

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMANFAATAN AKUN *INSTAGRAM*  
LDM AL-MADANI DALAM PENYEBARAN DAKWAH ISLAM**



**OLEH**

**SRI RADIYANINGSI SALMAH  
18.3600.023**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023 M/ 1444 H**

**ANALISIS PEMANFAATAN AKUN *INSTAGRAM*  
LDM AL-MADANI DALAM PENYEBARAN DAKWAH ISLAM**



**OLEH:**

**SRI RADIYANINGSI SALMAH  
18.3600.023**

Skripsi sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2023 M/ 1444 H**

### PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani  
Dalam Penyebaran Dakwah Islam.  
Nama Mahasiswa : Sri Radyaningsi Salmah  
Nim : 18.3600.023  
Program Studi : Jurnalistik Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
: Fakultas Ushuluddin/1Adab dan Dakwah  
: No. B-2720/In.39.7/12/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

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

NIP

: 197612312009011047

Pembimbing Pendamping

: Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I (...)

NIP

: 197507042009011006

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah



Dr. A. Nurhidayah, M.Hum  
NIP: 196412311992031045

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi

: Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam.

Nama Mahasiswa

: Sri Radiyaningsi Salmah

NIM

: 18.3600.023

Fakultas

: Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Program Studi

: Jurnalistik Islam

Dasar Penetapan Pembimbing

: No. B-2720/In.39.7/12/2021

Tanggal Kelulusan

: 10 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I

(Ketua)

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I

(Sekretaris)

Nurhakki, S.Sos., M.Si

(Anggota)

Sulvinajayanti, M.I.Kom

(Anggota)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah



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

## KATA PENGANTAR

سَمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

لِحَمْدِ اللّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِیْنَ وَالصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلٰی اَشْرَفِ الْاَنْبِیَاءِ وَالْمُرْسَلِیْنَ وَعَلٰی اٰلِهِ وَصَحْبِهِ اَجْمَعِیْنَ اَمَّا بَعْدُ

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk serta rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Sosial (S.sos) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah “Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Salawat dan salam tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya, sebagai teladan dan semoga senantiasa menjadikannya yang agung di semua aspek kehidupan.

Peneliti menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua, Ayahanda H. Abd Salam dan Ibunda Hj. Mahadiah yang telah membesarkan, mendidik, serta memberikan seluruh cinta dan kasih sayangnya, tak hentinya memanjatkan doa demi keberhasilan dan kebahagiaan peneliti. Kepada saudariku Hasmah Salmah S.Pd, Multasyam Salmah S.H, Sarmila Salmah, Nurhaimin Salmah dan Auliyah Ulfa serta keluarga yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta doa yang telah diberikan kepada peneliti.

Peneliti telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari dosen pembimbing Bapak Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos. I selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos. I selaku pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan ilmu, motivasi, nasehat, dan arahan Bapak yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.

3. Bapak Dr.Iskandar, S.Ag., M.Sos.I selaku Wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah sekaligus penguji di Seminar Proposal atas saran dan dukungan kepada penulis agar menyelesaikan studi dengan cepat.
4. Bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi/Jurnalistik Islam atas dorongan dan dukungannya kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi.
5. Bapak/Ibu Dosen dan jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah membantu mulai dari maba sampai akhir.
6. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi untuk skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Jurnalistik Islam Angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu terima kasih atas kerja samanya selama ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan terimakasih untuk diri ku sendiri yang telah berjuang sabar melewati semua sampai dengan detik ini. kamu hebat.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 26 Januari 2023

19 Rajab 1444 H

Penyusun



Sri Radyaningsi Salmah

NIM: 18.3600.023

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Sri Radiyaningsi Salmah

Nim : 18.3600.023

Tempat Tanggal Lahir : Kanang, 29 juli 1999

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul Skripsi : Analisis Pemanfaatan Akun *Instaram* LDM al-Madani

Dalam Penyebaran Dakwah Islam.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 26 Januari 2023

19 Rajab 1444 H

Penyusun



Sri Radiyaningsi Salmah

NIM: 18.3600.023

## ABSTRAK

**Sri Radiyaningsi Salmah.** “*Analisis Pemanfaatan Akun Instagram LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam*” (Bimbingan Oleh Bapak Ramli dan Bapak Iskandar).

Penelitian ini membahas tentang analisis pemanfaatan akun *Instagram* LDM al-Madani dalam penyebaran dakwah Islam. Tujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Instagram* pada anggota LDM al-Madani serta untuk mengetahui bagaimana penggunaan skill konten dakwah di *Instagram* LDM al-Madani.

Lokasi penelitian ini dilakukan di sekretariat Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) al-Madani IAIN Parepare. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif untuk memecahkan masalah yang diangkat di Analisis dengan menggunakan metode pendeskripsian dengan jenis penelitian lapangan, sumber informasi diperoleh dari data Primer dan data Sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan *Instagram* Pada Anggota LDM al-Madani, Hampir semua mengungkapkan bahwa *Instagram* adalah media yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa dipastikan bahwa banyak yang menonton atau pun men *share* dan melihat pesan dakwah yang disampaikan melalui *Instagram*. Penggunaan Skill Konten Dakwah LDM al-Madani, skill dalam konten dakwah di *instagram* yang pertama menuangkan ide ke dalam konten apa yang kita akan sampaikan kepada pengguna misalnya konten tersebut berupa foto yang memiliki tulisan berupa kata-kata dakwah yang ditujukan kepada pembaca. Skill yang kedua adalah desain grafis sangat diperuntukkan kepada pengurus sehingga dalam pembuatan konten mengetahui ide dan desain apa yang akan ditampilkan kepada pembaca. Pada penelitian ini penulis menggunakan Teori yakni; Teori Kekayaan Media (*Richness Theory*).

**Kata Kunci:** Analisis, Pemanfaatan *Instagram*, LDM Al-Madani, Dakwah Islam.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	7
B. Tinjauan Teori.....	9
C. Tinjauan Konseptual.....	13
D. Kerangka Pikir .....	34
BAB III .....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
C. Fokus Penelitian.....	36
D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan .....	36
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	38
F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	38
G. Uji Keabsahan Data .....	39
H. Teknik Analisa Data .....	41

BAB IV .....	42
A. Hasil Penelitian .....	42
1. Pemanfaatan Akun <i>Instagram</i> .....	42
2. Penggunaan skill konten dakwah Instagram .....	52
BAB V .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	I
Alquran dan TerjemahannyaDepartemen Agama RI h.64.....	I



**DAFTAR GAMBAR**

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	37
3.1	Informan Penelitian	41
4.1	Gambar Quotes LDM Al-Madani IAIN Parepare	52
4.2	Gambar Quotes LDM Al-Madani IAIN Parepare	53

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat izin meneliti dari Kampus IAIN Parepare	6
2.	Surat keterangan izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare	7
3.	Surat Keterangan Selesai Meneliti	8
4.	Pedoman Wawancara	9
5.	Dokumentasi	10
6.	Surat Keterangan Wawancara	27
7.	Biografi Penulis	37

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	tha	th	te dan ha
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	dhal	dh	de dan ha

ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qof	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em

ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
أُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ/آي	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمٌ : *Nu`ima*

عُدُوٌّ : *‘Aduwwun*

Jika huruf *ع* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : “Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

#### h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fī rahmmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

*Naṣr Hamīd Abū Zaid*, ditulis menjadi *Abū Zaid, Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid, Naṣr Hamīd Abū*)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS ... ..: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة  
دن = بدون ناشر  
إلى آخرها/إلى آخره = الخ  
ج = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media *Instagram* menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah secara serentak dan efisien. Tidak ada jarak antara komunikator (*da'i*) dengan komunikan (*mad'u*) sehingga media *Instagram* menjadi media alternatif bagi para da'i dan daiyan untuk menyampaikan pesan dakwah dan tetap menyebarkan kebaikan, mengikuti petunjuk sesuai ajaran Allah dan Rasulnya.

Instagram saat ini memiliki banyak fitur yang bisa dimanfaatkan secara maksimal dengan konten-konten yang dapat memberikan edukasi kepada masyarakat melalui media sosial. Sebagai contoh, konten dakwah dengan gambar atau video yang berisi *caption* penjelasan mengenai gambar, video tersebut.<sup>1</sup>

Salah satu Lembaga Dakwah Mahasiswa IAIN Parepare atau disebut dengan LDM al-Madani yang memanfaatkan *instagram* sebagai media dalam menyebarkan dakwah Islam, dengan jumlah *Followers* pada akun *Instagram @ldmalmadani\_iainparepare* semakin meningkat dari waktu ke waktu sebanyak 716 pengikut sampai sekarang dan 322 postingan. Dengan berbagai konten yang menambah daya tarik tersendiri untuk diteliti.<sup>2</sup>

Para *da'i* merupakan mahasiswa aktif yang bergabung dalam organisasi kelembagaan. Mereka para pengurus dan anggota memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai sarana dalam menyebarkan konten dakwah keagamaan, dengan postingan yang dikemas semenarik mungkin untuk dibaca sehingga mudah dipahami oleh setiap kalangan

---

<sup>1</sup>Memanfaatkan media sosial *instagram* untuk memperkenalkan kearsipan di Indonesia, 10 Agustus 2018, <https://pusdok.sv.ugm.ac.id/2018/10/08/memanfaatkan-media-sosial-instagram-untuk-memperkenalkan-kearsipan-di-indonesia/>, di akses 27 November 2022

<sup>2</sup>Ahmad, h. f. (2021). Pemanfaatan media dakwah pada akun *Instagram* dalam membentuk sikap religius mahasiswa pendidikan agama islam (PAI) di Iain Tulungagung.

tanpa batas usia maupun latar belakang lainnya. Hadirnya media sosial seperti *Instagram* ini menjadi salah satu media dakwahnya untuk syi'ar melalui tulisan ataupun kata-kata. Meskipun jarak jauh pembaca akan tetap merasakan kemanfaatan dari para da'i dan daiyah tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Dengan selalu berkembangnya teknologi maka dakwah bisa dilakukan dengan cara. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari raya islam saja, majelis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. Dalam menyampaikan dakwah harus menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu media yang menggunakan suara atau gambar yang bisa dilihat dan didengar.

Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial *Instagram* , yang memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dan menyampaikan dakwah secara singkat, simple dan luas. Peran media sosial dalam menyampaikan dakwah kini juga menjadi sangat penting, melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan manusia kini media sosial tidak hanya menjadi media untuk berkomunikasi dengan orang lain. Segelintir orang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berbagi ilmu dan pengetahuan, salah satunya seperti dakwah. Menurut Jhon W. Anderson yang dilansir dari [geotimes.co.id](http://geotimes.co.id) teknologi telah mengubah segala aspek kehidupan salah satunya dakwah agama. Media sosial memungkinkan materi keagamaan dan menyebar dengan luas dan cepat serta mempengaruhi banyak orang dalam waktu yang singkat.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Siti Puspita Dewi “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah” (Studi Kualitatif Tentang Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah Oleh Anggota Komunitas Jaga Sesama Solo), h. 2.

Alasan para pendakwah menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan agama karena mereka menysasar anak-anak mudah. Generasi milenial adalah generasi paling melek dan akrab terhadap teknologi, di sertai dengan pengguna media sosial terbanyak yang paling banyak peminatnya.<sup>4</sup>

Dengan adanya fakta ini , maka media sosial dapat dijadikan media baru dalam mengkomunikasikan pengetahuan agama kepada remaja. Kedekatan remaja dengan media sosial serta kegunaannya yang beragam dapat dimanfaatkan untuk mengenal ajaran agama. Fenomena lain juga muncul dikalangan generasi milenial, yaitu fenomena “hijrah”. Kata-kata “hijrah” juga sudah menjadi hak yang sangat lumrah dalam konten dakwah di *Instagram*. Bahkan akun-akun dakwah seperti LDM Al-Madani serta akun dakwah lainnya juga mengajak para remaja untuk “hijrah”. Tetapi masih banyak remaja yang memiliki pemahaman lain mengenai konten “hijrah” yang sebenarnya. Pengertian “hijrah” menurut generasi milenial yaitu lebih kepada perubahan sikap, perilaku, cara berpakaian yang lebih tertutup, serta gaya hidup. Selain itu konten yang diunggah pada media sosial Instagram juga akan berubah, biasanya konten yang di unggah berupa ceramah Ustadz-Ustadz terkenal dimedia sosial, kemudian motivasi untuk memperbaiki diri.

Skill berdakwah lewat *Instagram* pada akun (*ldmalmadani-iainparepare*) masih terlalu sedikit dengan postingan tentang dakwah, yang seharusnya di isi dengan konten-konten dakwah berupa gambar ataupun video. Tetapi yang saya lihat akun media sosial instagram (*ldmalmadani\_iainparepare*) hanya sebatas struktur organisasi saja dan postingan-postingan kegiatan yang dilaksanakan oleh para anggotanya.

Konten-konten dakwah mulai memiliki banyak peminat , maka timbul lah suatu komunitas-komunitas untuk mewedahi dan menjadi sarana untuk bertukar informasi. Seperti yang ada di kampus IAIN Parepare ini memiliki suatu organisasi internal yang banyak

---

<sup>4</sup> Dewi, S. P. (2018). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah (Studi Kualitatif Tentang Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah Oleh Anggota Komunitas Jaga Sesama Solo).

peminatnya juga untuk memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan suatu dakwah di media akun *Instagram* (*ldmalmadani\_iainparepare*) dengan tema perjuangan dakwah Rasulullah Saw. Dalam menyebarkan dakwah Islam.

Media sosial dapat digunakan untuk berdakwah salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* ialah salah satu aplikasi media sosial dari *smartphone* yang digunakan untuk membagikan foto dan video, *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita mem-*follow* akun *Instagram* kita. Makin populernya *Instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video membuat para pengguna akun media *Instagram* turut membagikan pesan dakwanya melalui *Instagram* mereka.<sup>5</sup>

*Instagram* merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui *Instagram*-lah dakwah dibagikan dengan meng-*upload* sebuah caption, foto ataupun video, sehingga para *Mad'u* dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video, caption atau foto yang dibagikan oleh akun media *instagram* tersebut.

Akun *Instagram* (*ldmalmadani\_iainparepare*) adalah salah satu contoh akun media sosial yang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai trend media dalam berdakwah dengan menggunakan foto, caption, dan video yang *relate* atau yang terjadi yang dialami langsung oleh kaum milenial terkait permasalahan kehidupan sehari-hari.

Meskipun konten-konten yang ada di akun *Instagram* (*ldmalmadani\_iainparepare*) masih perlu di perhatikan dan dikembangkan lebih banyak lagi, agar pesan dakwah bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat atau pengguna media sosial *Instagram*.

