

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses dimana seseorang atau sekelompok orang yang disebut sebagai komunikator. Secara umum komunikasi memiliki kecenderungan menyampaikan pesan-pesan yang sifatnya lebih umum, baik tentang informasi yang sifatnya ilmiah ataupun yang lainnya. Kecenderungan umum keilmuan komunikasi pada dasarnya dilatarbelakangi oleh sifat komunikasi yang bisa masuk dalam setiap keilmuan serta kebutuhan keilmuan-keilmuan lain tersebut dengan pengetahuan komunikasi. Sehingga adanya keterkaitan komunikasi dengan dakwah yang merupakan proses atau kegiatan mengajak (menyampaikan pesan) hanya kepada Allah penting serta aspek-aspek yang ada didalamnya penting untuk dikaji.

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.¹

¹ Mubasyaroh, "*Dakwah Dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)*", Vol. IV, No. 1 (Juni 2016), h. 12-13

Istilah keagamaan yang paling populer di kalangan kita saat ini adalah istilah dakwah. Akan tetapi yang sering terjadi istilah Dakwah diartikan secara sempit oleh kebanyakan orang sehingga dakwah didentikkan dengan pengajian, khutbah dan arti-arti sempit lainnya. Oleh karena itu istilah dakwah perlu dipertegas artinya.²

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “Da'wah” دعواه dari kata do'a دعاء yad'u يدعو berarti panggilan, ajakan, seruan. Sedangkan menurut istilah, para ulama' memberikan definisi yang bermacam-macam antara lain :

“Dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik” (Aboebakar Atjeh, 1971:6)

“Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat” (Toha yahya Oemar, 1976:1).

Pesan dakwah adalah seluruh ajaran islam yang sering disebut dengan syari'at islam dan seluruh ajaran islam ini disampaikan oleh subjek dakwah terhadap objek dakwah. Keseluruhan materi dakwah bersumber pada dua sumber pokok ajaran islam yaitu Al- Qur'an dan hadist. Dengan sumber yang jelas maka seorang da'i akan lebih mudah untuk menguasai materi dakwah kemudian menyampaikannya kepada objek dakwah dengan berbagai media.

² Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 8-9

Media merupakan wadah objektif yang menjadikan penghubung atau sambungan saluran suatu ide dalam pelaksanaan atau kegiatan dakwah. Tujuan dakwah disini umumnya masih tetap sama yakni mengajak atau menyeru umat islam agar menjadi lebih baik lagi kepada jalan Allah SWT. Dakwah saat ini harus dibawakan secara modern, ringkas, padat dan jelas, update namun sangat menyentuh dan mampu memberikan perubahan pada sasaran dan tujuannya.³

Media sosial merupakan salah satu media online sebagai tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁴ Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Menurut Boyd media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana instansi media massa⁵, sehingga dapat dipahami media sosial

³ Pramita Dewi S, Atjhep Muhlis, Asep Shodiqin M, 2021. Pesan Dakwah Melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* vol. 6 no. 1, 3.

⁴ Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Publiciana*, 2016, hal. 140 <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

⁵ Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora* (2), 2016 <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/>

adalah sebuah platform yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi, berkreasi dan terhubung dengan dunia luar. Dengan adanya media sosial semua akan dimudahkan, informasi akan menyebar dengan cepat dan lebih efisien.⁶

Salah satu platform media yang digunakan da'i dalam berdakwah saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang disebut dengan media sharing, dimana media sosial memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya (Nasrullah, 2015:44). Hal ini memudahkan para da'i dalam membagikan pesan dakwahnya lewat instagram.

Angka yang dipublikasikan di alat periklanan Meta menunjukkan bahwa Instagram memiliki 99,15 juta pengguna di Indonesia pada awal 2022. Angka ini menunjukkan bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia setara dengan 35,7 persen dari total populasi di awal tahun. Demikian dipublish Data Reportal yang dikutip TiNewss pada Juni 2022.

