto di Instagram dapat memberikan kebebasan berekspresi untuk memenuhi kebutuhan tersendiri.

2) Dampak Negatif

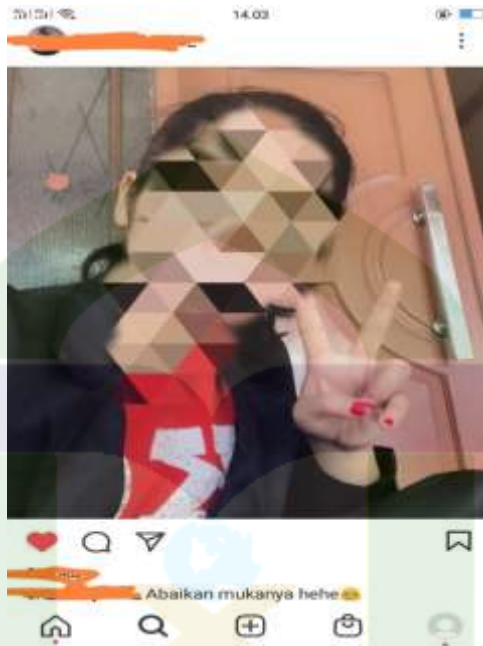
Seiring dalam perkembangannya, instagram memiliki banyak dampak positif bagi mahasiswa, namun di sisi lain media sosial ini juga memiliki dampak negatif bagi mahasiswa yang menggunakannya.

(a) Kecanduan

Banyak dari mahasiswa merasa asyik menggunakan instagram, sehingga mereka lupa pada waktu, tugas kewajibannya, bahkan ada yang sampai dibuat lalai dari aturan agama gara-gara kecanduan instagram.

(b) Wadah Maksiat dan Pamer Aurat

Banyak pengguna Instagram yang tidak mengindahkan aturan agama sehingga menjadikan Instagram sebagai tempat maksiat, berupa fitnah, gosip, pacaran dan lain sebagainya.



Gambar 4.6

Gambar di atas merupakan salah satu postingan mahasiswa IAIN Parepare yang tidak menutup aurat. Sebagai seorang mahasiswa IAIN Parepare setidaknya harus mengetahui batasan-batasan ketika ingin mengekspresikan diri lewat media. Salah satu bukti nyata yang tidak sesuai dengan ajaran agama adalah gambar di atas. Padahal dalam ayat telah jelas diperintahkan bahwa:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ
 بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ
 بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولَى
 الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنَ
 زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahannya:

“Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesama Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung”. (Q.S An-Nur: 31).⁵⁹

3) Mengurangi Hubungan Tatap Muka

Istilah “mendekatkan yang jauh tapi menjauhkan yang dekat” bisa menggambarkan dampak negatif media sosial yang satu ini. Semakin sering kita meng-*scroll* Instagram, semakin sedikit waktu yang kita miliki untuk berbicara tatap muka dengan orang-orang terdekat kita.

⁵⁹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Sygma Examedia Arkanleems, 2009), h. 353.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penggunaan instagram dikalangan mahasiswa yang tergambar dikalangan mahasiswa IAIN Parepare terkait dengan orientasi pada penggunaan media sosial instagram yaitu kognitif, diversif, dan identitas personal.
2. Tinjauan komunikasi Islam tentang Dampak penggunaan Instagram dikalangan mahasiswa IAIN Parepare memiliki 2 dampak yakni dampak positif dan negative. Di mana dampak positif instagram dalam komunikasi Islam di IAIN Parepare terdiri dari tiga bagian yaitu tersedianya sarana dakwah universal, wadah silaturahmi dan alat untuk eksistensi diri. Sedangkan dampak negatifnya yaitu kecanduan dalam menggunakan media sosial Instagram, menjadi wadah maksiat dan pamer aurat, dan mengurangi hubungan tatap muka.

B. Saran

Berdasarkan atas keseluruhan data yang diperoleh oleh peneliti dan segenap kemampuan yang dimiliki peneliti, maka beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah:

Sebagai pengguna media harusnya bijak dalam menggunakan instagram serta berhati-hati ketika men-*share* informasi ke media sosial karena itu bersifat publik. Selain itu, informasi yang disampaikan harus dengan bahasa yang santun dan sesuai dengan komunikasi Islam sehingga tidak menimbulkan multitafsir atau justru salah pemahaman dan menyinggung orang lain yang dapat menimbulkan kegaduhan di jejaring sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an Al- Karim.