---

<sup>5</sup> Dewi, S. P. (2018). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah (Studi Kualitatif Tentang Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah Oleh Anggota Komunitas Jaga Sesama Solo).

Penggunaan media sosial *Instagram* dalam melakukan kegiatan dakwah sangat bermanfaat di saat seperti ini, karena dalam meng-*aploud* konten-konten dakwah di media sosial baik secara gambar, video ataupun kata-kata adalah hal yang paling tepat untuk penggunaan media sosial yang baik.

Di era digital saat ini peran dakwah ini sangat penting, tidak hanya dilakukan di tempat ibadah, maupun di luar sana tetapi bisa dilakukan di media sosial karena masyarakat sudah sibuk dengan aktivitasnya masing-masing jadi mereka tidak sempat untuk menonton dakwah di televisi ataupun di mimbar saja, namun masyarakat punya cara untuk mendapatkan informasi dakwah melalui *Instagram*. Media sosial dimana tempat dan waktu yang dimana saja dilakukan untuk berdakwah dan menjangkau semua khalayak dan memiliki massa yang banyak, dapat memperluas jangkauan berdakwah. Semakin banyak menggunakan media untuk menyebarkan akan luas, hal ini yakni oleh generasi muda yang menggunakan media sosial, juga para kesadaran pendakwah bahwa media sosial juga mempunyai kekuatan yang sangat luar biasa karena tersebarnya konten yang di buat.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi latar belakang inilah dapat dilihat, sebagaimana pemanfaatan yang saya maksudkan adalah sebagai *Leader* (pemimpin) dalam penyebaran dakwah Islam bukan sebagai penikmat dakwah ataupun *Followers*, yang ingin diteliti oleh Penulis sehingga tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan yang ingin diteliti, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan akun *Instagram* LDM Al-Madani dalam menyebarkan dakwah Islam?
2. Bagaimana penggunaan skill konten dakwah di *Instagram* LDM Al-Madani?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan peneliti maka tujuan dari peneliti ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun *Instagram* LDM Al-Madani dalam penyebaran dakwah Islam.
2. Untuk mengetahui bagaimana Penggunaan skill konten dakwah di *Instagram* LDM Al-Madani.

### D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kegunaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut::

1. Secara praktis, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman agar mengetahui fungsi dan manfaat dari Instagram terutama untuk para konten creator dakwah Islam di media sosial.
2. Secara teori, peneliti diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang luas tentang penggunaan media sosial Instagram, agar para pengguna media sosial dapat mengakses konten-konten yang berisi dakwah agar lebih berkembang. Mampu memberikan pengetahuan dari setiap fungsi dan peran masing-masing media sosial yang berkembang serta dekat dengan masyarakat.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Skripsi yang penulis teleti bukanlah yang pertama, melainkan telah ada sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah Analisis Pemanfaatan Akun Instagram LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam. Sebagai berikut diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yosiena Duli Deslima pada tahun 2018 yang membahas judul “*Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*”. Yosiena Duli Deslima melakukan penelitian memfokuskan pada pemanfaatan Instagram dalam media dakwah bagi mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Instagram.<sup>6/1</sup> Hasil dari penelitian diketahui bahwa: Instagram memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Secara keseluruhan dakwah di Instagram yang merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang innovative yang mampu menarik perhatian *followers* untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti ialah penelitian diatas membahas tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah untuk mahasiswa-mahasiswa komunikasi penyiaran islam. Sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berbeda dengan penelitian diatas yaitu Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam. Sedangkan persamaannya ialah sama-sama membahas mengenai media dakwah *Instagram*.

---

<sup>6</sup> Yosiena Duli Deslima “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”, (Skripsi Sarjana: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aidil pada tahun 2020 yang membahas judul “*Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan dakwah melalui smartphone pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare*”. Muhammad Aidil melakukan penelitian memfokuskan pada minat mahasiswa dalam mengakses pesan-pesan dakwah melalui smartphone.<sup>7</sup> Temuan penelitian menunjukkan: 1) Siswa tertarik dengan aplikasi smartphone yang memungkinkan mereka mengakses pesan dakwah. Aplikasi tersebut antara lain Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Facebook adalah aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan. 2) Minat santri dalam mengakses pesan dakwah di smartphone ditinjau dari materi dakwah yang berkaitan dengan syariah dan akidah, serta minatnya dalam mengakses pesan dakwah dari segi desain dilihat dari pemilihan warna, tulisan, dan gambar. Mengakses pesan dakwah memerlukan belajar mandiri dan berbagi informasi dengan orang lain untuk mendidik pembaca tentang dakwah Islam. Analisis minat mahasiswa dalam mengakses pesan dakwah melalui smartphone menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti. Sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam, yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sementara itu, mereka berdua berbicara tentang media propaganda *Instagram* yang merupakan kesamaan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Asnani. Burhanuddin pada tahun 2020 yang membahas judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Akun Kartun Muslimah*”. Asnani Ayu Burhanuddin melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana umat Islam menanggapi kolom komentar kartun Muslimah dan menganalisis pesan dakwah dalam akun tersebut. Temuan penelitian

---

<sup>7</sup> Muhammad Aidil “Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan Dakwah melalui Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare”, (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020).

menunjukkan: Pesan dakwah Instagram dalam kategori iman, syariah, dan moralitas mencakup seruan untuk beramal dan pengingat terus-menerus tentang masalah dunia dan akhirat. Mengenai tanggapan atau komentar Mad'u, khususnya tanggapan positif para pengikutnya tanpa pengaturan apapun, Perbedaan penelitian ini dengan yang akan ditelaah adalah bahwa penelitian sebelumnya melihat bagaimana tanggapan dan tanggapan para pengikut kartun muslimah terhadap dakwah. pesan dianalisis menggunakan pesan dakwah di Instagram. Sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM Al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam, yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sedangkan persamaannya ialah sama-sama membahas mengenai media dakwah *Instagram*.

## B. Tinjauan Teori

### 1. Teori Kekayaan Media

Teori tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengel mengembangkan teori ini berdasarkan teori yang telah ada sebelumnya yakni teori pengolahan informasi (*information Processing Theory*)<sup>8</sup>. Teori ini paling banyak digunakan dalam pemilihan media komunikasi. MRT (*media richness theory*) ini ada hubungannya dengan memilih media terbaik untuk mengkomunikasikan informasi yang ambigu dan tidak pasti. Media komunikasi dapat diurutkan dan dideskripsikan kembali menggunakan MRT berdasarkan seberapa baik mereka menangani ketidakpastian dan ambiguitas. Sementara media "buruk" (seperti dokumentasi tertulis atau komunikasi yang dimediasi komputer) sesuai untuk mengurangi ketidakpastian (di mana informasi sangat terbatas), media "kaya" (seperti tatap muka dan telepon) dianggap lebih tepat untuk

---

<sup>8</sup> Venus, A., & Munggaran, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, 4, h.1

menangani dengan situasi ambigu (situasi samar-samar) yang memungkinkan multitafsir atas informasi yang tersedia.<sup>9</sup>

Kedekatan, banyak isyarat, variasi bahasa, dan sumber pribadi adalah empat kriteria Daft dan Lengel untuk mengevaluasi media. Istilah "kesegeraan" mengacu pada kapasitas media untuk memberikan informasi reguler dan memfasilitasi umpan balik yang cepat. Karena keterlambatan apapun dapat menyebabkan isu-isu penting menjadi tidak sesuai, kriteria ini sangat penting untuk proses komunikasi. Kemampuan untuk menyampaikan pesan melalui berbagai cara, termasuk bahasa tubuh, suara, dan intonasi, disebut sebagai keragaman tanda. Variasi bahasa menunjukkan kemampuan menyampaikan ide dan konsep melalui lambang bahasa dengan berbagai cara dengan menggunakan berbagai kata untuk meningkatkan pemahaman. Sumber pribadi, di sisi lain, menekankan kemampuan untuk mengkomunikasikan perasaan seseorang. Untuk menyampaikan pesan kepada pengguna akhir, sumber pribadi ini sangat penting.<sup>10</sup>

Premis teori kekayaan media adalah bahwa "kekayaan" media meningkat dalam kaitannya dengan kehadiran sosial atau fisik. Meskipun penting bagi media untuk dapat mendukung berbagai proses komunikasi yang berlangsung di dunia nyata, ada aspek media lain yang juga harus dipertimbangkan. Surat elektronik, sistem pendukung kelompok, pesan suara, dan telekonferensi video hanyalah beberapa contoh inovasi komunikasi yang difasilitasi komputer yang semakin tersedia sejak diperkenalkannya MRT. Karena media elektronik, audio, dan video yang baru juga kompatibel dengan kerangka MRT yang ada, sebenarnya ini bukan masalah yang signifikan. Namun, berbeda

---

<sup>9</sup> Harmoni, A. (2011). Media richness theory dan potensi website sebagai media komunikasi csr oleh perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi*.h .2.

<sup>10</sup> Harmoni, A. (2011). Media richness theory dan potensi website sebagai media komunikasi csr oleh perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi*.h .2.

dengan teori kekayaan media sebelumnya, beberapa media baru ini memiliki kemampuan unik yang tidak ditemukan pada media non-elektronik sebelumnya dan mampu memberikan dukungan yang lebih efektif untuk proses komunikasi yang lebih spesifik.<sup>11</sup>

a. Pokok-pokok Teori

Terlepas dari kenyataan bahwa nama teori ini termasuk kata "media", teori kekayaan media, juga dikenal sebagai TKM, bukanlah teori komunikasi massa seperti yang diasumsikan oleh banyak mahasiswa dan sarjana komunikasi. Sejak awal teori, Richard Daft dan Robert Lengel telah menempatkannya dalam konteks komunikasi organisasi. Ketika kedua peneliti menyadari bahwa orang menggunakan saluran komunikasi yang tidak tepat, kesalahpahaman, konflik, dan kegagalan dalam pengambilan keputusan terjadi dalam organisasi, mereka memulai penelitian mereka. Percakapan sensitif yang seharusnya dilakukan secara langsung disampaikan melalui surat dan telepon, sehingga menimbulkan kesalahpahaman.<sup>12</sup>

Mereka juga sampai pada kesimpulan bahwa tidak semua bentuk media cocok untuk tugas atau pesan tertentu. Memanfaatkan lean media sudah cukup untuk pesan yang tidak rumit, rutin, pasti, tidak rentan terhadap salah tafsir, dan tidak bersifat strategis. Sementara itu, rich media dibutuhkan untuk pesan atau tugas yang dapat

---

<sup>11</sup> Harmoni, A. (2011). Media richness theory dan potensi website sebagai media komunikasi csr oleh perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi*.h .2.

<sup>12</sup> Venus, A., & Munggaran, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, .4,h.2

disalahpahami, rentan, terdistorsi, strategis, dan kompleks. Lalu, apa sebenarnya yang dimaksud dengan “media kaya dan miskin”?<sup>13</sup>

Kekayaan disamakan oleh Daft dan Lengel dengan potensi informasi untuk disampaikan melalui suatu media. Karena itu, mereka kemudian mendefinisikan kekayaan sebagai kapasitas untuk mentransfer data atau informasi dalam waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Namun, ternyata definisi ini terlalu sederhana. Mereka kemudian menghubungkan kekayaan media dan empati dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kekayaan media, yaitu:

- 1) Kemampuan media untuk menyiapkan isyarat yang beragam (*multiple cues*) seperti nada, volume, gerakan tangan, warna wajah dan isyarat ajah lainnya.
- 2) Kesegeraan dalam menyampaikan umpan balik (*feedback immediacy*) yakni seberapa cepat media tersebut memungkinkan penerima memberikan respon terhadap pesan.
- 3) Keragaman bahasa (*language variety*) yang meliputi kata, angka, rumus, kode dan lambang lainnya.
- 4) Kemampuan media memfokuskan diri secara pribadi kepada penerima pesan atau kemampuan media membuat pesan yang bersifat pribadi sesuai karakteristik mitra komunikasi.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Venus, A., & Munggaran, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, 4, h.2

<sup>14</sup> Venus, A., & Munggaran, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, 4, h.4

Dengan menggunakan keempat kriteria tersebut, berbagai saluran komunikasi yang ada dapat diidentifikasi apakah suatu media termasuk kategori kaya atau miskin.

### C. Tinjauan Konseptual

#### 1. Analisis

Analisis adalah mengamati aktivitas objek dengan cara mendeskripsikan komposisi objek dan menyusun kembali komponen-komponennya untuk dikaji atau di pelajari secara detail. Kata analisis berasal dari Bahasa Yunani Kuno (*Analisis*, “memecahkan” atau “menguraikan” dari *ana*-“naik, menyeluruh” dan *liysis* “melonggarkan”).

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer karangan Peter Salim dan Yenni Salim menjabarkan pengertian analisis sebagai berikut:

- a. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan dan sebagainya) untuk mendapatkan fakta yang tepat (asal usul, sebab, penyebab sebenarnya, dan sebagainya).
- b. Analisis adalah penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian, penelaahan bagian-bagian tersebut dan hubungan antar bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan.
- c. Analisis adalah penjabaran (pembentangan) sesuatu hal, dan sebagainya setelah ditelaah secara seksama.

- d. Analisis adalah proses pemecahan masalah yang dimulai dengan hipotesis (dugaan, dan sebagainya) sampai terbukti kebenarannya melalui beberapa kepastian (pengamatan, percobaan, dan sebagainya).
- e. Analisis adalah proses pemecahan masalah (melalui akal) ke dalam bagianbagiannya berdasarkan metode yang konsisten untuk mencapai pengertian tentang prinsip-prinsip dasarnya.<sup>15</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia karangan Suharso dan Ana Retnoningsih, analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara dan sebagainya). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

Secara umum, analisis dibagi menjadi dua jenis yakni Analisis logika dan Analisis realis:

a) Analisis Logika

Analisis logika merupakan analisis terkait perancangan dengan menjalankan pemecahan sesuatu ke beberapa bagaian dapat meliputi keseluruhan atas dasar prinsip tertentu. Analisis ini terbagi lagi menjadi dua bagian, yaitu: 1) Analisis universal adalah analisis logika dari ketentuan khusus sebagai bagian dari penyusunan, 2) Analisis dikotomi atau analisis dua kelompok terpisah berupa ketentuan positif dan ketentuan negatif yang diartikan sebagai analisis yang didasarkan atas hukum logika (prinsip eksklusif terdil) dengan prinsip penyisihan jalan tengah.

---

<sup>15</sup> Syafitri, Irmayani (2020). "Pengertian Analisis". Nesabamedia.com. Diakses tanggal 2023-10-02.