Perlu diketahui juga bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 48,4 persen basis pengguna internet lokal (tanpa memandang usia). Pada awal tahun 2022, 52,3 persen audiens iklan Instagram di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 47,7 persen adalah laki-laki.⁷

⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015) h. 11

TiNews.com, "*Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia Pada 2022*"

Dengan berbagai kemudahan yang disediakan oleh media sosial, membuat pengguna tidak hanya memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, berkolaborasi, berjualan, ataupun menyampaikan suatu informasi. Seiring berjalannya waktu media sosial kini menjadi berjuta fungsi, salah satunya yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah media sosial sebagai media dakwah. Dakwah sendiri merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi yang baik. Dakwah tidak hanya dilakukan oleh tokoh agama atau ulama, setiap muslim bisa melakukan dakwah karena dakwah tidak hanya berisi ceramah agama.⁸

Akun [@ismaelalkholilie](#) merupakan akun instagram milik Lora Ismail Al Kholilie yang memiliki memiliki 240 ribu pengikut dalam akun instagramnya dengan postingan pertamanya pada 19 Januari 2019. Nama lengkapnya adalah Ismael Al Kholilie. Ia merupakan keturunan kelima dari sang Maha Guru Syaikhona Kholil Bangkalan. Nama Al Kholilie di belakang nama, dinisbatkan kepada kakeknya, yaitu Kiai Kholil Yasin yang merupakan cucu langsung dari Syaikhona Kholil Bangkalan. Ismael Al Kholilie biasa disapa dengan sebutan Lora Ismael. Lora merupakan sebutan untuk Gus atau anak kiai dalam bahasa Madura. Ia lahir pada 17 November 1992 di kota Bangkalan dan terlahir di lingkungan pesantren Al-Falah Assalafi Al-Kholili.

<https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617991/jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada2022>

⁸ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana, 2004), h. 2.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena dakwah dengan menggunakan media instagram ini merupakan alternatif serta inovasi dalam dunia dakwah. Orang lain dapat bertanya seputar masalah-masalah yang berkaitan dengan agama dan kehidupan beragama. Akun ini tidak perlu diragukan lagi keshahihan ilmunya, karena sudah jelas sanad keilmuannya. Melihat pemaparan dan fenomena dakwah melalui media sosial seperti yang dilakukan oleh akun [@ismaelalkholilie](#), peneliti ingin membahas dan mengkaji lebih jauh pada pesan dakwah yang disampaikan Lora Ismail Al Kholili melalui beberapa konten *story*, video dan sorotan pada instagram.

B. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas dan dapat mengaburkan tujuan penelitian, peneliti membatasi penelitian ini pada masalah bagaimana pesan dakwah dalam konten, *story* dan sorotan pada instagram pada akun [@ismaelalkholilie](#). Penelitian ini membatasi pesan dakwah pada sorotan QnA 14 dan QnA 15.

C. Rumusan Masalah

Agar pembahasan ini nantinya tersusun secara sistematis, maka perlu dirumuskan permasalahan. Berdasarkan permasalahan yang disampaikan dalam latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut;

1. Apa saja pesan dakwah yang terdapat pada konten sorotan QnA 14 dan QnA 15 akun instagram [@ismaelalkholilie](#) ?

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi, konten media sosial maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Analisis isi deskriptif merupakan suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui isi dari suatu bentuk komunikasi verbal maupun non verbal yang ada pada sebuah media serta mendeskripsikannya.

2. Pesan Dakwah

Pesan dakwah atau yang sering juga disebut materi dakwah merupakan segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i (subjek dakwah) kepada mad'u (objek dakwah). Pesan-pesan yang disampaikan dalam dakwah bersumber dari ajaran agama islam berupa Al Qur'an dan Hadist (Kadri, 2019: 91). Secara umum pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu sebagai berikut:

Pertama, pesan fikih yang di dalamnya berisi tentang sholat dan keringanannya serta hukum dan sesuatu yang membatalkannya.

Kedua, pesan ubudiyah yang terdiri dari amaliyah atau amalan-amalan umat muslim di Indonesia serta amalan dalam bentuk dzikir dan doa.

Ketiga, akhlak yang di dalamnya membahas mengenai akhlak terpuji seperti adab serta kejernihan hati dan akhlak tercela seperti gibah.

Banyak sekali pesan dakwah yang bisa di ambil dari instagram @ismaelalkholilie salah satunya kerendahan beliau dalam bersosial, kesopanan dalam menjawab suatu permasalahan yang sedang terjadi dengan tidak menekankan kefanatikan pada satu pihak, namun dengan sikap tengah-tengah atau tawassuth.