Qader, Iman Khalid. 2011. *The Impact of Media Exposure on Intention to Purchase Green Electronic Product amongst Lecturers, International Journal of Business and Management.* Vol. 6. No.3.

Al-Mahalli, Jalaluddin dan Jalaluddin As-Suyut. 2004. *Hasyiyah as-Sawi 'ala Tafsir Jalalaini.* Bairut: Dar al-Fikri.

Al-Qasim, Abu.Al-Asfahani.*Al-Mufradat fi Gharib Alquran.*Beirut: Dar al-Ma'rifah.

Ardiansyah.*Tinjauan Etika Komunikasi Media Sosial Facebook Terhadap Mahasiswa Jurusan Dakwah Dan Komunikasi STAIN Parepare.*skripsi jurusan Dakwah dan Komunikasi.

Ariyanti,Aris. 2015. *Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Jejaring Sosial Facebook*".Skripsi jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Parepare.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012*Instagram Handbook.* Jakarta: Mediakita.

Awalis, Annisa Nahla. 2018. *Penerapan prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam rubrik hikmah di website Republika online,* skripsi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo.

Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation.* Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia.

Budiman, Jamaluddin. 2001. *Komunikasi Islam.* Jakarta: Academia Press.

Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Edisi. 2; Jakarta: Rajawali Pers.

Cartono. *Komunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial.*Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.Volume 9, No. 2 November 2018 (Diakses pada tanggal 29 agustus 2020).

Cristo, Waralah. 2008. *Pengertian Tentang Dampak.* Jakarta: BandungAlfabeta.

Dewi, Maya Sandra Rosita.2019. *Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam.* Jurnal Islam dan etika bermedia.vol. 3 no.1 Januari.

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.*Cet. 21; Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.