## b) Analisis Realis

Analisis realis merupakan analisis terkait perancangan dengan urutan benda yang didasarkan pada sifat perwujudan bendanya. Analisis ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu: 1) Analisis esensia adalah analisis yang didasarkan pada unsur dasar penyusunan. 2) Analisis aksidental adalah analisis yang didasarkan pada sifat-sifat yang dalam perwujudannya.<sup>16</sup>

## 2. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “manfaat”, yang mendapat imbuhan pe-dan-an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan.<sup>17</sup> Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu system informasi, adosu, dan perilaku para pengguna.<sup>18</sup>

Menurut Kamus *Besar Baha Indonesia* pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang artinya guna, faedah. Kemudian mendapatkan imbuhan pe-an yang berarti proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek. Definisi lain dari manfaat yang dikemukakan oleh Demis Mc Quail dan Sven Windahl, yaitu:

---

<sup>16</sup> Abdi Husnul (2021). Fahrudin, Nanang, ed. “*Pengertian Analisis Menurut Para Ahli, Kenali Fungsi, Tujuan, dan Jenisnya*”. Diakses tanggal 2023-02-10.

<sup>17</sup> Dapertemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), hlm 710

<sup>18</sup> Habib Hanafi, dkk, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM”, Artikel diakses pada tanggal 25 Oktober 2019 dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>

manfaat merupakan harapan sama artinya dengan *explore* (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima).<sup>19</sup>

## 1. Tujuan Pemanfaatan

Dalam pemanfaatan terdapat beberapa koleksi yang mempengaruhi tujuan penggunaan. Menurut Handoko, dari segi pengguna pemanfaatan Pustaka di perpustakaan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

### a. Faktor Internal

- 1) Kebutuhan, yang dimaksud kebutuhan disini adalah kebutuhan akan informasi
- 2) Motif, merupakan sesuatu yang meliputi semua pergerakan, alasan atau dorongan yang menyebabkan ia berbuat sesuatu
- 3) Minat, merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu

### b. Faktor Eksternal

- 1) Kelengkapan koleksi, yaitu banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasinya oleh pemustaka
- 2) Keterampilan pustakawan dalam melayani pengguna, yaitu keterampilan pustakawan dalam melayani pemustaka yang dilihat
- 3) Dari kecepatan pustakawan dalam memberi pelayanan.

<sup>19</sup> Definisi-Pengertian.com adalah berbagai referensi. “Definisi Pengertian Pemanfaatan”, artikel diakses pada tanggal 21 Desember 2019, dari <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemanfaatan.html>

- 4) Keterbatasan fasilitas dalam pencarian kembali yang menjadi fasilitas untuk pencarian informasi karena merupakan sarana akses koleksi perpustakaan.<sup>20</sup>

## 2. *Instagram*

*Instagram* dapat dipecah menjadi dua kata "*insta*" dan "*gram*." Kata "*insta*" berasal dari kata yang artinya foto akan muncul seketika, mirip dengan Polaroid. Terlepas dari kenyataan bahwa kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", yang berarti "memiliki metode kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat", kata "*instagram*" juga dapat digunakan untuk merujuk pada kata "*instagram*".<sup>21</sup> *Instagram* juga dapat menginspirasi penggunaanya dan menyempurnakan foto dengan menjadikannya lebih indah, artistik, dan lebih baik.<sup>21</sup>

Penggunaan media sosial sudah sangat umum. Pengguna media sosial tampaknya memprioritaskan penggunaan platform mereka. *Instagram* merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi secara tepat waktu. Pengguna *Instagram* ingin berbagi banyak informasi tentang peristiwa terkini, yang bisa kita dapatkan lebih cepat daripada siaran radio atau televisi. Hal ini disebabkan pengguna *Instagram* memiliki keinginan yang kuat untuk berbagi informasi dengan pengguna lain dalam bentuk gambar dan video agar informasi tersebut ditanggapi dan menjadi topik perbincangan secara online. Ini juga yang terjadi selama proses dakwah di aplikasi *Instagram*: pengguna lain sangat tertarik dengan konten Islami yang kreatif dan disajikan dengan menarik. Alhasil, kegiatan dakwah dan konten Islami di *Instagram* menjadi sangat populer dan

---

<sup>20</sup> Dimas Riyanto, "Pemanfaatan Perpustakaan Fik Uny Oleh Mahasiswa Pjkr,". Skripsi. (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), h.9-10.

<sup>21</sup> Muhammad Aidil "Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan Dakwah melalui Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare", (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020), h. 30.

menjadi tren. Singkatnya, *Instagram* bermanfaat bagi penggunanya. Seperti *WhatsApp*, *Instagram* adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video, saling memberi suka, membuat cerita, dan bertukar pesan.

a. Fitur-Fitur *Instagram*

Aplikasi berbagi foto *Instagram* memiliki lima menu utama yang semuanya dapat ditemukan di bagian bawah tampilan *Instagram*. Ini menggunakan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto sebelum membaginya dengan berbagai layanan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Menyonya berisi:

1) *Home page*

Home page adalah ha;am utama yang menampilkan/1(*timeline*) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

2) *Explore*

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

3) *New feed*

Merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna.

4) *Profil*

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *following* dan *followers*.

5) *Storles*

*Stories* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur *home*, namun dalam fitur ini *stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang dibuat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah.<sup>22</sup>

Membahas tentang beberapa fitur *Instagram* diatas dapat dijelaskan bahwa fitur adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat seperti televisi, ponsel, dan lain sebagainya. Selain fitur diatas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di unggah ke *Instagram* menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:

a. *Caption*

*Caption* atau keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

*Hashtag* adalah simbol bertanda pagar, fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di *Instagram* dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.<sup>23</sup>

Dari tujuan *Instagram* sebenarnya adalah memungkinkan penggunanya berbagai gambar atau video dengan audiens mereka.

<sup>22</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 22.

<sup>23</sup> Yosiena Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung", (Skripsi Sarjana: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018). h. 24

*Instagram* merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi secara tepat waktu. Kami dapat memperoleh banyak informasi tentang acara terkini dari pos yang dibagikan pengguna bahkan lebih cepat daripada kami memperoleh siaran televisi. Ini karena pengguna *Instagram* ingin membagikan informasi ini dalam bentuk gambar atau video agar orang lain dapat menanggapi dan menggunakannya sebagai bahan diskusi online yang bermanfaat.

Selain bingkai foto dan video berbentuk persegi tunggal *Instagram*, fitur pengeditan foto dan video ini menarik minat pengguna untuk memposting di *platform*. Batas video 60 detik *Instagram* mempersulit pengguna untuk mengemas pesan mereka dengan lebih baik, yang merupakan fitur unik lain dari *platform* ini.<sup>24</sup>

Kegiatan dakwah dan konten Islami di *Instagram* menjadi konten yang disukai dan menjadi *trend* di masyarakat karena konten Islami dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak diminati pengguna lainnya. Konten dakwah yang diposting di *Instagram* sangat disukai masyarakat, khususnya mahasiswa. Tentu saja, mereka tidak ingin ketinggalan zaman, dan menurut mereka dakwah yang diposting di *Instagram* lebih baik untuk memenangkan hati anak muda. Konten Islami yang kreatif membuat orang tertarik dan mendorong mereka untuk berbagi konten dakwah di *platform* media sosial lainnya. Intinya, konten pesan *Instagram* bermanfaat bagi pengguna.

### 3. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial yang mana ini juga merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa pengguna di media sosial itu

---

<sup>24</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 28-29.

aktif dalam penyebaran konten dakwah bahkan perkembangannya. Maksud dari pengembangan adalah konten yang di dapatkan seperti komentar misalnya, tidak hanya sekedar opini semata tapi ada data dan fakta terbaru.

Penyebaran konten di media sosial bisa dilihat dalam dua jenis. Pertama, penyebaran melalui konten. Pada media sosial, konten tidak hanya di produksi oleh pengguna tapi juga didistribusikan oleh pengguna lainnya. Uniknya konten yang didistribusikan tidak hanya pada sebatas apa yang telah di unggah dan konten yang disebarluaskan itu bisa berkembang melalui data tambahan, revisi, komentar, dan lain sebagainya. Kedua, penyebaran melalui perangkat ini bisa terlihat dari bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk menyebarluaskan konten, misalnya dengan adanya fitur “share” di *Instagram* yang berguna untuk menyebarkan konten video maupun foto, baik ke media *cyber* lainnya.

#### 4. Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM ) Al-Madani

Lembaga dakwah Mahasiswa atau disebut juga lembaga dakwah kampus tidak bisa dilepaskan dari peran lembaga dakwah yang ada hampir disetiap kampus perguruan tinggi Indonesia saat ini. menurut khittah (LDM) adalah suatu lembaga yang dikelola mahasiswa, bergerak dalam dakwah islam di kampus untuk menegakkan kalimat Allah dengan *Amar Ma'ruf Nahi Mungkar*. Masyarakat Kampus sebagai objek utamanya dan mahasiswa merupakan unsur terpentingnya.

Untuk mencapai tujuannya, Lembaga Dakwah Mahasiswa setidaknya bisa memainkan fungsi yakni:

- a. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai media pembinaan utama, ini adalah peran utama dalam hal ini LDM memiliki kedudukan strategi mengingat jangkanya untuk melakukan aktifitas pembinaan umum kepada civitas akademik secara luas dan masyarakat sekitar kampus.
- b. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai Artikulator. Sebagai articulator lembaga dakwah kampus dapat berperan sebagai penyambung aspirasi umat, baik

dalam hal menyerukan *amar ma'ruf* dan menghilangkan kemungkarannya, tetapi fakta juga menunjukkan bahwa apresiasi untuk muncul setelah ada orang atau lembaga yang mencetusnya lebih dulu. Disini letak pentingnya LDM sebagai articulator yang pada gilirannya akan menguatkan peran serta umat lebih besar. Akan tetapi perlu di ingatkan LDM terikat dengan system perkampusan,. Oleh karenanya, dalam pelaksanaan peran ini perlu ditempuh cara agar LDM aman dari tuduhan melanggar system tersebut, misalnya dengan mengedepankan pendekatan ilmiah melalui pakar atau ilmiah melalui pakar atau lembaga yang kredibel.

- c. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai mediator. Dengan akses yang mungkin dimiliki, LDM berperan penting sebagai mediator antara umat pada satu sisi agar aspirasinya kesampaian. Sebab terkadang aspirasi umat macet dikarenakan tidak sampainya kepada pihak yang berkompeten. Disinilah peran mediasi menjadi penting artinya.
- d. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai fasilitator. Dengan ide, akses yang dimiliki LDM dapat berperan sebagai fasilitator dalam berbagai kegiatan demi tercapainya aspirasi umat, baik dalam kegiatan artikulasi, mediasi ataupun aksi.<sup>25</sup>

Dalam hal ini, jelas bahwa pertama-tama seseorang harus percaya atau percaya kepada Allah untuk mengikuti jalan menuju kehidupan Islami yang damai, aman, bahagia, dan sejahtera melalui penyerahan total kepada-Nya dan penerimaan Islam sebagai agama.

Langkah mendasar dalam komunikasi dakwah adalah penggunaan bersama, atau mengirim dan menerima informasi dari satu pihak ke pihak lain. Tidak perlu bagi pemberi dan penerima untuk bertemu muka agar penggunaan bersama dapat terjadi;

---

<sup>25</sup> St. Aisyah, B. M (2015), "Peranan Lembaga Dakwah Kampus Dalam Meningkatkan Komunikasi Dakwah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar". *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).

sebaliknya, itu dapat terjadi melalui cara lain, seperti tulisan, isyarat, atau kode yang dapat dipahami.

## 5. Dakwah

Dari bahasa Arab, kata “*da’a yad’u da’watan*” berasal dari segi bahasa dan dimaksudkan untuk digunakan dengan cara yang dimaksudkan untuk digunakan, dipahami, dan digunakan yang dinamakan dengan “terminologi sakral” adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam rangka proses mengajarkan orang tentang Islam kepada orang lain agar mereka belajar tentang Islam dengan cara yang bermanfaat dan bermanfaat bagi dirinya sendiri. individu maupun massa dalam proses belajar tentang kebahagiaan diri sendiri dengan cara yang bermanfaat bagi individu maupun akhirat, melalui penggunaan media dengan cara tertentu.

Dakwah M. Natsir adalah salah satu contoh cara mendidik umat dan umat Islam lainnya tentang pandangan Islam tentang pandangan dan tujuan hidup di Timur Tengah. Ia dikaitkan dengan *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar* untuk berbagai metode menyebarkan misinformasi, akhlak, dan menyebarkan misinformasi untuk kepentingan orang miskin dan tertindas. Setelah membaca ini dalam Bahasa, seseorang yang memiliki fokus pada bahasa dalam proses pengajaran atau penulisan yang dimaksud, yaitu cara yang dimaksudkan untuk dipelajari dan diterapkan, akan hadir. Salah satu contoh persuasi *takrif* dapat dilihat sebagai berikut: proses ajaran Islam dari individu ke individu, proses ajaran Islam dari orang ke orang, dan proses ajaran Islam dari orang ke orang. Proses-proses tersebut dilakukan oleh manusia dengan cara yang memakan waktu guna membantu setiap individu atau kelompok untuk lebih mendalami ajaran-ajaran Islam.

Menurut Q.S. Ayat/3:104 Ali Imran, kalimat "amar ma'ruf nahi munkar" adalah salah satu yang terkenal dan banyak digunakan.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, *Al Qur'an & Terjemahannya* ( Jakarta: Cv Darus Sunnah, 2019), h. 64.

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

Terjemahannya:

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeruh kepada kebajikan, menyeruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”.

Yang pertama adalah "biarlah ada sekelompok orang di antara kamu", yang merupakan salah satu dari beberapa esensi dakwah dalam ayat di atas. Keduanya yang pekerjaannya membutuhkan kebajikan. Ketiga, menasihati orang-orang yang ma'ruf dan menghentikan orang-orang yang jahat. Keempat, mereka telah menang.<sup>27</sup> Dakwah adalah cara untuk menyebarkan informasi tentang kebaikan dan kebenaran, dan bekerja dengan media informasi tertulis dan lainnya serta yang lisan. Tujuan umum dakwah adalah agar manusia dirahmati oleh Allah SWT dan hidup bahagia sekarang dan di masa depan.<sup>28</sup>

Media atau media online dapat digunakan untuk menyebarluaskan pesan yang dikirim oleh seorang da'i kepada khalayak atau sasaran dakwah (mad'u). Nabi dan para sahabat menggunakan media lisan dan kontak langsung pada masa awal Islam. Pesan dakwah kini dapat disampaikan melalui media televisi, radio, surat kabar, film, novel, teater, bahkan jaringan internet berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terkini.<sup>29</sup>

Unsur-unsur dakwah terbagi menjadi lima unsur, yakni, *da'I*, *mad'u*, *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

<sup>27</sup> Venny Yunita, “Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah Pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak kanan” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018), h. 12-14.