3. Media Dakwah

Dalam bahasa Arab, media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara. Sedangkan media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada objek dakwah.¹⁰

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, kegiatan dakwah dapat berlangsung meski tanpa media.¹¹

Media dakwah (*wasilah*) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat (*mad'u*) dakwah bisa menggunakan berbagai macam *wasilah* yaitu lisan, tulisan, audio-visual. Aktifitas dakwah di era modern ini telah banyak menggunakan media penunjang yang efektif dan efisien. Salah satunya media sosial instagram.

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai media dakwah yang merupakan aplikasi *mobile* berbasis *Ios*, *Android*, dan *Windows Phone* di mana pengguna dapat membidik

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 404.

¹¹ *Ibid*, hal. 403.

foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya.¹²

4. Instagram

Instagram berasal dari dua suku kata yaitu *insta* dari kata “instan” dan *gram* yang diambil dari kata “telegram”. Instagram memiliki arti aplikasi yang berfungsi untuk mengirim dan menyebarkan informasi dengan cepat dalam bentuk foto maupun video. Keberadaan fitur-fitur yang digunakan untuk mengelola foto menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggunanya (Junaidi, 2020: 172).

Menu home page, merupakan halaman utama yang berfungsi untuk menampilkan konten terbaru dari sesama pengguna yang sudah diikuti. *Comment*, salah satu fitur yang disediakan instagram untuk menuliskan komentar di kolom komentar. *Explore*, untuk menampilkan foto-foto yang paling disukai oleh pengguna instagram. *Profile*, salah satu menu yang didalamnya terdapat informasi pengguna berupa *follower* dan foto ataupun video yang diunggah. Halaman profile bisa diakses dengan mengeklik ikon yang berada di kanan bawah. *News Feed*, merupakan fitur yang menampilkan notifikasi berbagai aktivitas yang dilakukan pengguna instagram (Junaidi, 2020:173).

¹² Bambang Winarso, “Apa Itu Instagram”, artikel diakses pada 1 Agustus 2022 pada <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah tasawuf bidang tasawuf akhlak dan tasawuf amal pada akun instagram @ismaelalkholilie.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi-referensi berikutnya di bidang Dakwah khususnya pada Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Ilmu pengetahuan bagi para pembaca mengenai hal yang berkaitan dengan Pesan Dakwah.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang berkaitan dengan keilmuan dakwah dan komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan terhadap pihak-pihak yang terkait sebagai bahan refleksi bahwa dakwah merupakan kewajiban untuk setiap muslim tidak memandang siapapun yang menyebarkan pesan dakwah, dan dakwah juga bisa dilakukan melalui berbagai media.

- 2) Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengalaman bagi peneliti dalam mengaplikasikan teori Roland Barthes secara empiris yang sejalan dengan disiplin ilmu peneliti.
- 3) Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran terhadap pengguna media sosial untuk membuat konten-konten yang lebih baik dan tidak hanya menghibur tetapi juga mengandung unsur edukasi berisikan dengan nilai-nilai kebaikan yang berhubungan dengan keagamaan.

F. Kerangka Teori

1. Analisis Isi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian analisis isi deskriptif. Max Weber menuliskan bahwa analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks.¹³ Menurut Eriyanto analisis deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau sesuatu teks tertentu. Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis

¹³ Eriyanto. *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu - Ilmu Sosial Lainnya*. (Kencana Prenada Media Group, 2013) h. 15

isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik suatu pesan.¹⁴

Metode analisis isi diantaranya a). penentuan sampel, b).unit analisis; yang merupakan komponen teks yang terkecil tempat ditelitinya kejadian dan karakterisasi variabel-variabel (sifat,kategori)., c). kategorisasi dan koding; Inti dan peranti utama analisis isi apa pun adalah sistem kategorinya: setiap unit analisis harus dikodekan atau dengan kata lain, satu harus dialokasikan pada satu atau lebih kategori.

