

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman serba teknologi ini, kemajuan dalam bidang komunikasi telah mempermudah tugas manusia untuk berdakwah. Dakwah Islam menjadi salah satu kegiatan yang sudah terpengaruh oleh perkembangan zaman. Semakin berkembangnya teknologi, maka kegiatan dakwah pun harus menyesuaikan diri agar tetap di minati dan tidak monoton. Ketika mengingat masa lalu, dari mulai dakwah pada zaman Nabi Muhammad Saw., dan zaman sahabat, jika dibandingkan dengan dakwah pada saat ini, maka akan terlihat jelas adanya perbedaan dan perubahan pada strategi dakwah yang dilakukan oleh ketiga zaman tersebut. Menurut HSM Nasaruddin latif, “dakwah adalah setiap usaha yang dilakukan baik secara lisan, tulisan dan lainnya yang bertujuan untuk menyeru, mengajak, memanggil manusia agar beriman dan menaati Allah, sesuai dengan garis-garis akidah dann syariat serta akhlaq Islamiyah” (Ali Aziz, 2009:13)

Salah satu dimensi dakwah yaitu tabligh. Dalam konteks ajaran Islam, *tabligh* berarti menyampaikan pesan Ilahi yang bersumber dari firman Allah yaitu Al-Qur'an dan berupa *amar ma'ruf nahyi munkar* yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW. Menurut Tata Sukayat (2009:50) “Tabligh adalah upaya transmisi dan difusi risalah Islamiyah dengan menggunakan media komunikasi yang meliputi komunikasi lisan (ceramah, khotbah

tatsiriyah dan kitabah diniyah); komunikasi tulisan (majalah, buletin, buku-buku, dan internet)". Seiring dengan berjalannya waktu serta terjadinya perubahan teknologi informasi, maka tabligh kemudian mengalami perluasan makna. Saat ini tabligh tidak lagi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dengan lisan, tetapi lebih merambah pada dimensi lain yang lebih luas. Dalam perkembangannya, tabligh lebih aman jika dipahami dalam tiga konteks utama, yaitu : *Khitobah* (pidato), *Kitabah* (tulisan-menulis), dan *I'lam* (Mukhlis Aliyudin, 2009:57).

Kitabah adalah salah satu dari konteks tabligh yang memiliki arti menyampaikan dan menyebarluaskan pesan dakwah melalui tulisan. Adapun prosesnya yaitu kitabah melalui media cetak, dan melalui media elektronik. Dakwah kitabah terus dilaksanakan oleh para pengembannya mulai dari Rasulullah dilanjutkan oleh ummatnya dengan metode dan pola yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi. Oleh sebab itu seperti yang kita ketahui bahwa tabligh melalui kitabah di pandang lebih efektif, karena disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi membawa semua orang didunia terpengaruh olehnya.

Perkembangan teknologi informasi bagi para da'i adalah salah satu kesempatan juga tantangan dalam menyebarluaskan ajaran Islam. Dakwah tidak cukup jika menggunakan lisan saja, melainkan membutuhkan media lain agar kegiatan dakwah berlangsung dengan efektif. Salah satunya yaitu menjadikan media sosial sebagai alat bantu atau media dakwah untuk menyampaikan dan menyebarluaskan syariat Islam.

Media sosial berperan penting dalam kehidupan masyarakat, demi memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut disebabkan, karena banyak orang yang disibukkan oleh rutinitas sehari-hari sehingga tidak sempat untuk berkomunikasi langsung atau menghadiri pengajian di majelis ta'lim. Semua bertujuan untuk melaksanakan kewajiban dengan menyebarkan pesan-pesan dakwah serta mengantisipasi berbagai dampak negatif yang di akibatkan oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Di era informasi ini, umat muslim mesti terlibat, yaitu dengan mencari peluang dan tantangan yang kemudian dapat dijadikan sebuah perencanaan sebelum melakukan kewajiban dalam hal berdakwah.

Dengan hadirnya media sosial, sebagai mubaligh atau da'i hendaklah menguasai teknik informasi dan teknologi, baik secara teori ataupun praktek. Sehingga da'i dapat menggunakan teknologi informasi dalam menyampaikan setiap pesan dakwah, seperti memanfaatkan instagram sebagai media dakwah. Dengan seperti itu, Andi Faisal mengatakan bahwa seorang mubaligh yang cerdas akan melihat teknologi digital, merupakan sebuah terobosan ilmu pengetahuan yang jika di manfaatkan secara benar, maka dapat memberikan keuntungan bagi umat Muslim (Andi Faisal, 2014:37). Tantangan dakwah di media sosial itu dapat dikatakan sulit, namun tetap harus dilakukan.