<sup>28</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 59.

<sup>29</sup> Abdurrazaq, “Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel-Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy, “*Studia Islamika* 19, no. 2, 2013), h. 207.

a) *Da'I* (subjek Dakwah)

Kata Arab "da'i", yang berarti "orang yang memanggil atau mengajak", berasal dari bahasa Arab. Komunikator adalah istilah yang digunakan dalam ilmu komunikasi. Di Indonesia, da'I disebut sebagai kiai, guru, ustadz, syekh, dan nama lainnya. Hal ini disebabkan misi dan eksistensinya identik dengan da'I, padahal masing-masing nama tersebut memiliki kharisma, tingkat keilmuan, dan pemahaman yang berbeda tentang masyarakat Islam. Da'I menurut definisi Islam adalah seseorang yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah mengajak orang lain ke arah yang positif atau lebih baik baik secara langsung maupun tidak langsung melalui mulut ke mulut.

b) *Mad'u* (Objek Dakwah)

*Mad'u* adalah orang-orang yang menjadi penerima, pendengar, dan komunikator dakwah—secara individu maupun kolektif—tanpa memandang apakah mereka Muslim atau tidak.

c) *Maddah* (*materi dakwah*)

Isi pesan dakwah kepada seorang muslim dikenal dengan maddah materi dakwah. Dalam hal ini terbukti bahwa ajaran Islam itu sendiri merupakan maddah dakwah. Materi dakwah dapat dipecah menjadi empat kategori berikut: akhlak, aqiqah, syariah, dan muamalah

d) *Atsar* (*Dakwah*)

Efek da'i merupakan umpan balik dalam berdakwah. Para da'i sering mengabaikan umpan balik ini karena mereka seolah percaya bahwa jika mereka tidak mendapat umpan balik saat tugas dakwah selesai, maka efek da'i akan sia-sia. Menurut Jalaluddin Rachmat, perubahan pengetahuan dan pemahaman mad'u akan menimbulkan efek kognitif.

e) *Wasillah*

juga dikenal sebagai "media dakwah", berasal dari kata Latin median, yang berarti "sarana syafaat" dalam bentuk jamak. Alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau isi dakwah kepada khalayak disebut media dakwah.<sup>30</sup>

Lima bagian wasilah dakwah menurut Hamza Yaqub adalah sebagai berikut:

1. Berbicara secara lisan di media, dengan contoh antara lain ceramah, pidato, sosialisasi, dan lain-lain
2. Media dakwah dalam bentuk tulisan, antara lain buku, majalah, spanduk, dan lain-lain
3. Karikatur, gambar, dan jenis lukisan lainnya
4. Media dakwah yang merangsang indera penglihatan dan pendengaran, antara lain televisi, radio, dan internet
5. Mad'u dapat mendengar dan menikmati akhlah, yaitu perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam.<sup>31</sup>

Akibatnya, media dakwah (wasillah) adalah alat untuk menyampaikan ajaran agama Islam kepada umat Islam melalui komunikasi lisan, tertulis, dan bentuk lainnya, seperti ceramah, pidato, penyuluhan, dan spanduk. audio visual berupa televisi, video, dan sebagainya, dan akhlak berupa beramal.

Dakwah memiliki banyak sekali alat yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Semua alat tersebut dapat dianggap sebagai media dakwah jika digunakan untuk berdakwah, namun pengertian media dakwah berbeda-beda menurut alatnya. Selain itu, ada yang membagi jenis media dakwah menjadi

---

<sup>30</sup> Muhammad Aidil "Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan Dakwah Melalui Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare", (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020), h. 19

<sup>31</sup> Mashita Putri Hatama "Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Di Instagram Terhadap Tingkat Regiulitas" (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Malang, 2017), h. 16.

media modern (yang menggunakan teknologi untuk berkomunikasi) dan media tradisional (yang tidak).<sup>32</sup>

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa lima komponen dakwah adalah sebagai berikut: da'i, yang menjadi komunikator dan menyampaikan pesan dakwah Islam kepada pendengar; mad'u, yang menjadi komunikator dan menerima pesan dakwah Islam dari seorang da'i; bahan dakwah, yang mengandung pesan; media dakwah, yang berfungsi sebagai media untuk menyampaikan dakwah Islam melalui lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak; dan terakhir, efek dakwah.

### 3. Pesan Dakwah

Ada banyak definisi dakwah yang berbeda-beda, namun menurut H.M.S. Dakwah Nasaruddin Latif dalam bukunya “Teori dan Praktek Dakwah Islami”, dakwah terdiri dari tiga komponen utama: 1) Dakwah adalah perbuatan mewariskan ajaran Islam kepada orang lain; 2) Ajaran Islam dapat disajikan dalam bentuk nahi munkar (mencegah kejahatan) atau amar ma'ruf (mengundang kebajikan); (3) Upaya tersebut dilakukan dengan sengaja dan ditujukan untuk mewujudkan masyarakat individual yang sepenuhnya berpegang pada ajaran Islam. Oleh karena itu, dakwah mencakup semua kegiatan yang ditujukan untuk mencapai individu dan masyarakat yang menganut dan mengamalkan ajaran Islam dalam segala bidang kehidupan.<sup>33</sup>

Menurut teori ini, materi dakwah dimaksudkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam dari subjek ke objek dakwah, yaitu seluruh tubuh ajaran Islam yang terdapat dalam al-qur an dan hadits. Ajaran Islam termasuk dalam pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah.

<sup>32</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 405-407.

<sup>33</sup> Restu Basuki, “*Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora: Yogyakarta, 2015), h. 11-12.

Dalam komunikasi, materi yang dikenal dengan dakwah disebut dengan pesan. Berikut ini adalah empat jenis bahan dakwah:

a) Akidah:

Iman adalah aspek pertama dari iman yang dijadikan bahan dalam dakwah Islam dan akan membentuk akhlak manusia. Dokumen dakwah utama, akidah, memiliki karakteristik yang membedakannya dari keyakinan agama lain, yaitu: Melalui kesaksian sesuai dengan akidah, keterbukaan, wawasan yang luas, dan ketahanan antara iman dan Islam semua tercapai. Aqidah tidak hanya mencakup topik-topik yang diwajibkan oleh iman, tetapi juga topik-topik yang menentangnya, seperti penyangkalan dan pengingkaran terhadap keberadaan Tuhan, di antara topik-topik lainnya.

b) Syariah, atau ibadah

Mengacu pada semua hukum dan peraturan Islam, termasuk yang berkaitan dengan manusia dan Tuhan dan manusia dengan manusia. Dalam syariat, materi dakwah dimaksudkan untuk menampilkan gambaran yang benar dan pandangan yang jelas sehingga tidak menimbulkan hal-hal yang buruk karena kebaikan adalah yang diinginkan dalam dakwah. Adapun amalan-amalan yang termasuk dalam syariat antara lain shalat, zakat, thaharah (bersuci), puasa, dan haji.

c) Muamalah

Islam adalah agama yang lebih mengutamakan muamalah daripada ibadah. Muamalah adalah interaksi sosial yang mengatur hubungan manusia dengan benda.

d) Akhlak

Masalah kondisi perubahan batin yang mempengaruhi tingkah laku manusia dihubungkan dengan masalah akhlak. Akhlak dalam kegiatan dakwah yang hanya berfungsi sebagai pelengkap iman seseorang dan Islam hanya bersifat materi. Akhlak mencakup akhlak terhadap makhluk lain, seperti: diri sendiri, orang lain, dan akhlak terhadap hewan, tumbuhan, dan non-manusia lainnya seperti Khaliq.

34

Oleh karena itu, materi dakwah itu sendiri yang disampaikan oleh seorang da'i untuk menyampaikan kebaikan merupakan pesan dakwah. Ada empat kategori materi dakwah: akidah, syariah, muamalah, dan akhlak.

#### 1. Sumber Pesan Dakwah

Berikut ini adalah sumber pesan dakwah: hadits, Al-Qur'an, dan pandangan para ulama.

##### a) Al-Qur'an dan Dakwah

Al-Qur'an dan hadits adalah sumber utama umat Islam untuk ajaran, pedoman, dan hukum Islam. Oleh karena itu, pesan atau bahan dakwah yang pada hakekatnya melakukan kegiatan dakwah dengan menyampaikan ajaran Islam tidak akan lepas dari Al-Qur'an dan hadits jika semua kegiatan dakwah tidak berpedoman atau berpegang teguh pada Al-Qur'an. 'sebuah. hadits, maka tidak ada yang penting.

##### b) Pendapat Para Ulama

Dalam rangka menemukan hukum-hukum aplikatif yang menjadi tafsir, akwil, dan hadis-hadis al-Qur'an, Islam mendorong pemeluknya untuk berpikir kritis dan berijtihad. Dengan kata lain, penemuan-penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Hadits atau Al-Qur'an dapat dijadikan sebagai sumber

<sup>34</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2016), h. 24-28.

informasi atau pesan dakwah. Ulama, di sisi lain, memiliki tujuan khusus bagi mereka yang berpegang, memahami, dan menerapkan prinsip-prinsip Islam.<sup>35</sup>

Ketika seorang da'i memberikan dakwah, dia menggunakan informasi dari Al-Qur'an, hadits, dan pendapat para ulama sebagai penguat.

## 2. Metode Dakwah

Metode berasal dari Bahasa latin *methodos* adalah cara-cara yang digunakan, metode dakwah berarti cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah, agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (islam).<sup>36</sup>

Metode dakwah sangat dibutuhkan dalam proses dakwah agar seseorang da'i mampu menyampaikan pesan dakwahnya yang sampai pada hati dan pikiran mad'unya.

## 3. Media Dakwah

Media dakwah, khususnya segala sesuatu yang dapat membantu da'i dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Menurut Hamza Yaqub, ada lima jenis media: lisan, tertulis, audio-visual, dan akhlak. Para mubaligh menggunakan media dakwah untuk meningkatkan efektifitas proses dakwahnya. Selain itu, media yang digunakan bervariasi dan efektif untuk berdakwah.<sup>37</sup>

Untuk mencapai tujuan dakwah, seorang da'i harus memilih media yang paling efektif dari sekian banyak media yang tersedia. Faktor-faktor berikut harus dipertimbangkan ketika memilih media:

---

<sup>35</sup> Muhammad Aidil "Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan Dakwah melalui Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare", (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020), h. 25.

<sup>36</sup>Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), h. 98.

<sup>37</sup>Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung Diponegoro, 1992), h. 47.

- a) Tidak ada media lain yang melayani tujuan atau masalah dakwah secara keseluruhan dengan lebih baik. karena masing-masing media memiliki karakteristik yang berbeda (seperti kompatibilitas, kelebihan, dan kekurangan);
  - b) Media yang dipilih mencapai tujuan dakwah;
  - c) Media yang kita pilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah;
  - d) Media yang dipilih menganut dakwah;
  - e) Evaluasi yang objektif harus memandu pemilihan media;
  - f) Ketersediaan dan peluang media memerlukan perhatian;
  - g) Efisiensi dan efektivitas harus diperhitungkan..
- A. Bentuk-bentuk Media Dakwah
- a. Media visual
 

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat di operasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan.
  - b. Media Audio
 

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran.
  - c. Media Audio Visual
 

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan gambar dan suara serta berasamaan.
  - d. Media Cetak
 

Media cetak adalah media penyampaian informasi melalui tulisan yang tercetak.<sup>38</sup>

Masing-masing media tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media propaganda. Dakwah merupakan amalan yang berkesinambungan dengan tujuan mencapai dakwah. Kegiatan Dekwah mengalami penyesuaian secara berkala sesuai dengan kondisi dan

---

<sup>38</sup> Samsul Munir Amir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 133

situasi yang ada. Yang dimaksud dengan “media komunikasi” adalah semua saluran komunikasi. Pada level ini, Islam tampak menerima baik media tradisional maupun kontemporer.<sup>39</sup>

Dengan audiens yang begitu luas dan jangkauan global, internet tidak hanya dianggap sebagai media untuk kegiatan dakwah tetapi juga sebagai lingkungan baru yang signifikan. Menggunakan internet sebagai media aktivisme dakwah bukanlah hal baru. Oleh karena itu, harus dipahami bahwa aktivisme dakwah yang terjadi kemudian mengubah internet menjadi medan gerakan dakwah sekaligus medium gerakan sosial-keagamaan dalam konteks dakwah.<sup>40</sup>

Peradaban manusia memiliki masalah dengan media, dan peradaban banyak berhubungan dengan waktu, tempat, budaya yang beredar, dan munculnya kasta dan kemampuan manusia. Karena sudah menjadi rahasia umum bahwa seiring dengan kemajuan teknologi pada masanya, dakwah selalu disampaikan melalui penggunaan berbagai bentuk media, mulai dari bentuk yang paling sederhana seperti bahasa dan isyarat hingga bentuk yang lebih kompleks seperti buku, surat, dan gambar.

### **1. Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM )**

Lembaga dakwah Mahasiswa atau disebut juga lembaga dakwah kampus tidak bisa dilepaskan dari peran lembaga dakwah yang ada hampir di setiap kampus perguruan tinggi Indonesia saat ini. Menurut Khittah (LDM) adalah suatu lembaga yang dikelola mahasiswa, bergerak dalam dakwah Islam di kampus untuk menegakkan kalimat Allah dengan *Amar Ma'ruf/Inahi Mungkar*. Masyarakat Kampus sebagai objek utamanya dan mahasiswa merupakan unsur terpentingnya.