2. Pesan Dakwah

Pesan adalah informasi yang dikomunikasikan oleh sumber atau pengirim kepada penerimanya yang didalamnya terdapat informasi yang bisa berupa kata atau simbol- simbol tertentu yang disebut dengan pesan.¹⁵

Pesan di bagi menjadi dua yaitu pesan verbal (lisan) dan non verbal (non lisan). Menurut Onong Uchayana Effendy, pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

Dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (islam) kepada objek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan baik dan

¹⁴ Eriyanto. *Ibid.* h. 47

¹⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 97

benar sehingga terwujud tatanan sosial yang damai dan mendatangkan kebahagiaan hidup didunia dan akhirat.¹⁶

Dakwah bisa diartikan sebagai kegiatan yang membahas masalah yang berkaitan dengan ajaran islam yang bersifat baik dimana ajaran tersebut bersumber dari Al- Qur'an dan Al-Hadits.

Pesan dakwah merupakan ungkapan atau pernyataan berupa pesan baik yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang seluruhnya mencakup urusan manusia baik dari segi tindakan, ucapan dan segala aspek kehidupan manusia tidak ada satupun yang tertinggal dari cakupan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

3. Instagram

Media sosial instagram merupakan sebuah media komunikasi yang memiliki banyak penggunanya yang didominasi oleh para remaja. Saat ini instagram sudah menjadi salah satu faktor perubahan gaya hidup dan etika remaja. Perubahan gaya hidup dan etika ini tidak selamanya positif karena bagi sebagian pengguna ada yang terpengaruh ke arah negatif. Perubahan ini terjadi tergantung bagaimana cara pakai masing-masing individu dalam menggunakan instagram. Perubahan ini ada yang membawa ke arah yang lebih baik dan ada juga yang membawa ke arah yang buruk. Perubahan tersebut

¹⁶ Ropingi El Ishaq, Pengantar Ilmu Dakwah (Malang: Madani, 2016), 10.

terjadi karena adanya dorongan dari diri sendiri untuk melakukan suatu hal akibat dari melihat suatu postingan di instagram.¹⁷

4. Akun Instagram [@ismaelalkholilie](#)

Akun [@ismaelalkholilie](#) merupakan identitas virtual yang dimiliki oleh Lora Ismail Al Kholili. Dia merupakan seorang santri, cucu kyai besar Nusantara yang memiliki memiliki 242 ribu pengikut dalam akun instagramnya. Beliau juga memiliki channel telegram dengan nama Ismael al-Kholilie dengan suscriber sebanyak 34.4K. berisi *sharingan* foto, video dan *caption* yang berlatarbelakang nuansa Makkah-Madinah serta Hadromaut, Yaman serta buku-buku dan kitab yang bisa dijadikan refrensi untuk kita baca dan pelajari. Beliau membawakan pesan dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami serta pembahasan yang ringan dengan tema-tema kehidupan sehari-hari. Unikny lagi Lora Ismail ini membawakan dakwahnya dengan menggunakan nuansa tanah santri yakni Tarim Hadromaut, Yaman.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang menggunakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan hasil uraian singkat penelitian guna membandingkan serta mempermudah penelitian. Adapun beberapa karya tulis yang hampir memiliki kesamaan penelitian ini adalah :

¹⁷ Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 7(2), 130-139

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Shera Maulidia Gusniati, Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @hijabalila" pada tahun 2020. Dalam penelitian diatas melatarbelakangi tentang penggunaan media instagram sebagai alternatif media dakwah yang menarik. Hasil penelitian ini adalah analisis isi dari pesan dakwah dalam akun instagram @hijabalila. Dalam penelitian pada akun ini penulis menganalisis lima pesan dakwah yaitu pesan dakwah pada dimensi akal, ruh, nafs, kalbu serta fitrah. Dalam pesan dakwah pada dimensi akal penulis menemukan rukun iman sebagai pilarnya akal. Dakwah *dzatiah* melalui pendekatan komunikasi intrapribadi ditemukan kategori Pilar Akal dengan sub Rukun Iman ke tiga (Iman Kepada Kitab Allah al-Qur'an).

Kesamaan penulis dengan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas mengenai dakwah melalui media sosial berupa pesan dakwah dalam konten instagram, penelitian yang dilakukan dengan kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan antara penelitian diatas dengan penulis yaitu terletak pada objek penelitian. Penelitian diatas meneliti akun instagram [@hijabalila](#) sedangkan penulis meneliti akun [@ismaelalkholilie](#).