Situs jejaring sosial berbagai macam bentuk dan jenisnya, salah satunya media sosial yang sedang *trend* pada saat ini, adalah media sosial instagram. Pada tahun 2010 Instagram hadir dikalangan masyarakat baik di Indonesia maupun Negara lainnya. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan

Mike Krieger, dengan mempunyai tampilan yang berbeda dari media sosial lainnya. Karena pada umumnya, media sosial Instagram dapat menampilkan foto atau mengirimkan informasi kepada orang lain dengan secara instan dan cepat (Salma:2016). Seperti, mengunggah foto serta menulis kata-kata/kalimat yang biasa disebut *caption* sebelum gambar tersebut di unggah.

Dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir, Instagram telah digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan keagamaan dan media dakwah. Tidak hanya orang-orang yang berstatus sebagai ustadz atau da'i, adapun mereka yang berstatus selain da'i, baik itu kalangan mahasiswa, aktivis islam, bahkan siapa saja mereka yang mempunyai keinginan kuat untuk berdakwah, saat ini sudah mulai bermunculan di media sosial. Mereka memanfaatkan media sosial Instagram dengan kreatifitasnya, untuk dijadikan sarana atau media dakwah. Cara yang mereka lakukan yaitu dengan membuat sebuah foto dengan disertakan tulisan dan berada dibagian gambar tersebut, yang dalam instagram dikenal dengan sebutan *Quote*. Menurut kamus Inggris Indonesia, *quote* berarti kutipan, tanda kutip dalam tanda kutip, mengutip dan memetik (John M Echols, 2000:462). Adapun arti *quote* menurut kamus Oxford yaitu ucapan atau tulisan yang telah di ucapkan oleh orang lain lalu kita mengulanginya atau *merepostnya*. Selain itu adapula contohnya yaitu mengutip ayat dari bible (1989:1028). Jika di selaraskan dengan dakwah media sosial disini, bahwa *quote* yang dimaksud adalah kutipan ayat Al-Qur'an dan Hadits, serta kutipan dari apa yang pernah di ucapkan oleh da'i.

Seperti yang dilakukan oleh Tim Penulis *quote* yang merupakan gabungan dari berbagai kota, mereka memanfaatkan serta menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk melakukan dakwah, dengan membuat sebuah akun bernama @tausiyahku_ yang memuat pesan-pesan keagamaan dalam bentuk gambar dan tulisan (*quote*). Di dalam pesan tersebut terkandung ajaran Islam seperti penyampaian pesan akhlaq, akidah, juga syariat yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadits, Pendapat para ulama dan Hasil karya sastra dari tim pengelola. Tim penulis mulai membuat akun @tausiyahku pada tahun 2013. Akun @tausiyahku di periode bulan Desember 2017 jumlah pengikut yang dimilikinya begitu banyak, yaitu mencapai 1,7 m (penulisan dalam instagram) yang biasa disebut dengan 1,7 juta. Akun tersebut dapat dikatakan sangat aktif, hal ini terlihat dari postingan yang diunggahnya lebih dari 40 gambar dalam satu hari dan di akhir tahun 2017 gambar yang diunggah sudah mencapai 31569 gambar. Saat ini akun @tausiyahku_ menerima pemasangan iklan dan terbukti dengan adanya beberapa pemilik produk yang memasang iklan di akun tersebut. Hal ini menandakan bahwa akun @tausiyahku_ mengalami perubahan yang cukup baik. Adapun salah satu contoh *quote* yang di unggah di @tausiyahku_, sebagai berikut:



Gambar 1.1 Contoh *Quote* pada akun @tausiyahku_

Postingan *quote* di atas mendapatkan 10.023 *likers*, dan 35 komentar yang didalam komentar tersebut terdapat komentar yang menyetujui, adapun yang meminta izin untuk membagikan, dan adapun yang membagikan ke rekan atau temannya dengan menandai temannya di kolom komentar tersebut.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai akun @tausiyahku, dengan bagaimana akun tersebut menyampaikan pesan dakwahnya.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana kontruksi pesan dakwah pada akun Instagram @tausiyahku_?
2. Apa kategori pesan dakwah yang di unggah pada akun Instagram @tausiyahku_?
3. Bagaimana interaksi pemilik akun Instagram dengan *followers* pada materi pesan dakwah @tausiyahku_?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui konstruksi pesan dakwah pada akun @tausiyahku_.
2. Untuk mengetahui kategori pesan dakwah yang di unggah pada akun Instagram @tausiyahku_.
3. Untuk mengetahui interaksi pemilik akun Instagram dengan *followers* pada materi pesan dakwah @tausiyahku_.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Secara Akademis

Secara akademis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan sebagai informasi ilmiah terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu dakwah dari segi digital dan media sosial.