---

<sup>39</sup> Yosiena Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung 2018", h. 50

<sup>40</sup> Yosiena Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung 2018", h. 51

Untuk mencapai tujuannya, Lembaga Dakwah Mahasiswa setidaknya bisa memainkan fungsi yakni:

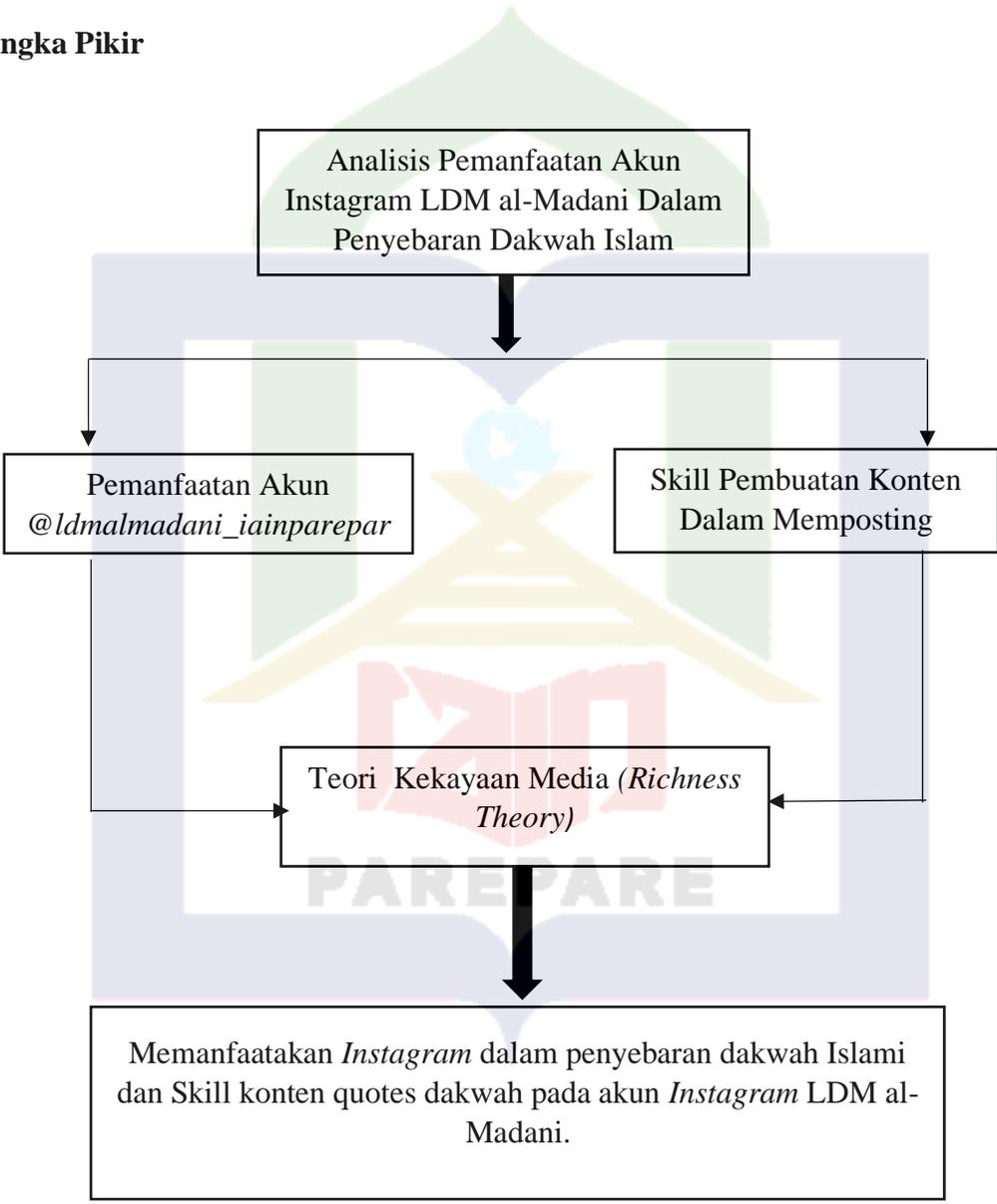
- e. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai media pembinaan utama, ini adalah peran utama dalam hal ini LDM memiliki kedudukan strategi mengingat jangkanya untuk melakukan aktifitas pembinaan umum kepada civitas akademik secara luas dan masyarakat sekitar kampus.
- f. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai Artikulator. Sebagai articulator lembaga dakwah kampus dapat berperan sebagai penyambung aspirasi umat, baik dalam hal menyerukan *amar ma'ruf* dan menghilangkan kemungkaran, tetapi fakta juga menunjukkan bahwa apresiasi untuk muncul setelah ada orang atau lembaga yang mencetusnya lebih dulu. Disini letak pentingnya LDM sebagai articulator yang pada gilirannya akan menguatkan peran serta umat lebih besar. Akan tetapi perlu di ingatkan LDM terikat dengan system perkampusan,. Oleh karenanya, dalam pelaksanaan peran ini perlu ditempuh cara agar LDM aman dari tuduhan melanggar system tersebut, misalnya dengan mengedepankan pendekatan ilmiah melalui pakar atau ilmiah melalui pakar atau lembaga yang kredibel.
- g. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai mediator. Dengan akses yang mungkin dimiliki, LDM berperan penting sebagai mediator antara umat pada satu sisi agar aspirasinya kesampaian. Sebab terkadang aspirasi umat macet dikarenakan tidak sampainya kepada pihak yang berkompeten. Disinalah peran mediasi menjadi penting artinya.
- h. Lembaga dakwah mahasiswa (LDM) sebagai fasiliator. Dengan ide, akses yang dimiliki LDM dapat berperan sebagai fasiliator dalam berbagai kegiatan demi tercapainya aspirasi umat, baik dalam kegiatan artikulasi, mediasi ataupun aksi.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> St. Aisyah, B. M (2015), "Peranan Lembaga Dakwah Kampus Dalam Meningkatkan Komunikasi Dakwah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar". *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).

Langkah mendasar dalam komunikasi dakwah adalah penggunaan bersama, atau mengirim dan menerima informasi dari satu pihak ke pihak lain. Tidak perlu bagi pemberi dan penerima untuk bertemu muka agar penggunaan bersama dapat terjadi; sebaliknya, itu dapat terjadi melalui cara lain, seperti tulisan, isyarat, atau kode yang dapat dipahami.

**D. Kerangka Pikir**



**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan dan mempermudah pelaksanaan penelitian. Penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksi realitas serta memahami maknanya. Sehingga penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas. Dengan demikian, hal yang umum dilakukan ia berkuat dengan analisis tematik. Penelitian kualitatif biasanya terlibat dalam interaksi dengan realitas yang ditelitinya.

Data kualitatif yang berbentuk kata-kata verbal dan cara memperoleh data kualitatif dapat dilakukan melalui wawancara. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada penggunaan logika induksi atau kategorisasi dilahirkan dari perjumpaan peneliti dengan informan dilapangan atau data-data yang ditemukan.<sup>42</sup> Sehingga penelitian kualitatif bercirikan informasi yang berupa ikatan konteks yang akan menggiring pada pola-pola atau teori yang akan menjelaskan fenomena sosial.

Jenis analisis yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Dalam pendekatan ini peneliti mencoba menganalisis terkait pemanfaatan akun *Instagram* LDM al-Madani dalam penyebaran dakwah Islam, dan terkait penggunaan skill konten dakwah di akun *Instagram* LDM al-Madani itu sendiri.

---

<sup>42</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah* (Jakarta, Kencana 2012) h. 34.

Analisis isi semata menggambarkan deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakter konten dakwah dan pesan. Melihat dari isi akun instagram dan menggambarkan isi pesan, tema sampai desain yang ada pada postingan.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah di akun *Instagram @ldmalmadani\_iainparepare* dan Sekretariat Lembaga (LDM) al-Madani IAIN Parepare. Yang beralamatkan di Jl. Amal Bhakti No.8, Bukit Harapan, Kota Parepare.

### b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan dalam waktu 1 (satu) bulan lamanya yakni, pada bulan Desember disesuaikan kebutuhan untuk mendapatkan fakta yang dapat mendukung penelitian ini.

## **C. Fokus Penelitian**

Penetapan fokus penelitian untuk mengungkapkan garis besar dari penelitian yang dilakukan dalam studi ini dengan pemusatan konsentrasi terhadap masalah yang akan diteliti. Adapun penelitian ini berfokus pada Analisis Konten Dakwah Pada Akun *Instagram* LDM Al-Madani IAIN Parepare (Studi Kritis).

## **D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan**

Keseluruhan keterangan responden atau dokumen, baik berupa statistik maupun bentuk lainnya, disebut sebagai data untuk keperluan penyelidikan.<sup>43</sup>

### 1. Data Primer

---

<sup>43</sup>P Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Cet. IV; Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2004), h. 87.

Data primer adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber data. Beberapa dari mereka adalah para pengurus dan anggota Lembaga LDM al-Madani itu sendiri. Data asli dan data baru adalah nama lain dari data primer. Peneliti harus langsung mengumpulkan data primer untuk memperolehnya. Peneliti dapat menggunakan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan informasi.

## 2. Data Sekunder

Buku-buku resmi, hasil penelitian berupa laporan, catatan harian, dan sebagainya merupakan contoh data sekundernya. Data sekunder penelitian ini berasal dari buku-buku ilmiah, pendapat ahli dan dokumentasi, serta foto-foto Instagram yang menunjukkan pesan dakwah.

## E. Informan Peneliti

Informan peneliti adalah berbagai sumber informasi yang dapat memberikan data yang diperlukan oleh peneliti, dengan melakukan wawancara kepada beberapa orang yang dianggap bisa memberikan data atau informasi yang benar terhadap masalah yang ingin diteliti.

Penentuan informan dalam penelitian kualitatif yang di gunakan peneliti menggunakan Teknik “*Snowball Sampling*” di definisikan sebagai tehnik pengambilan sampel non-probabilitas dimana sampel memiliki sifat yang jarang ditemukan. Ini adalah Teknik pengambilan sampel, dimana subjek yang ada memberikan rujukan untuk merekrut sampel yang diperlukan untuk penelitian. Misalnya, jika peneliti ingin lebih mengetahui lebih dalam tentang permasalahan yang ada pada akun Instagram Lembaga LDM al-Madani mengenai pemanfaatan akun *Instagram* LDM al-Madani dalam menyebarkan quotes-quotes yang benuansa Islami dan Skill dalam penyebaran konten-konten dakwahnya di media sosial *Instagram*. Anda akan kesulitan dalam mengumpulkan data sumber primer kecuali jika seorang Anggota ataupun pengurus dari lembaga LDM al-Madani setuju untuk melakukan percakapan langsung dengan anda dan memberikan kontak anggota lainnya untuk wawancara atau di mintai keterangan mengenai permasalahan yang ada pada penelitian tersebut.

Teknik pengambilan sampel ini dapat berlangsung terus menerus, seperti bola salju yang semakin besar ukurannya (sebagai sampel) hingga peneliti memiliki cukup data untuk di analisis, untuk menarik hasil konklusif yang dapat membantu organisasi membuat keputusan yang tepat.

#### Data Penelitian Tahun 2022

No	Informan	Keterangan
1.	Nurdin	Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare
2.	Ibrahim	Kordinator Minat dan Bakat LDM al-Madani IAIN Parepare
3.	Join	Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare
4.	Rabiyatul Adwiyah	Kordinator Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021
5.	Sahriani	Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare
6.	Muh. Ilham Jaya	Anggota Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare
7.	Nuraimi	Bendahara Umum LDM al-Madani IAIN Parepare
8.	Muh. Amar Syafaad	Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare
9.	Nur Bina	Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare
10.	Zainal Abidin	Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare

**Tabel 3.1 Informan Penelitian.**

#### F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi langsung adalah metode pengumpulan data dengan mengamati dan mendokumentasikan setiap kejadian di akun *Instagram* LDM Al-Madani IAIN Parepare. Persoalan bagaimana pengumpulan data dengan melakukan observasi pada akun media sosial *Instagram* LDM Al-Madani IAIN Parepare dan anggotanya menjadi fokus observasi fenomena ini.
2. Wawancara, atau bertemu langsung dengan informan Anggota dan para pengurus Lembaga (LDM) al-Madani dan melakukan tanya jawab dengan narasumber yang akan memberikan informasi merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data yang bermanfaat . demi penelitian.
3. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting mengenai masalah yang sedang diselidiki. Dokumentasi tersebut berupa foto dan beberapa isi quotes-quotes dakwah yang ada pada akun *Instagram* LDM al-Madani untuk memastikan diperoleh data yang akurat, lengkap, dan tidak asal-asalan.

### G. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang di peroleh penelitian dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang di sajikan dapat di pertanggungjawabkan. Uji keabsahan dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.

#### 1. Kredibilitas (*Credibility*)

Dalam penelitian kualitatif, derajat kepercayaan atau kredibilitas merupakan ukuran validitas. Validitas berarti pengukuran dan instrumen yang digunakan secara akurat mencerminkan keadaan. Dalam penelitian kualitatif, lebih baik menggunakan istilah “kredibilitas” atau “tingkat kepercayaan” untuk mendeskripsikan temuan yang secara akurat menggambarkan keadaan objek yang sebenarnya.<sup>44</sup>.

#### 2. Keteralihan (*transferability*)

---

<sup>44</sup> Sugiyono, Memahami Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D.(Bandung: Elfabeta,2010) h.121

Validitas eksternal tidak dikenal dalam penelitian kualitatif, tetapi istilah atau konsep keterampilan atau transferabilitas digunakan. Yang dimaksud dengan “transferabilitas” adalah kemampuan temuan penelitian untuk diterapkan atau dimanfaatkan dalam konteks atau situasi lain yang kira-kira sebanding dengan aslinya. Tingkat kemiripan antara konteks lokasi penelitian dengan lokasi lain yang akan diterapkan inilah yang menentukan transferabilitas sebagai masalah teoritis. Peneliti harus mencari dan mengumpulkan data empiris tentang konteks serupa untuk mentransfer temuan penelitian.<sup>45</sup>

### 3. Kebergantungan (*Dependability*)

Reliabilitas, yang menunjukkan konsistensi hasil penelitian yang telah dilakukan secara berulang-ulang, merupakan istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Lebih disukai, dalam penelitian kualitatif, disebut sebagai pengujian ketergantungan, yang memerlukan audit seluruh proses penelitian, dimulai dengan mengidentifikasi masalah, menemukan sumber data, dan menarik kesimpulan.<sup>46</sup>

### 4. Obyektifitas (*Comfirmability*)

Uji kecocokan penelitian enggan juga mengacu pada objektivitas pengujian kualitatif. Jika banyak orang setuju dengan temuan penelitian, itu dianggap objektif. Tes kesesuaian dalam penelitian kualitatif mensyaratkan membandingkan temuan penelitian dengan prosedur yang diikuti.<sup>47</sup> Standar comfirmability terpenuhi jika hasil penelitian merupakan hasil dari proses penelitian.<sup>48</sup>

Validasi atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.*(Bandung: Elfabeta,2007) h.276.

<sup>46</sup> Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik* (Sekolah Tinggi Theologi Jaffray,2019),h.134-140

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Elfabeta,2015) h.377

<sup>48</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif.*(Bandung: Elfabeta,2012) h.275.

## H. Teknik Analisa Data

Dalam kebanyakan kasus, metode yang digunakan untuk menganalisis data bersifat induktif dan deduktif. Berikut adalah tahapan proses analisis data:

### 1. Analisis Data

Menganalisis dan memeriksa data, mengorganisasikan data, memilih dan memilah menjadi sesuatu yang dapat diperoleh, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting berdasarkan kebutuhan penelitian, dan memutuskan apa yang dapat dipublikasikan adalah semua bagian dari analisis data.