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Ita Mafuatil Awaliyah, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul "Analisis Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Akun [@ridwan.r_one](#)" pada tahun 2021. Penelitian ini di

latarbelakangi dengan media Instagram masih dinilai sangat penting untuk berdakwah ditengah pandemi covid-19. Maka penelitian ini akan mengkaji lebih jauh pesan dakwah yang disampaikan oleh Ridwan melalui postingan berupa desain serta animasi dakwah yang terkandung melalui beberapa konten pada akun Instagram [@ridwan.r one](#). Hasil penelitian ini menunjukkan 4 pesan akidah yang didalamnya membahas mengenai sebuah bentuk kepercayaan manusia terhadap ke-Esa-an Allah swt dan hari akhir sebagai hari pembalasan, 5 pesan syariat yang memuat hubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati peraturan atau hukum Allah swt, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Allah swt dan mengatur hubungan antara manusia dengan manusia, 5 pesan muamalah yang membahas mengenai hubungan manusia dengan manusia, dan 6 pesan akhlak yang membahas mengenai akhlak terhadap diri sendiri yang berorientasi pada budi pekerti.

Kesamaan penulis dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah melalui media Instagram, penelitian yang dilakukan dengan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian diatas dengan penulis yaitu terletak pada objek penelitian. Peneliti diatas meneliti akun [@ridwan.r one](#), sedangkan penulis meneliti akun [@ismaelalkholilie](#).

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Analisis isi memiliki karakteristik objektif (Eriyanto, 2013; Krippendorff, 2012; Neuendorf, 2016; Neuman, 2013; Prajarto, 2010). Hal ini bermakna bahwa penelitian analisis isi berusaha menyajikan cerminan dari pesan yang disampaikan tanpa memberikan pretensi atau sudut pandang tertentu dari peneliti. Penilaian terhadap hasil penelitian merupakan otoritas dari pembaca karena analisis isi tidak berusaha memberikan bingkai pemaknaan terhadap data yang diperoleh. Peneliti juga hanya bertugas untuk menyampaikan isi. Ia tidak diperkenankan untuk menghadirkan subjektifitas yang dimiliki.¹⁸

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, memo dan dokumen resmi lainnya. Sehingga penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya persepsi, perilaku, tindakan,

¹⁸ Bayu Indra Pratama, dkk., *Metode Analisis Isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-ilmu Sosial)* (Malang: UNISMA Press, 2021) h. 2

motivasi, dan lain-lain serta dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Oleh karena itu penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan metode deskriptif (Moleong, 2014).

3. Desain Penelitian

Penelitian kualitatif atau disebut metodologi kualitatif pada hakikatnya adalah melakukan pengamatan terhadap seseorang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia di sekitarnya.¹⁹ Beberapa tahapan yang dilakukan untuk melakukan analisis isi diantaranya: a). merumuskan masalah, b). melakukan studi pustaka, c). menentukan unit observasi dan unit analisis, d). membuat kategorisasi, d). mengumpulkan data, e). mengolah data, f). menyajikan data dan memberikan interpretasi, dan g). menyusun hasil laporan penelitian.

4. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel penelitian (objek penelitian) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang

¹⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta : Dee Publish, 2018), hal.1

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penyusunan kategorisasi merupakan tahapan penting dalam analisis ini. Kategorisasi berhubungan dengan bagaimana isi dikategorikan. Penyusun kategorisasi yang ditentukan merupakan campuran dari beberapa indikator yang sudah peneliti tentukan sendiri. Sedangkan unit analisis adalah bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan suatu teks. Bagian dari isi dapat berupa kata, kalimat, foto, scene (adegan), paragraf (Eriyanto, 2011:59). Dalam penelitian ini unit analisis adalah konten-konten *story* dan sorotan dalam postingan akun instagram lora @ismaelalkholilie.

5. Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan lembar koding (coding sheet) yang memuat skor item-item indikator variabel yang telah dikoding, yang telah dibuat berdasarkan kategori yang ditetapkan.