2. Secara Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan berguna kepada :

- a. Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para da'i yang berkeinginan dalam melakukan dakwah di media sosial.
- b. *Followers* atau Pembaca akun dakwah @tausiyahku_ ataupun akun dakwah yang lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Tinjauan Pustaka dan Hasil Penelitian Sebelumnya

Dalam membuat penelitian ini, peneliti telah mengkaji beberapa contoh skripsi terdahulu dan sebuah jurnal ilmiah. Yang mana, kasus penelitian yang sedang diteliti hampir sama. Antara lain :

- a. Skripsi karya Sofa Nurjajilah, dengan judul **“Pesan-pesan Dakwah di Media Sosial Instagram”**: analisis deskriptif pesan-pesan dakwah tentang jilbab pada akun instagram @Duniajilbab. Melalui penelitiannya, Sofa menggunakan metode analisis deskriptif. Yang di ketahui pertama yaitu, pengkategorikan setiap pesan yang telah di posting dalam akun tersebut, kedua, menguraikan setiap tahapan mengenai konstruksi pesan dakwah dalam akun tersebut, ketiga, mengungkapkan bagaimana akun tersebut dalam berinteraksi dengan followers. Dalam penelitiannya menghasilkan bahwa, akun instagram @Duniajilbab merupakan akun yang memiliki konten keislaman yang pesannya lebih dominan ditujukan untuk para wanita muslimah dalam hal berhijab.
- b. Skripsi karya Fitriani Br Pane, dengan judul **“Pesan-pesan Dakwah dalam Akun Teladan Rasul pada Media Sosial Instagram”**. Melalui Penelitiannya, Fitriani menggunakan metode analisis isi. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa terdapat berbagai kategori pesan yang ada dalam akun tersebut. Penelitian

yang telah peneliti lakukan, dari 143 gambar yang dijadikan sebagai sampel penelitian menunjukkan bahwa pesan akidah yang terdapat dalam akun teladan rasul pada media sosial instagram, terdapat 9,09 % atau 13 gambar. Pesan syariaah yang terdapat dalam akun teladan rasul ada 8,39 % atau 12 gambar. Pesan Akhlak yang terdapat dalam akun teladan rasul 82,51 % atau 118 gambar.

- c. Jurnal Ahmad Fathan Hidayatullah dengan judul **“Twitter sebagai Media Dakwah”** yang diteliti pada bulan Maret 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dengan menyebarkan kuisioner yang menghasilkan seberapa banyak pengguna twitter yang aktif mengikuti kultwit dari pada ustadz. Penelitian ini menghasilkan 95,1% responden yang memiliki akun *Twitter*, mayoritas aktif mengikuti *kultwit* dari para ustadz dan dai yang mereka *follow* yaitu sebanyak 68,42% responden. Sisanya, sebesar 31,58% dari responden yang mempunyai akun *Twitter* tidak mem - *follow* akun *Twitter* para dai dan ustadz.

Penelitian di atas memiliki persamaan dalam objek penelitian, yaitu media sosial. Tetapi ketiga penelitian ini memiliki banyak perbedaan yaitu jenis media sosial, dan analisis yang digunakan. Untuk mempermudah, maka peneliti akan membuatnya lebih terperinci dengan menggunakan tabel, sebagai berikut:

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Sofa Nurjajilah	“Pesan-pesan Dakwah di Media Sosial Instagram”: analisis deskriptif pesan-pesan dakwah tentang jilbab pada akun instagram @Duniajilbab.	Objek penelitian media sosial instagram	Akun yang diteliti
2	Fitriani Br Pane	“Pesan-pesan Dakwah dalam Akun Teladan Rasul pada Media Sosial Instagram”.	Objek penelitian media sosial instagram	Akun yang diteliti dan metode penelitian
3	Ahmad Fathan Hidayatullah	“Twitter sebagai Media Dakwah”	Meneliti dakwah di media sosial	Metode penelitian dan jenis media sosial

1.1 Tinjauan Pustaka dan Hasil Penelitian Sebelumnya

F. Landasan Pemikiran

Dakwah menurut menurut Syaikh Ali Mahfudz dalam kitabnya *Hidayatul Mursyadin*, “dakwah Islam yaitu, mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat” (Wahidin Saputra, 2012:2).

Dakwah menurut M. Arifin adalah Suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, *message*, yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan” (Ali Aziz, 2009:15).