### 2. Mereduksi data

Penulis menganalisis hasil wawancara dengan berbagai sumber data yang didokumentasikan dalam bentuk catatan lapangan. Analisis Konten Dakwah pada Akun Instagram LDM Al-Madani IAIN Parepare (Critical Studies) menjadi fokus utama dari kegiatan ini, yang bertujuan untuk mengeliminasi data yang tidak perlu dan mengkategorikannya.

- a. Data disajikan dengan menggabungkan informasi hasil wawancara dengan data dari berbagai sumber dan studi dokumentasi. Peneliti memberikan interpretasi atau penilaian agar data yang disajikan menjadi bermakna. Data disajikan dalam bentuk kalimat naratif, dan setiap fenomena yang dilakukan atau diceritakan ditulis apa adanya.
- b. Verifikasi dan penarikan kesimpulan, dimana peneliti menentukan signifikansi dari data yang disajikan melalui interpretasi. Perbandingan dan pengelompokan digunakan dalam kegiatan ini. Data yang disajikan kemudian diubah menjadi kesimpulan sementara. Untuk sampai pada suatu kesimpulan yang benar-benar mencerminkan keadaan yang sebenarnya, maka kesimpulan sementara tersebut akan selalu terus berkembang sejalan dengan pengumpulan data baru dan pemahaman baru dari sumber data lain.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Akun *Instagram* Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani, terkait Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam. Mendapat respon yang baik dari anggota maupun senior LDM al-Madani. Pada penelitian ini penulis menggunakan taktik wawancara baik kepada anggota yang masih aktif dalam Lembaga tersebut dan senior yang masih aktif dalam jabatannya.

Berikut ini adalah ulasan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini.

##### **1. Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam.**

*Instagram* adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Pengguna *Instagram* ingin berbagi banyak informasi tentang peristiwa terkini yang bisa kita dapatkan lebih cepat dari pada yang disiarkan di televisi atau radio. Hal ini disebabkan pengguna *Instagram* memiliki keinginan yang kuat untuk berbagi informasi dengan pengguna lain dalam bentuk gambar dan video agar informasi tersebut ditanggapi dan menjadi topik perbincangan dunia maya.



Gambar 4.1 Qoutes Dakwah LDM al-Madani oleh Nadila

Pada gambar 4.1 menjelaskan bahwa manusia diciptakan dari bentuk yang sempurna dan sama di mata sang pencipta dalam artian tidaklah manusia sesamanya saling menjatuhkan baik dari segi kedudukan jabatan, harta warisan, fisik karena dari semua itu adalah titipan dan akan kembali pada Allah SWT.



**Gambar 4.2 Quotes Dakwah LDM al-Madani Oleh Erawati L.**

Dari gambar 4.2 diatas menjelaskan bahwa akhlak lebih penting dari pada lainnya, dikarenakan orang ber ilmu belum tentu memiliki adab yang baik sedangkan oaring yang beradab tentulah ber ilmu. Seperti yang dijelaskan gambar di atas. Akhlak merupakan perangai, tabiat, budi pekerti, dan sifat seseorang. Akhlah Islami adalah gaya hidup yang terpuji yang merupakan refleksi nilai-nilai Islam yang diyakini dengan motivasi semata-mata mencari ke-ridahan Allah SWT.

a. Pemanfaatan *Instagram* LDM al-Madani Sebagai Penyebaran Dakwah

LDM IAIN Parepare adalah salah satu Lembaga organisasi Dakwah Mahasiswa IAIN Parepare. Lembaga tersebut memanfaatkan salah satu media

sosial yang disebut *Instagram* dengan nama Akun (*ldmalmadani\_iainparepare*) dengan jumlah pengikut sampai saat ini sekitar 716 pengikut dan jumlah postingan sebanyak 322 postingan. Media dakwah ini digunakan sebagai media untuk menyebarkan Quotes dakwah Islami serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan berupa mengajar di pesantren, tadarrusan dan kegiatan-kegiatan lainnya yang ada pada postingan akun Instagram yang digunakan oleh LDM al-Madani.

Beberapa jumlah postingan dan beberapa konten quotes Dakwah Islam pada postingan foto dalam akun *instagram @ldmalmadani\_iainparepare* sepanjang 3 Maret 2021-19 Februari 2023, sebagai berikut:

Perkembangan pesat yang dialami oleh *Instagram* saat ini daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, di karenakan maraknya para warganet yang melihat dan mencari informasi tentang islam di *Instagram*. Percobaan pencarian melalui mesin pencari *google* dengan kata kunci “*Dakwah Instagram*”, memunculkan nama akun-akun dakwah di halaman beserta *username* akun mereka.

Seperti yang dikatakan narasumber ketua LDM al-Madani IAIN Parepare yakni saudara Nurdin mengatakan bahwa;

“Media yang digunakan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sebagaimana akun-akun media sosial lainnya, akun Instagram ini di gunakan untuk mengupload quotes Islami dan kegiatan-kegiatan lainnya yang dilakukan oleh lembaga organisasi.”<sup>49</sup>

Dari hasil wawancara di menjelaskan, pemanfaatan akun Instagram sebagai media dakwah oleh LDM al-Madani IAIN Parepare digunakan dengan sebaik

---

<sup>49</sup> Nurdin, *Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara tanggal 19/12/2022)

mungkin dengan cara menyebarkan quotes-quotes yang bersifat Islami yang bermanfaat dilingkungan sekitar.

“Salah satu pemanfaatan akun Instagram (*ldmalmadani\_iainparepare*) dalam menyebarkan dakwah dengan memposting konten - konten dakwah. Jadi itulah salah satu cara LDM Al-Madani memanfaatkan akun media sosial dengan baik”.<sup>50</sup>

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa banyak cara memanfaatkan akun media sosial *Instagram* itu sendiri dengan memposting quotes yang bernuansa Islami agar para pembaca dapat termotivas dan kehidupan selanjutnya jauh lebih baik lagi.

“peran media sekarang sangat di butuhkan salah satu bentuk untuk memperkenalkan Lembaga kepada dunia luar yang terkhusus irana IAIN Parepare, apalagi mahasiswa sekarang banyak yang menggunakan media sosial Instagram.”<sup>51</sup>

Dari hasil informasi diatas yang diungkapkan oleh informan menyatakan bahwa pemanfaatan *Instagram* sangat baik digunakan saat ini karena generasi sekarang ini lebih cepat mendapatkan informasi lewat media sosial Instagram, seperti yang kita tahu bahwa Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak di minati oleh generasi muda.

Iham Jaya dalam wawancara:

“Menurut saya pemanfaatan Instagram itu sama seperti organisasi-organisasi lain dimana biasanya memiliki banyak fungsi, jadi pemanfaatan media sosial dalam suatu organisasi itu dan khususnya Lembaga LDM al-Madani memiliki banyak fungsi. Fungsi yang pertama/1tentunya sebagai media syiar jadi media Instagram ini menjadi alat utama kita di dalam menyiarkan konten-konten dakwah entah itu berupa quotes ataupun story yang berkaitan dengan media dakwah itu bisa kita sebar di akun Instagram (*ldmalmadani\_iainparepare*) itu yang pertama menyiarkan konten dakwah. Kemudian yang kedua berhubungan juga dengan personal branding jadi tidak menuntut kemungkinan semua organisasi melakukan

<sup>50</sup> Sahriani, *Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 22/12/2022)

<sup>51</sup> Joint, *Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 26/12/2022)

hal ini media Instagram tersebut digunakan sebagai media personal branding membangun *brand* nya sendiri sehingga dikenal oleh masyarakat luas sehingga bisa lebih berkembang lagi kedepannya dan bisa berdampak kemasyarakat.”<sup>52</sup>

Berdasarkan hasil kutipan wawancara diatas oleh saudara Ilham Jaya menjelaskan bahwa memanfaatkan Instagram dengan baik kita perlu memperhatikan 2 fungsi yang pertama itu menyiarkan konten-konten dakwah yaitu merujuk pada keagamaan dan yang kedua *personal branding* sangatlah penting bagi siapa saja konten *creator* agar bisa memperkenalkan *brand* mereka sendiri agar dikenal banyak orang baik dalam maupun luar.

Dalam wawancara Nuraimi

“Kalau untuk anggota LDM sendiri memanfaatkan media sosial Instagram dengan sebaik mungkin, seperti mengaploud konten-konten dakwah sesuai yang diarahkan pengurus.”<sup>53</sup>

Dari hasil wawancara diatas yang diungkapkan oleh Nuraini ialah, setiap anggota diwajibkan membuat konten dakwah di akun Instagram LDM al-Madani begitupun para pengurus. Dari pemilihan kontennya biasanya men-*share* quotes yang bernuansa Islami ataupun sebuah kegiatan-kegiatan ke organisasian yang ada di LDM al-Madani IAIN Parepare.

Dalam wawancara Muh. Amar Syafaad

“Menurut saudara Amar adanya *Instagram* kita bisa memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah di *Instagram* yang tentunya dapat memberikan pelajaran melalui postingan quotes-quotes yang di share di akun Instagram LDM al-Madani.”<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Ilham Jaya, *Anggota Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021* (wawancara 30/12/2022)

<sup>53</sup> Nuraimi, *Bendahara Umum LDM AL-Madani IAIN Parepare*, (Wawancara 04/01/2023).

<sup>54</sup> Muh.Amar Syafaad, *Anggota Aktif LDM AL-Madani IAIN Parepare*, (Wawancara 07/01/2023).

Kesimpulan wawancara diatas menyatakan bahwa, Instagram adalah media yang sangat baik untuk memberikan suatu pelajaran bagi pengguna media sosial Instagram, dengan memposting dakwah Islami baik dalam bentuk kata-kata, gambar ataupun quotes. LDM al-Madani juga sangat memanfaatkan akun Instagram mereka dengan baik sehingga makin banyak quotes-qoutes Islami yang di aploud di akun Instagram-nya.

Dalam wawancara Rabiatul Adwiyah

“kalau LDM sendiri memanfaatkan media sosial khususnya Instagram untuk menyiarkan dakwah-dakwah, semacam quotes-qoutes dakwah Islami jadi nanti konten dakwahnya kami *share* di akun *Medsos* instagram LDM al-Madani.”<sup>55</sup>

Kesimpulan hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh dan manfaat dalam menyampaikan dakwah melalui konten religi. Dengan gaya quotes masing-masing anggota dalam artian menyampaikan dakwah bukan sekedar lisan semata tetapi dalam nonlisanpun dapat menyampaikan dakwah melalui kreativitas masing-masing.

Efek dari Instagram dapat kita lihat dari hasil wawancara informan bahwasannya memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah sangat baik di lakukan bila sesuai dengan syariat Islam. Dapat di simpulkan bahwa Instagram sendiri memilki efek yang sangat berpengaruh untuk di gunakan sebagai media dakwah bila sesuai dan tidak menyalahi aturan yang ada.

---

<sup>55</sup> Rabiyyah, *Kordinator Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021* (wawancara 10/02/2023)



**Gambar 4.3 Quotes Dakwah LDM al-Madani Oleh Damir As'ad.**

b. Pemanfaatan Instagram pada anggota LDM al-Madani

Sebagai media sosial yang paling populer saat ini, Instagram menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang bisa terjalin. Instagram memanjakan para penggunanya dengan kemudahan dan keberagaman fitur yang disediakan. Instastory atau yang lebih di kenal oleh pengguna Instagram dengan sebutan *sanpgram*/I merupakan fitur berbagi foto maupun video yang bersifat sementara dan hanya aka nada di Instagram selama 24 jam.

Fitur-fitur utama tersebut yang dipakai oleh anggota LDM al-Madani dalam menyampaikan dakwah Islam. Foto, instastory, dan video di gunakan sesuai kapasitas, keinginan, dan yang di anggap mudah dalam pembuatan pesan dakwah.

Sebagaimana dari hasil wawancara beberapa informan di atas bahwasannya Instagram sangat berperan aktif bagi Anggota LDM al-Madani IAIN Parepare terutama di gunakan untuk media dakwah, Instagram sangat efektif dalam penyebaran kebaikan. Contohnya yang bisa menjadi ladang dakwah jika kita dapat memanfaatkan dengan baik dan benar, walaupun kita belum bisa menjadi seorang Da'i yang menyampaikan dakwah secara langsung kita dapat berdakwah melalui fitur-fitur yang di sediakan yang bisa kita bagikan atau *share* di Instagram, karena pengguna Instagram ini sangatlah banyak, jadi dakwah kita bisa mengenai sasaran yang lebih banyak. Maka tak sedikit dari para Da'i yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah.

c. Perkembangan Akun Instagram Anggota LDM al-Madani

Sebagai pengguna sosial media kita harus bisa menjadi seorang komunikator yang baik, menyampaikan pesan dan penyebar pesan karena memang dalam proses belajar di dalam Lembaga itu memang di latih untuk mengenal komunikasi yang baik.

Sebagai anggota aktif dalam suatau Lembaga LDM al-Madani yang mempunyai media sosial yang aktif dan *up to date* seiring perkembangan zaman, para anggota saat ini tidak mau ketinggalan zaman dengan hampir semua memiliki *handphone* apalagi pelajar dan mahasiswa dengan koneksi internet untuk menggunakan dan *update* di media sosial.

Wawancara Muh. Amar Syafaad selaku anggota LDM al-Madani

“Kegiatan yang biasa saya lakukan di instagram itu tak lain hanya menyukai kata-kata motivasi ataupun melihat hal-hal yang menarik untuk

dipelajari, liat-liat *Instastory*. Selain itu melihat juga konten sholawatan dan pencerahan, nilai-nilai dakwah.”

Dari hasil wawancara yang dikatakan oleh Muhammad Amar Syfaat mengatakan bahwa instagram bukan sekadar menyukai kata motivasi dan hal-hal menarik yang ada didalam konten tersebut tetapi juga mempelajari nilai-nilai dakwah yang terkandung didalam media instagram melalui akun instagram LDM al-Madani.

Anggota LDM al-Madani IAIN Parepare sendiri memiliki berbagai macam cara dalam memanfaatkan Instagram mereka. Berdasarkan hasil wawancara dapat di ketahui bahwa mayoritas anggota nya menggunakan Instagram untuk mencari informasi, sebagai sarana komunikasi, mengikuti gaya hidup, hiburan, motivasi hidup, mendengarkan ceramah dan konten-konten dakwah dari para pendakwah yang di sukainya dan sebagai media dakwah, wadah untuk belajar hal-hal yang mengajak pada kebaikan.