Kategori	Indikator	Bentuk Konten	Jumlah
Pesan Dakwah Fikih	Fikih Ibadah	Gambar	6
	Fikih Muamalah	Gambar	2
Pesan Dakwah Ubudiyah	Amaliyah	Gambar	2
	Qouliyah	Gambar	5
Pesan Dakwah	Mahmudah	Gambar	4

Akhlak	Mazmumah	Gambar	1
Total			20

Tabel 4.1
Coding Sheet Peneliti

Unit analisis merupakan sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisis isi unit analisisnya yang digunakan untuk menganalisis adalah teks, pesan atau medianya sendiri.

a. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian pada akun Instagram [@ismalealkholilie](#) yang berupa 20 konten yang terdapat pada sorotan *story* QnA 14 dan Sorotan *story* QnA 15 dari total 64 sorotan *story* yang ada.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung atau data tambahan yang digunakan sebagai pelengkap dari data primer yaitu data yang telah dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk menemukan konsep dan juga teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen- dokumen yang berkaitan dan mendukung penelitian, data tersebut meliputi buku tentang dakwah, jurnal tentang dakwah, skripsi yang memiliki

kemiripan dan dokumentasi yang diambil dari akun [@ismalealkholilie](#).

c. Observasi

Observasi adalah suatu proses pencatatan pola pada perilaku (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang akan diteliti. Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan data yang akan dikumpulkan oleh penelitian. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan yang artinya seorang peneliti berada di luar subjek yang diteliti dan tidak ikut dalam proses kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek. Melalui observasi ini penulis akan mengamati kegiatan yang merupakan video yang diunggah oleh akun instagram [@ismaelalkholilie](#)

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian dan lain sebagainya. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, agenda, dan sebagainya. Mengacu pada pengertian

tersebut maka penulis akan mencari data informasi yang berkaitan yang berkaitan dengan akun instagram @ismaelalkholilie, seperti jumlah pengikut, jumlah penyuka serta aktivitas unggahan vidio tentang dakwah yang dilakukan oleh akun @ismaelalkholilie. Metode dokumentasi diharapkan penulis dapat melengkapi data-data serta hal yang berkaitan unggahan vidio akun @ismaelalkholilie.

6. Metode Analisis Data

Setelah semua data terkumpul selanjutnya dilakukan analisa terhadap data- data yang telah ditemukan, data dikelompokkan berdasarkan sub-sub bagian masing-masing dan dilakukan pencermatan dengan tujuan agar data tersebut dapat dipahami dan dimengerti isinya.

Analisis data dibagi menjadi tiga tahap yaitu

- a. Kodifikasi data. Dalam hal ini pengkodean data dilakukan dengan memberi nama terhadap hasil penelitian yang ada pada akun @ismaelalkholilie. Dilakukan dengan pemilahan gambar dan vidio yang kemudian disertakan kata- kata dari penjelasan vidio pada akun @ismaelalkholilie .
- b. Tahap penyajian data merupakan sebuah tahap menyajikan temuan analisis yang dikategorikan atau dikelompokkan berdasarkan permasalahan yang diklasifikasi berupa pesan dakwah tasawuf akhlak dan tasawuf amali dengan menuliskan

rangkaian kalimat yang diutarakan dalam video dakwah instagram.

- c. Tahap verifikasi merupakan tahap dimana penulis menarik kesimpulan dari hasil temuan data yang berasal dari pengkodean data akun @ismaelalkholilie kemudian dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak adanya kesalahan.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan tugas akhir ini, seperti yang sudah dijelaskan di buku pedoman penulisan skripsi, penulis akan menuliskan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan kegunaan, kerangka teori, hasil penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN UMUM TEORI

Pada bab ini membahas tentang kajian teori yang terdiri dari pesan dakwah yang terdapat pada sorotan QnA 14 dan QnA 15.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum akun @ismaelalkholilie (objek penelitian), paparan data deskriptif akun instagram @ismaelalkholilie serta deskripsi postingan dakwah.

BAB IV : ANALISIS

Pada bab ini membahas tentang hasil analisis isi, yang menguraikan tentang pesan dakwah konten @ismaelalkholilie yang terdiri dari dua sub, yang pertama analisis pesan dakwah pada sorotan QnA 14 dan yang kedua analisis pesan dakwah pada sorotan QnA 15.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.