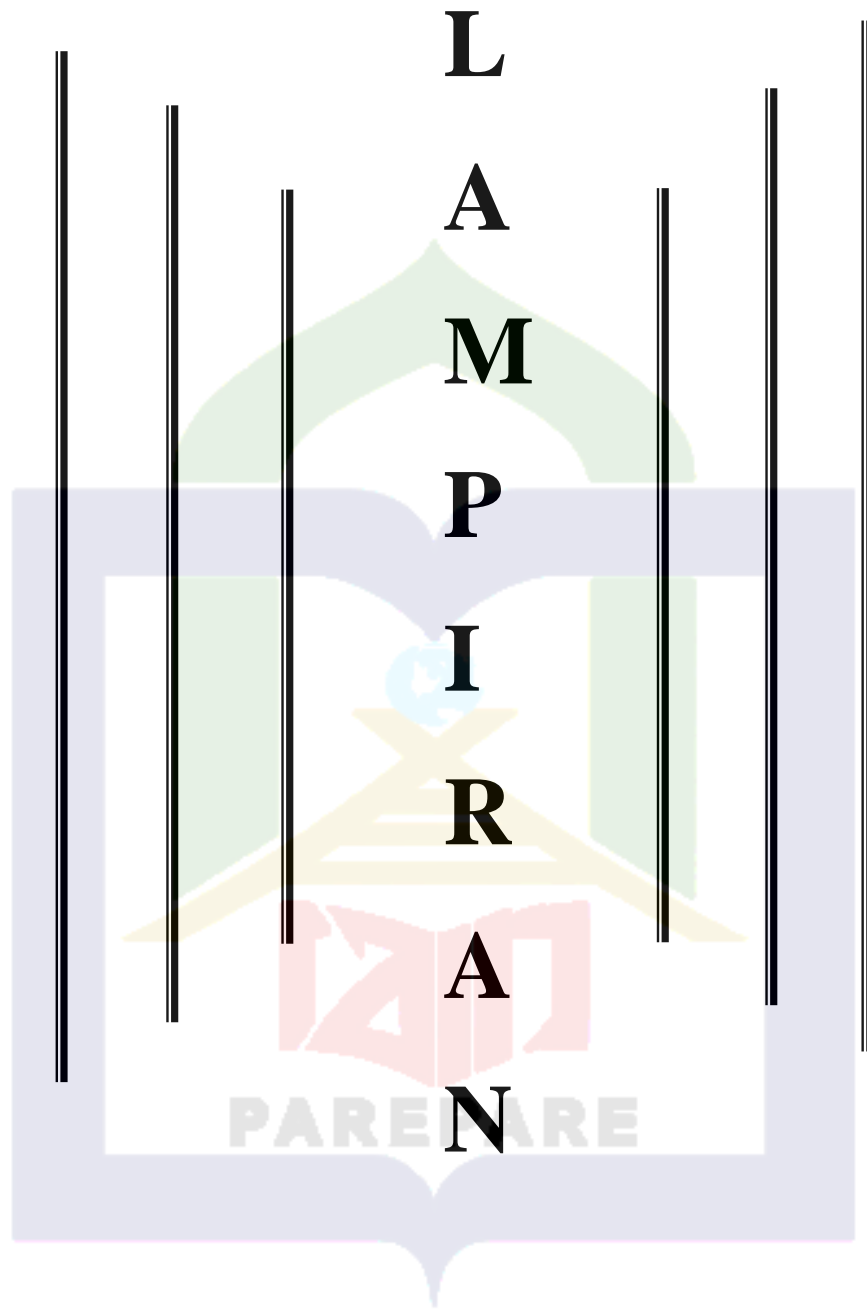
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Hefni, Harjani. 2014. *Komunikasi Islam*. Pontianak : IAIN Pontianak Pers.
- Hendri. 2005. *Komunikasi Islam*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Kurniyawan, Muhammad Chandra.2016. *Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Terpaan media terhadap Keputusan Adopsi Audiobook*, Teis Program Pascasarjana.Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Mass, Shore L. 1985. *Media for Developement: A Reexamination of Access, Exposure and Impact*. New York: Prager Publishers.
- Mudassir, Rayful.2019 *.Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia*, (<https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>).
- Muis, Andi Abdul. 2001. *Komunikasi Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Munawwaroh, Putri Raudatul. 2018. *Pengaruh Eksposur Media pada Akun Instagram (Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Siak Sri Indrapura*. JOM FISIP. Vol. 5. NO. 1 April. Diakses di <https://media.neliti.com/media/publications/199786-none.pdf>, Pada tanggal 29 November 2020.
- Munawwir, AhmadWarson. 2002. *Kamus Al-Munawwir*. Cet. XXV; Surabaya: Pustaka Progressif.
- Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nniezht.2015. Komunikasiinniezeht.html. *WordPress.com* 27 Agustus.
- Sari, Meutia Puspita. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*.Fakultas Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Riau. Volume 4, No. 2 Oktober 2017 (Diakses pada tanggal 29 agustus 2020).
- Sendjaja, Djuarsa. 2004.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shihab, Quraish. 2000. *Tafsir al-Misbah*.Jilid. II; Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, Quraisy. 2007. *Wawasan Al-quran; Tafsir Tematik Pelbagai Persoalan Umat*. Cet. II; Bandung: Mizan.

Suprpto, Tommy. 2011.*Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*.Cet. 1; Yogyakarta: Caps.

Syamsudin, AanMunawar. 2013.*Metode Riset KuantitatifKomunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta; Graha Ilmu.





SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : Amrihani

Alamat : Kota Parepare

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Reski Aulia untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 9 Januari 2021

Yang bersangkutan,



Amrihani

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : Haniati

Alamat : Masolo, Pinrang

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Reski Aulia untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2 Februari 2021

Yang bersangkutan,



Haniati

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Tesponden

Nama : Abd. Hamid

Alamat : Pinrang

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Reski Aulia untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 Januari Mei 2021

Yang bersangkutan,



Abd. Hamid



IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : Sari Nurfadillah

Alamat : Barru

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Reski Aulia untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Februari 2021

Yang bersangkutan,



Sari Nurfadillah

IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : Desi Tranita

Alamat : Sidrap

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Reski Aulia untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare.**