#### d. Pengaruh *Instagram* Sebagai Media Dakwah

Sebagai media sosial yang paling banyak penggunanya *Instagram* juga salah satu media yang bisa di gunakan untuk berbagai keperluan bagi semua pengguna, banyak segelintir orang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk wadah pembelajaran sperti yang dilakukan para informan yang menjelaskan bagaimana Instagram sangat berpengaruh untuk melakukan hal-hal kebaikan sebagai media penyebaran dakwah di medsos yang sering kali muncul dengan berbagai tema yang menarik untuk dilihat dan di pelajari. Apalagi anak-anak muda sangat peka terhadap media sosial jadi mungkin mereka sebagai pengguna media sosial Instagram banyak hal yang bisa di lihat untuk di pelajari dengan konten-konten ke-Agamaan sangat bagus dan berpengaruh besar terhadap diri sendiri.

## 2. Penggunaan skill konten dakwah Instagram LDM al-Madani IAIN Parepare

Kompetensi menurut Dessler adalah karakteristik yang dapat ditunjukkan seperti pengetahuan, keterampilan dan perilaku pribadi seperti kepemimpinan.

### a. Skill Konten Dakwah di Instagram LDM al-Madani

Skill merupakan bagian dari manajemen pengetahuan yang merupakan sekumpulan praktik yang bertujuan untuk menemukan dan memanfaatkan sumber-sumber data intelektual dari organisasi sepenuhnya mendayagunakan intelektualitas orang-orang dalam organisasi.

Dalam pembuatan konten dakwah tentulah banyak skill yang harus diketahui seperti yang dikatakan oleh saudara Ilham Jaya;

“Tentunya banyak skill yang dibutuhkan dalam membuat konten yang pertama adalah Ide. Ide seperti apa yang harus kita tampilkan untuk para audiens misalnya konten tersebut berupa foto yang memiliki tulisan atau quotes yang ditujukan kepada pembaca. Skill yang kedua adalah desain grafis, desain grafis sangat di peruntukkan kepada pengurus sehingga dalam pembuatan konten pengurus mengetahui ide dan desain seperti apa yang akan ditujukan kepada pembaca.”<sup>56</sup>

Dari hasil wawancara di atas bahwa Skill memang sangat dibutuhkan dalam pembuatan konten di media sosial khususnya para konten creator harus mampu menulis, meninjau, mengedit, dan membuat konten untuk platform.

---

<sup>56</sup>Ilham Jaya, *Anggota Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021* (wawancara 30/12/2022)

Seperti yang dilakukan anggota Lembaga Dakwah Mahasiswa IAIN Parepare (LDM al-Madani).

Nurdin selaku Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare dalam wawancara:

“Kata saudara Nurdin skill konten dakwah di Instagram LDM al-Madani belum maksimal, artinya mereka masih jarang menyalurkan dakwah-dakwah di media sosial seperti Instagram dan Youtube. Karena blom ada yang mampu mengedit hal itu, dan sempat tahun ini lembaga dakwah LDM al-Madani ingin dilaksanakan tentang konten-konten dakwah di akun Instagram (*ldmalmadani\_iainparepare*) tapi terkendala dengan alat-alat yang blom ada dan sebagainya kemudian juga di karenakan blom ada yang bisa kontinu untuk bertanggungjawab di bidang/itu. Bisa saja nanti sosial media Instagram LDM al-Madani IAIN Parepare akan di perkuat oleh pengurus lainnya.”<sup>57</sup>

Berdasarkan hasil wawancara saudara Nurdin mengatakan bahwa skill yang dimiliki pengurus lembaga LDM Al-Madani masih kurang sehingga untuk pembuatan desain grafis masih kurang. Karena pengurus masih kekurangan ide untuk di tuangkan kedalam bentuk tulisan ataupun quotes, sehingga ketua LDM al-Madani berharap pengurus-pengurus berikutnya lebih memahami tentang desain grafis atau pun konten creator sehingga dapat membuat akun Instagram lembaga (LDM al-Madani) lebih dikenal banyak orang.

b. Perkembangan Media Dakwah Lembaga (LDM al-Madani)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi segala aspek kehidupan berkiblat padanya. Begitupula dengan kegiatan dakwah, dakwah yang sebelumnya dilakukan dengan mengisi ceramah di musholah, khutbag jum'at, kini dakwah dapat dilakukan pada media sosial. Bentuk dari media sosial pun bermacam-macam salah satunya yakni Instagram. Lembaga LDM al-Madani

<sup>57</sup> Nurdin, *Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara tanggal 19/12/2022)

adalah suatu organisasi yang memanfaatkan sosial media dengan berdakwah menyebarkan kebaikan dan pembelajaran bagi siapa saja pengguna Instagram yang melihat nantinya. Dengan adanya ilmu dakwah, aktivis dakwah yang semula hanya megandalkan kemampuan pendakwah menjadi lebih mudah untuk dipelajari, sehingga perkembangan dakwah dapat dengan cepat untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sangat pesat.

Banyak anak muda menggunakan Instagram hanya untuk mengaploud foto, video, dirinya dan kegitannya saja padahal kita bisa memanfaatkan Instagram untuk menjadi sarana dalam berdakwah agar menjadi ladang atau wadah untuk mencari pahala./1Menggunakan Instagram sebagai media dakwah berarti upaya untuk menyalurkan pesan dakwah kepada mad'u atau para pengguna Instagram. Seperti yang dikatakan oleh saudara Sahriani Anggota LDM al-Madani;

“Perkembangan dari akun Instagram LDM al-Madani itu sendiri kalau dibandingkan dengan yang kemarin sekarang lebih berkembang lagi, karena salah satunya adalag penambahan anggota jadi semakin banyak SDM dari suatu lembaga kami. Jadi jika ada konten-konten dakwah yang terposting di akun Instagram LDM al-Madani makin banyak SDM yang menyebarluaskan dakwah-dakwah baik dalam bentuk postimgam foto, quotes-quotes, atupun video”.<sup>58</sup>

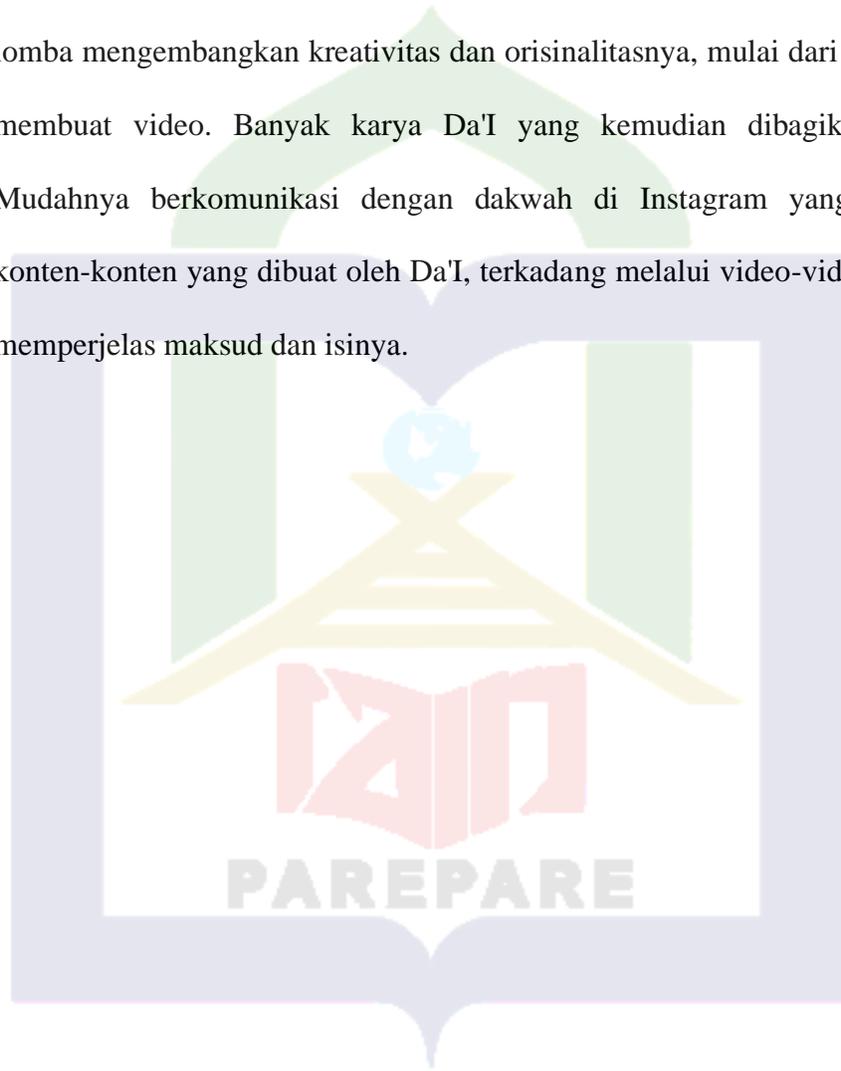
Dari hasil wawancara diatas menyatakan bahwa semakin banyak SDM ayang bergabung dalam suatu lembaha semakin banyak pula yang menyebarluaskan kebaikan dalam media sosial seperti Instagram. Salah satu cara suatu lembaga dakwah yang memiliki akun media sosial Instagram yang cukup aktif dalam penyebaran dakwah Islam.

---

<sup>58</sup> Sahriani, *Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 22/12/2022)

c. *Instagram* Sebagai Media Dakwah

*Instagram* yang biasanya digunakan untuk mengunggah dan berbagi foto dengan orang lain, kini memungkinkan kita memperoleh berbagai hal positif, seperti dakwah. Jika Anda melihat *Instagram*, pada akhirnya Anda akan melihatnya digunakan sebagai alat propaganda juga. Banyak Da'I yang berlomba-lomba mengembangkan kreativitas dan orisinalitasnya, mulai dari menulis hingga membuat video. Banyak karya Da'I yang kemudian dibagikan orang lain. Mudahnya berkomunikasi dengan dakwah di *Instagram* yang menyebarkan konten-konten yang dibuat oleh Da'I, terkadang melalui video-video singkat yang memperjelas maksud dan isinya.



## B. Pembahasan

### 1. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Anggota LDM al-Madani

Berdasarkan hasil penelitian terhadap para narasumber, bahwa mereka menggunakan dan memanfaatkan media sosial Instagram untuk meyebarkan hal-hal positif sebagai media dakwah di akun Instagram (*ldmalmadani-iainparepare*). Media dakwah ini digunakan sebagai media tempat untuk menyebarkan quotes dakwah Islami serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan berupa mengajar di pesantren atau pun kegiatan ke organisasian lainnya yang ada pada postingan akun Instagram yang digunakan oleh LDM al-Madani IAIN Parepare.

Masing-masing narasumber memiliki pendapat tentang berdakwah di media sosial Instagram dengan memperbanyak postingan atau quotes yang di auploud di akun LDM al-Madani IAIN Parepare.

Sebagaimana hasil wawancara dari salah satu narasumber bahwasannya Instagram sangat berperan aktif bagi para Da'I terutama untuk digunakan sebagai media dakwah, Instagram memilki banyak fungsi jadi, Fungsi yang pertama tentunya sebagai media syi'ar jadi media Instagram ini menjadi alat utama kita didalam menyiarkan konten-konten dakwah entah itu berupa quotes ataupun *story* yang berkaitan dengan media dakwah. Kemudian yang kedua berhubungan juga dengan personal *branding* jadi tidak menuntun kemungkinan semua organisasi melakukan hal ini, media Instagram tersebut digunakan media personal *branding* membangun *brand* nya sendiri sehingga dikenal oleh masyarakat luas sehingga bisa lebih berkembang lagi kedepannya dan bisa berdampak kemasyarakat.

Perkembangan pesat yang di alami oleh Instagram saat ini daya Tarik bagi penggiat dakwah dimedia sosial, karenakan maraknya para warganet yang melihat dan mencari informasi tentang Islam di Instagram.pecobaan pencarian melalui mesin pencari *google* dengan kata kunci “*dakwah Instagram*”, memunculkan nama akun-akun dakwah dihalaman beserta *username* akun mereka.

## 2. Penggunaan Skill Konten Dakwah di Instagram LDM al-Madani

Keterampilan adalah keterampilan yang dapat diperoleh dan ditingkatkan dengan bakat dan minat. merupakan salah satu jenis keahlian. Keterampilan juga merupakan bagian dari manajemen pengetahuan, yang merupakan seperangkat praktik yang ditujukan untuk menemukan dan memanfaatkan sumber data intelektual dari organisasi untuk memanfaatkan sepenuhnya kapasitas intelektual mereka yang bekerja di sana.

Sebagaimana hasil dari salah satu narasumber (*sampel*) mengatakan penggunaan skill dalam media dakwah di Instagram LDM al-Madani yaitu memberikan sebuah ilustrasi kata-kata kepada anggota LDM al-Madani IAIN Parepare, kemudia para anggota disuruh untuk mencari kata-kata motivasi dakwah di internet ataupun dimedia sosial lainnya. Lalu kami di minta untuk mengirimkan foto ke pengurus untuk dibuatkan *pamflet* berupa foto dan kata-kata islami yang kami kirimkan kemudian di *share* di akun Instagram LDM al-Madani. Disamping memotivasi para anggota LDM untuk menyebar kebaikan juga memberikan manfaat bagi akun Instagram agar konten-konten dakwahnya makin lebih banyak lagi dan tidak sepi untuk dilihat.

Media dakwah, khususnya segala sesuatu yang dapat membantu da'i dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Menurut Hamza Yaqub, ada lima jenis

media: lisan, tertulis, audio-visual, dan akhlak. Para dai menggunakan media dakwah sebagai alat untuk mendukung keberhasilan proses dakwahnya; media yang mereka gunakan juga beragam dan efektif dalam berdakwah.

Seorang da'i harus memilih media yang paling efisien dari sekian banyak pilihan untuk mencapai dakwah. Faktor-faktor berikut harus dipertimbangkan ketika memilih media:

- a. Media masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda (kelebihan, kekurangan, kecocokan), tidak ada media lain yang lebih unggul dari keseluruhan isu atau tujuan dakwah.
- b. Media yang kami pilih sesuai dengan kemampuan target dakwah.
- c. Kami mengikuti dakwah saat memilih media.
- d. Pemilihan media harus didasarkan pada penelitian yang akurat.
- e. Ketersediaan dan peluang media memerlukan perhatian.
- f. Efisiensi dan efektivitas harus diperhatikan

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi secara tepat waktu. Pengguna Instagram ingin berbagi banyak informasi tentang peristiwa terkini, yang bisa kita dapatkan lebih cepat daripada yang disiarkan di televisi atau radio.

Disadari atau tidak, penggunaan media komunikasi massa telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi manusia dalam berbagai hal. Ini termasuk tetap *up to date* pada semua komunikasi dakwah utama. Sarana yang paling efektif untuk mempopulerkan, menginstruksikan, memantapkan, atau mengingatkan kembali dakwah,

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk pemanfaatan Instagram pada masing-masing anggota LDM al-Madani IAIN Parepare. Hampir semua mengungkapkan bahwa Instagram adalah media yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa di pastikan bahwa banyak yang menonton atau pun men *share* dan melihat pesan dakwah yang di sampaikan melalui Instagram./1Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa cara mereka memanfaatkan media Instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan Instagram sebagai wadah/tempat untuk menyebarkan dakwah, dan kebaikan,
2. Penggunaan skill dalam konten-konten dakwah di Instagram yang pertama menuangkan Ide kedalam konten apa yang kita akan sampaikan kepada pengguna misalnya konten tersebut berupa foto yang memiliki tulisan berupa kata-kata dakwah yang ditujukan kepada pembaca. Skill yang kedua adalah desain grafis, desain grafis sangat diperuntukkan kepada pengurus sehingga dalam pembuatan konten semua pengurus mengetahui ide dan desain seperti apa yang akan di tampilkan kepada pembaca.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan khasanah kelimuan mengenai Analisis Konten Dakwah Pada Akun Instagram LDM al-Madani IAIN Parepare (Studi Kritis). Dalam hal ini saran tersebut adalah:

1. Diharapkan kepada pengguna media sosial Instagram lebih bijak menggunakan media sosial dalam mengakses konten-konten yang bermanfaat/1.
2. Diharapkan dengan adanya akun Instagram Lembaga LDM al-Madani IAIN Parepare bisa lebih maju lagi kedepannya dalam menyebarkan konten atau pun quotes-qoutes dakwahnya agar pembaca lebih puas dalam mengakses konten-konten Islami.
3. Sebagai lembaga dakwah kemahasiswaan organisasi LDM nantinya mampu lebih mengoptimalkan kinerja para pengurus untuk meningkatkan akun media sosial Instagram agar lebih berkembang dan membuktikan diri sebagai lembaga yang punya tanggung jawab besar terhadap peningkatan moral para pemuda khususnya bagi pengguna media sosial.
4. Diharapkan dengan hasil penelitian ini, juga bisa menjadi bahan pertimbangan untuk pengurus LDM al-Madani IAIN Parepare agar lebih meningkatkan skill dan pemanfaatan media sosial Instagram agar lebih terarah dan lebih meningkatkan lagi konten-konten dakwah yang ada pada akun Instagram itu sendiri.
5. Kepada peneliti selanjutnya dapat kiranya mengambil poni-poin penting dalam penelitian ini yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menggali informasi lebih lanjut mengenai tentang konten-konten dakwah yang ada pada akun media sosial Instagram lembaga (LDM al-Madani IAIN Parepare).

## DAFTAR PUSTAKA

- Alquran dan Terjemahannya Departemen Agama RI h.64
- Abdurrazaq, “Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel-Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy, “*Studia Islamika* 19, no. 2,2013)
- Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2016
- Ayu Asnani. Burhanuddin “Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Akun Kartun Muslimah”, (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 22.
- Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur, “*Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi*”. Volume 16 no. 1-April 2013
- Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur, h. 2.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2018)
- Departemen Agama RI, *Al Qur'an & Terjemahannya* ( Jakarta: Cv Darus Sunnah, 2002)
- Dewi, S. P. (2018). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah (Studi Kualitatif tentang Motif Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Tren Media Dakwah Oleh Anggota Komunitas Jaga Sesama Solo).
- Harmoni, A. (2011). Media richness theory dan potensi website sebagai media komunikasi csr oleh perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi*.
- Helaluddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik* (Sekolah Tinggi Theologi Jaffray,2019),h.134-140
- Ibrahim, *Kordinator Devisi Bakat dan Minat LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara tanggal 22/12/2022)
- Ilham Jaya, *Anggota Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021* (wawancara 25/12/2022)
- J.S. Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994),
- Joint, *Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 22/12/2022)
- M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2006), h. 24-28.
- Mashita Putri Hatama “*Pengaruh Terpaan Pesan Dakwah Di Instagram Terhadap Tingkat Regiulitas*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Malang, 2017), h. 16.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2019), h. 110
- Muh.Amar Syafaad, *Anggota Aktif LDM AL-Madani IAIN Parepare*, (Wawancara 07/12/2022).

- Muhammad Aidil “Analisis Minat Mahasiswa Mengakses Pesan-pesan Dakwah melalui Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare”, (Skripsi Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare 2020).
- Nurdin, *Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara tanggal 19/12/2022)
- Nuraimi, *Bendahara Umum LDM AL-Madani IAIN Parepare*, (Wawancara 04/12/2022).
- Nur Bina, *Anggota Aktif LDM AL-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 16/12/2022)
- Rabiyah, *Kordinator Devisi Syi’ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021* (wawancara 27/12/2022)
- Restu Basuki, “*Pesan Dakwah Islam Melalui Media Sosial*” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora: Yogyakarta,2015), h. 11-12.
- Rifda Arum, “*Pengertian Semiotika:Konsep Dasar, Macam, Dan Tokoh Pencetusnya*”.h.4.
- Sahriani, *Anggota Aktif LDM al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 19/12/2022)
- Samsul Munir Amir, *Ilmu Dakwah*,
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.*(Bandung: Elfabeta,2007) h.276.
- Venny Yunita, “*Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah Pada Buku Percepatan Rezeki dalam/140 Hari dengan Otak kanan*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam: Banda Aceh, 2018), h. 12-14.
- Venus, A., & Munggaran, N. R. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Dialektika*, .4,h.1
- Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 105.
- Yosiena Duli Deslima “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”, (Skripsi Sarjana: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Yosiena Duli Deslima,” Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa
- Ahmad, h. f. (2021). Pemanfaatan media dakwah pada akun Instagram dalam membentuk sikap religius mahasiswa pendididkan agama islam (PAI) di Iain Tulungagung.
- Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung Diponegoro, 1992), h. 47.
- Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”, h. 50
- Marzuki, *MetodologiRiset* (Yogyakarta: Hanindita Offset, 1983). h.55.
- Memanfaatkan media sosial instagram untuk memperkenalkan kearsipan di Indonesia, 10 Agustus 2018, <https://pusdok.sv.ugm.ac.id/2018/10/08/memanfaatkan-media-sosial-instagram-untuk-memperkenalkan-kearsipan-di-indonesia/>, di akses 27 November 2022

Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)

P Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Cet. IV; Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2004),

Rifda Arum, “*Pengertian Semiotika:Konsep Dasar, Macam, Dan Tokoh Pencetusnya*”

Siti Puspita Dewi “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah*” (Studi Kualitatif Tentang Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Tren Media Dakwah Oleh Anggota Komunitas Jaga Sesama Solo), h. 2.

SujonoSoekanto, *PengantarPenelitianhukum* (Jakarta: UI Press, 1986). h.12

Yosiena Duli Deslima,” *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*”, h. 24

Zainal Abidin, *Anggota Aktif LDM Al-Madani IAIN Parepare*, (wawancara 19/12/2022)





# LAMPIRAN



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

Jalan Amat Bakti No. 8 Sorsang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B-57/In.39/FU/AD.03/PP.00.9/12/2022

Parepare, 6 Desember 2022

Lamp

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Wali Kota 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	: SRI RADIYANINGSI SALMAH
Tempat/Tgl. Lahir	: Kanang, 29 Juli 1999
NIM	: 18.3600.023
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: Kanang, Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi :

**ANALISIS KONTEN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM LDM AL-MADANI IAIN PAREPARE (STUDI KRITIS)**

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di Wilayah Kota Parepare terhitung mulai tanggal 08 Desember 2022 s/d 08 Januari 2023.

Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb*



Dekan, M. Hum  
19641231 199203 1 045

PAREPARE

SRN IP0000882



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jalan Terusan Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 882/IP/DPM-PTSP/12/2022**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA : **SRI RADIYANINGSIH SALMAH**  
 NAMA

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**  
 Jurusan : **JURNALISTIK ISLAM**  
 ALAMAT : **JL. AMAL BAKTI PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS KONTEN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM LDM AL-MADANI IAIN PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **INSTITUT AHAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **12 Desember 2022 s.d 12 Januari 2023**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **13 Desember 2022**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**



**Hj. ST. RAHMAN AMIR, ST, MM**  
 Pangkat : Pembina (IV/a)  
 NIP : 19741013 200604 2 019

**Biaya : Rp. 0.00**

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Sistem Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **SSeE**
- Dokumen ini dapat diukuhkan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)







PENGURUS  
LEMBAGA DAKWAH MAHASISWA  
(LDM) AL-MADANI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE



Sekretariat: Jl. Amal Bakti No. 08 Srengeng, Gedung PKM LDM Al-Madani, Cc: 0873407944/20/0402140/2218

**SURAT KETERANGAN**  
No : 82/LDM AL-MADANI/IAIN/PR/XII/1444H/2022M



*As-salāmu'alaikum wa rahmatullāhi wa barakātuh*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurdin  
NIA : 19.1900.003  
Jabatan : Ketua Umum

Beserta sekretaris umum LDM Al-Madani, menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Sri Radianingsi Salmah  
NIM : 18.3600.023  
Prodi : Jurnalistik Islam  
Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan penelitian di Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani IAIN Parepare selama 1 bulan, dari bulan November s.d Desember 2022 dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **"ANALISIS KONTEN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM LDM AL-MADANI IAIN PAREPARE (Studi Kritis)"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada Mahasiswa yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wa billāhi-taufiq wa-hidāyah*

*Wa as-salāmu'alaikum wa rahmatullāhi wa barakātuh*

**"Akrah Bersahabat Allahu Akbar"**

Parepare, 31 Desember 2022

PENGURUS  
Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani  
IAIN Parepare

Ketua Umum,-

NURDIN  
NIA: 19.14.798

Sekretaris Umum,-

SRI RADIANSI SALMAH  
NIA: 19.14.745

IAIN  
PAREPARE



Edit dengan WPS Office



Dipindai dengan CamScanner

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Biodata (nama, umur, prodi, akun Ig)
2. Bagaimana pemanfaatan instagram pada anggota LDM al-Madani IAIN Parepare?
3. Bagaimana penggunaan skill konten dakwah instagram LDM al-Madani IAIN Parepare?
4. Apa pengaruh dakwah instagram terhadap diri sendiri?
5. Apa saja kegunaan instagram bagi anggota LDM al-Madani IAIN Parepare?
6. Kegiatan apa yang anda lakukan di instagram ?
7. Akun media sosial apa saja yang anda ikuti di instagram?
8. Akun instagram siapa yang biasa anda lihat konten dakwahnya?
9. Bagaimana pendapat tentang perkembangan akun instagram LDM al-Madani saat ini?
10. Menurut anda apakah instagram bisa menjadi media dakwah? Alasannya?



## DOKUMENTASI WAWANCARA



**Gambar 1.**

**Wawancara Saudara Nurdin Ketua LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 2.**

**Wawancara Saudara Join Anggota Aktif Lembaga LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 3.**

**Wawancara Muh. Ilham Jaya Anggota Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021**



**Gambar 4.**

**Wawancara Rabiatal Adwiyah Kordinator Devisi Syi'ar dan Humas LDM al-Madani IAIN Parepare Periode 2021**



**Gambar 5.**

**Wawancara saudara Ibrahim Kordinator Divisi Minat dan Bakat LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 6.**

**Wawancara Sahriani Anggota Aktif Lembaga LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 7.**

**Wawancara Nuraimi Bendara Umum LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 8.**

**Wawancara Muh. Amar Syafaad Anggota LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 9.**

**Wawancara Nur Bina Anggota LDM al-Madani IAIN Parepare**



**Gambar 10.**

**Wawancara Zinal Abidin anggota LDM al-Madani IAIN Parepare**

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama :/1NURDIN

Jenis kelamin : Laki-laki

Prodi : MPI

Umur : 22 Tahun

Asal : Pinrang

Akun Ig : \_nurdinudin

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Sri Radianingsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam*”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

.....

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : SAHRIANI

Jenis kelamin : Perempuan

Prodi : Sosiologi Agama

Umur : 19 Tahun

Asal : Enrekang

Akun Ig : sahriani\_ad

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Sri Radyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

***“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”***

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : JOIN  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Prodi : Hukum Tata Negara  
Umur : 21 Tahun  
Asal : Luwu Utara  
Akun Ig : joojoin12

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : MUH. ILHAM JAYA

Jenis kelamin : Laki-laki

Prodi :

Umur : 22 Tahun

Asal : Wajo

Akun Ig : @ilham.djaya

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE



### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : IBRAHIM  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Umur : 21 Tahun  
Asal : Pinrang  
Akun Ig : @ibrhmakrm\_

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

***“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”***

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : RABIATUL ADWIYAH

Jenis kelamin : Perempuan

Prodi : Pendidikan Agama Islam

Umur : 22 Tahun

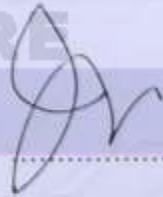
Asal : Polman

Akun Ig : \_rabia.adwyh09

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Sri Radianingsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

***“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”***

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : MUH. AMAR SYAFAAD  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Umur : 20 Tahun  
Asal : Sidrap  
Akun Ig : amar\_syafaad26

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

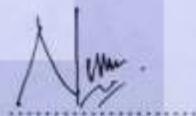
Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : NURAIMI  
Jenis kelamin : Perempuan  
Prodi : Manajemen Zakat Wakaf  
Umur : 20 Tahun  
Asal : Polman  
Akun Ig : \_nnuraimi

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Sri Radianingsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

***“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”***

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : ZAINAL ABIDIN  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Umur : 19 Tahun  
Asal : Kalimantan Selatan  
Akun Ig : \_enal05

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

  
.....

XXIII

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : NUR BINA

Jenis kelamin : Perempuan

Prodi : Pendidikan Agama Islam

Umur : 20 Tahun

Asal : Sidrap

Akun Ig : nurbhina02

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Sri Radiyaningsi Salmah yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan

**“Analisis Pemanfaatan Akun *instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam”**

Demikian surat keterangan di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

XXII

## BIODATA PENULIS



**Sri Radiyaningsi Salmah**, lahir di Kanang pada 07 Juli 1999, anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Alm. H. Abd Salam dan Ibu Hj. Mahadiah. Penulis memulai pendidikannya di SDN 012 Kanang dan lulus pada tahun 2011, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya di MTS DDI Pacongang Pinrang dan lulus pada tahun 2014, setelah itu penulis melanjutkan pendidikannya di MAN Pinrang dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan Pendidikan Program Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan memilih Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Program Studi Jurnalistik Islam. Penulis mengikuti Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di Kantor Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare dan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar tepatnya di Dusun Pamu'tu. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesainya skripsi yang berjudul “**Analisis Pemanfaatan Akun *Instagram* LDM al-Madani Dalam Penyebaran Dakwah Islam**”