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 29 Januari 2021

Yang bersangkutan,



Desi Tranita



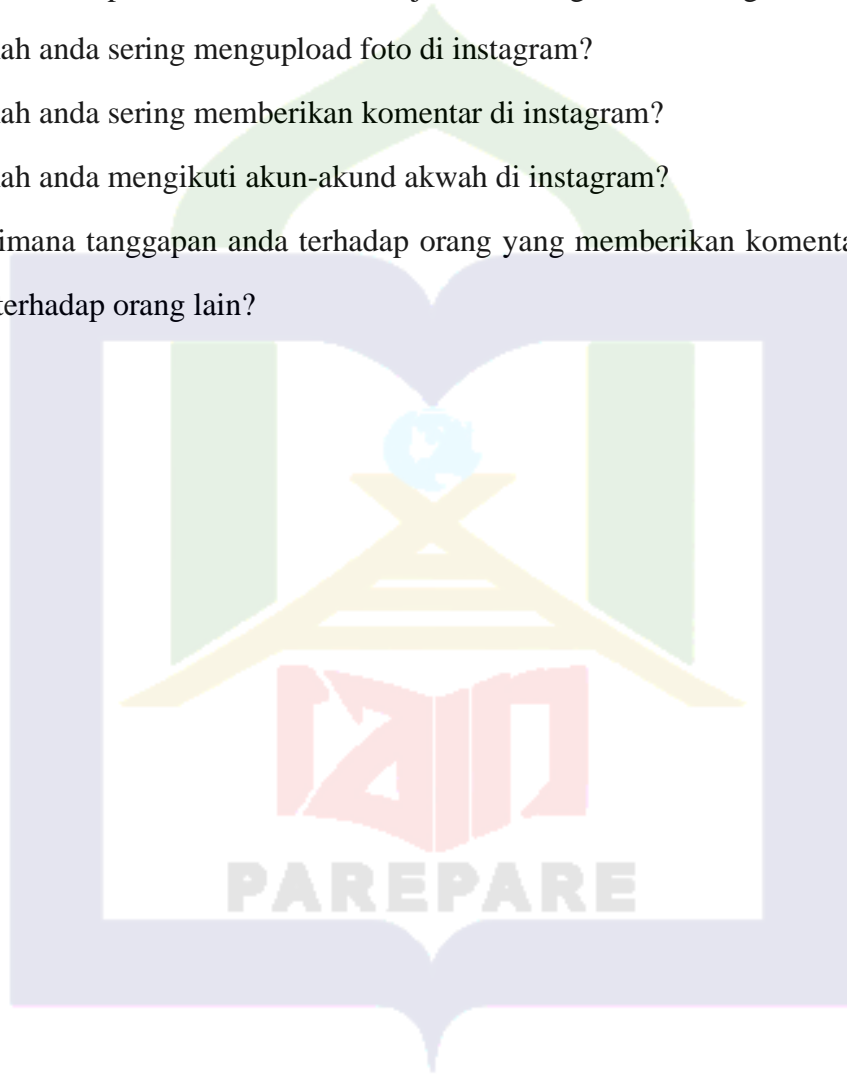
IAIN
PAREPARE





Pedoman Wawancara:

1. Apakah anda memiliki akun instagram?
2. Apa yang sering anda lakukan saat anda menggunakan instagram?
3. Apakah anda pernah menceritakan kejelekan orang lain di instagram?
4. Apakah anda sering mengupload foto di instagram?
5. Apakah anda sering memberikan komentar di instagram?
6. Apakah anda mengikuti akun-akund akwah di instagram?
7. Bagaimana tanggapan anda terhadap orang yang memberikan komentar yang tidak baik terhadap orang lain?



DOKUMENTASI



1. iya saya punya akun instagram
 2. yg biasa sya lakukan itu melihat beberapa insta story dari beberapa teman , tapi lebih sering cari info dibeberapa akun yg saya ikuti
 3. tidak, sebab kejelekan itu adalah aib, dan kejelekan seseorang itu harusnya kita jadikan suatu pelajaran.
 4. yahh sering tapi hanya berupa story saja .
 5. ya sering , saya suka pasang komentar diberanda teman , intinya ketika saya kagum, yah saya komen haha
 6. yahh , ada banyak yang saya ikuti .
 7. menurut saya sih itu adalah ujian , dimana ujian itu harus kita syukuri , sebab seburuk buruknya sesuatu itu datangnya dari tuhan . dan menurut saya, komentar tidak baik itu sebenarnya bukan untuk menjatuhkan , tapi ini adalah salah satu ujian tuhan yang dimana kita jadikan sebuah motivasi untuk jauh lebih baik lagi .

1. Iya saya memiliki dan menggunakan instagram
 2. Biasanya saya melakukan pencarian seseorang, scroll timeline, dan melihat beberapa informasi
 3. Tidak pernah
 4. Tidak begitu sering, tergantung mood sajaa
 5. Tidak. Kecuali yang penting² saja.
 6. Iya, tpi tdk terlalu banyak
 7. Menurut sayaa itu merupakan perbuatan yg tidak baik. Apalgi menceritakan kejelekan seseorang di media sosial. Lebu parahnya ketika

Lebih parahnya ketika komentar itu tersebar luas dan merugikan pihak yg bersangkutan.

1. Iya
 2. Melihat postingan cerita teman saya, dan juga membuka beberapa video hiburan di explorer
 3. Tidak pernah, karena saya jarang memposting cerita di instagram, kalau ada itu hanya foto kebersamaan saya dengan keluarga dan kerabat dekat.
 4. Tidak, karena saya tidak punya banyak foto yang bisa di upload dan hanya mengupload foto disaat ingin saja.
 5. Jarang, biasanya saya berkomentar di foto teman jika mereka yang minta tolong untuk di ramaikan kolom komentar di fotonya.
 6. Iya, seperti hawarriyun dan sang istri dena haura. saya banyak mengambil pelajaran tentang kehidupan bersyariat lewat postingan postingan yang mereka berikan di instagram. Mereka pasangan yang realistis dan banyak memotivasi para kaum muda seperti kita.
 7. Menurut saya, memberi komentar

kaum muda seperti kita.
 7. Menurut saya, memberi komentar itu adalah hak setiap orang akan tetapi jika mereka berkomentar membawa nama baik orang lain maka hal tersebut tidak baik. Apalagi jika yang mereka berkomentar tidak sesuai dengan fakta hanya mengumbar kebencian. Hal ini akan mempengaruhi orang lain yang melihat komentar tersebut percaya terhadap rumor. Nah hal inilah yang menjadi kebiasaan dari warga negara kita, karena kebanyakan dari mereka hanya bisa melihat apa yang terjadi di layar ponsel mereka tanpa mengetahui kisah sebenarnya dibalik layar. Saran saya, kepada masyarakat semua agar beramai ramai dalam berbuat kebaikan, mengupload foto/video yang bermanfaat saja dan berkomentar yang sewajarnya saja. karena setiap satu huruf komentar kita, nantinya akan di pertanggungjawabkan di akhirat.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Sumpang, Kota Parepare 91132 Telpom (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor B-14 In.39.7/PP.00.9/01/2021
 Lampir
 Hal Izin Melaksanakan Penelitian

Parepare, 04 Januari 2021

Kepada Yth
 Walikota Parepare
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
 Di Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa

Nama	: Reski Aulia
Tempat/Tgl. Lahir	: Pinrang, 06 September 1998
NIM	: 16.3100.038
Semester	: IX
Alamat	: Jl. Lingkar Tassiso

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah Kota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"Tinjauan Komunikasi Islam Tentang Dampak Penggunaan Instagram Dikalangan Mahasiswa IAIN Parepare"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari 2021 S/d Februari 2021.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,
 Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Dr. H. Abd. Halim K., M.A
 NIP. 19590624 199803 1 001



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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Nomor : B- 69 /In.39.4/PP.00.9/06/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Biro AUAK Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : RESKI AULIA
Tempat/Tanggal Lahir : Pinrang, 06 September 1998
Nim : 16.3100.038
Fakultas/ Prodi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Kampung Baru, Kec. Batulappa

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :
**"TINJAUAN KOMUNIKASI ISLAM TENTANG DAMPAK PENGGUNAAN INSTAGRAM
DIKALANGAN MAHASISWA IAIN PAREPARE"**
Mulai tanggal 07 Januari s/d. 07 Pebruari 2021.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

10 Juni 2021

Kepala Biro AUAK



Hj. Musyarrafah Amin

BIOGRAFI PENULIS



RESKI AULIA, lahir pada tanggal 06 September 1998 di Pinrang, Sulawesi Selatan. Anak kelima dari lima bersaudara, anak dari pasangan alm. Bapak Hasyim dan Hafsa.

Penulis memulai pendidikan di MI DDI Padanglolo pada tahun 2004 sampai 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di MTS DDI Padanglolo pada tahun 2010 sampai 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di MAN Pinrang 2013-2016.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada tahun 2016.

Saat ini saat perkuliahan penulis aktif menjadi salah satu penyiar radio kampus yakni Radio Akademia 107,7 Fm IAIN Parepare dan aktif mengikuti seminar-seminar baik itu yang ada di kampus. Selama kuliah penulis telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Radio Venus Kota Makassar. Dan telah melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di kampung sendiri disebabkan *corona virus* pada tahun 2020.