Hakikat dari dakwah Islam adalah proses internalisasi, transmisi difusi, institusionalisasi dan guna mencapai hakikat tujuan hidup di dunia kini dan di akhirat kelak (Agus Ahmad, 2009:50). Dakwah sudah menjadi kewajiban bagi setiap muslim, yang bertujuan untuk saling mengingatkan dalam hal kebaikan menuju jalan yang Ridhoi-Nya.

Dalam perkembangan ilmu dakwah, selanjutnya tabligh diartikan lebih spesifik dan menjadi salah satu bentuk dakwah diantara bentuk-bentuk dakwah yang lain yang secara keilmuan dapat dibedakan walaupun dalam tataran praktis merupakan satu kesatuan. Tabligh di era modern ini, ditujukan pada masyarakat yang sibuk dengan pekerjaan sehari-hari dan semakin kompetitif, yang mana tidak ada waktu untuk bertemu dengan orang lain dan da'i semakin sempit, sehingga memerlukan saluran lain yang lebih efektif dan

efisien. Hal ini menjadi alasan mengapa tabligh Islam memerlukan teknologi komunikasi.

Secara bahasa tabligh adalah menyampaikan. Menurut Amrullah Ahmad (1993:49), Tabligh adalah bagian dari dakwah Islam. Tabligh adalah usaha menyampaikan dan menyiarkan pesan Islam yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang dilakukan oleh individu maupun kelompok baik secara lisan maupun tulisan (Ali Aziz, 2009:21). Tabligh bersifat insidental, oral, missal, seremonial bahkan kolosal. Tabligh dilaksanakan atas dasar pola kecenderungan masalah yang berkembang pada masyarakat secara umum dalam semua segi kehidupan yang berdampak pada arah perkembangan sistem dan sejarah kehidupan jemaah. Pelaku tabligh disebut mubaligh. Bentuk dakwah inilah yang relatif sudah banyak dikenal oleh masyarakat umum (Tata Sukayat, 2015:33). Maka dari itu, tabligh memiliki arti penting dalam kehidupan manusia. Sedangkan dari segi metode (*uslub*) tabligh, apabila mengacu kepada definisi dan contoh tabligh yang dilakukan oleh Rasulullah Saw., dapat dibagi menjadi dua, yaitu tabligh melalui lisan (*khithabah*) dan tabligh melalui tulisan (*kitabah*) (Enjang AS, 2009:57). Dalam perkembangannya, tabligh terbagai menjadi tiga konteks utama, yaitu : *Khitobah* (pidato), *Kitabah* (tulis-menulis), dan *I'lam* (Mukhlis Aliyudin, 2009:57).

Konteks tabligh yang *pertama* adalah khitobah. Menurut Syeikh al-Jurjani dalam bukunya yang berjudul *al-Ta'rifat*, mengatakan bahwa khitobah adalah sebagai suatu upaya menimbulkan rasa ingin tahu terhadap orang lain tentang

suatu perkara yang berguna baginya baik mengenai urusan dunia maupun akhirat. Khitobah erat kaitannya dengan media mimbar yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa lisan kepada kelompok besar secara langsung dalam suasana tatap-muka atau tidak langsung yaitu dengan bermedia dan satu arah (Enjang AS, 2009:57-59).

Konteks tabligh yang *kedua* adalah kitabah. Tabligh melalui media cetak (tulisan) disebut dengan kitabah, yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa tulisan bisa berupa buku, majalah, jurnal, surat kabar, pamlet, brosur, dan lain lain yang berikan pesan-pesan keislaman (Enjang AS, 2009:60). Jangkauan dakwah melalui tulisan (kitabah) lebih luas daripada melalui lisan (khitobah), karena dakwah melalui tulisan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, sehingga mad'u atau objek dakwah dapat menikmati sajian dakwah kitabah ini (Samsul Munir, 2013:11). Dakwah kitabah tidak melulu menggunakan media cetak. Di era serba modern dan era informasi, kitabah dilakukan dengan menggunakan media elektronik, seperti : website, blog, status di jejaring sosial dan sebagainya. Seperti yang sedang digandrungi oleh masyarakat saat ini, dengan mudahnya mereka mendapatkan pesan dakwah dari media sosial Instagram.

Konteks tabligh yang *ketiga* adalah I'lam. I'lam merupakan proses penyiaran dan penyebarluasan ajaran agama Islam, baik secara lisan maupun tulisan dengan cara menggunakan media yang disampaikan kepada internal umat Islam atau kepada komunitas tertentu. Oleh sebab itu, i'lam merupakan bagian dari tabligh, dalam bentuk penyiaran dan penyebarluasan ajaran islam

melalui media (Mukhlis Aliyudin, 2009:57). Media yang dimaksud disini adalah media elektronik baik televisi, radio, *gadget*, dan komputer.

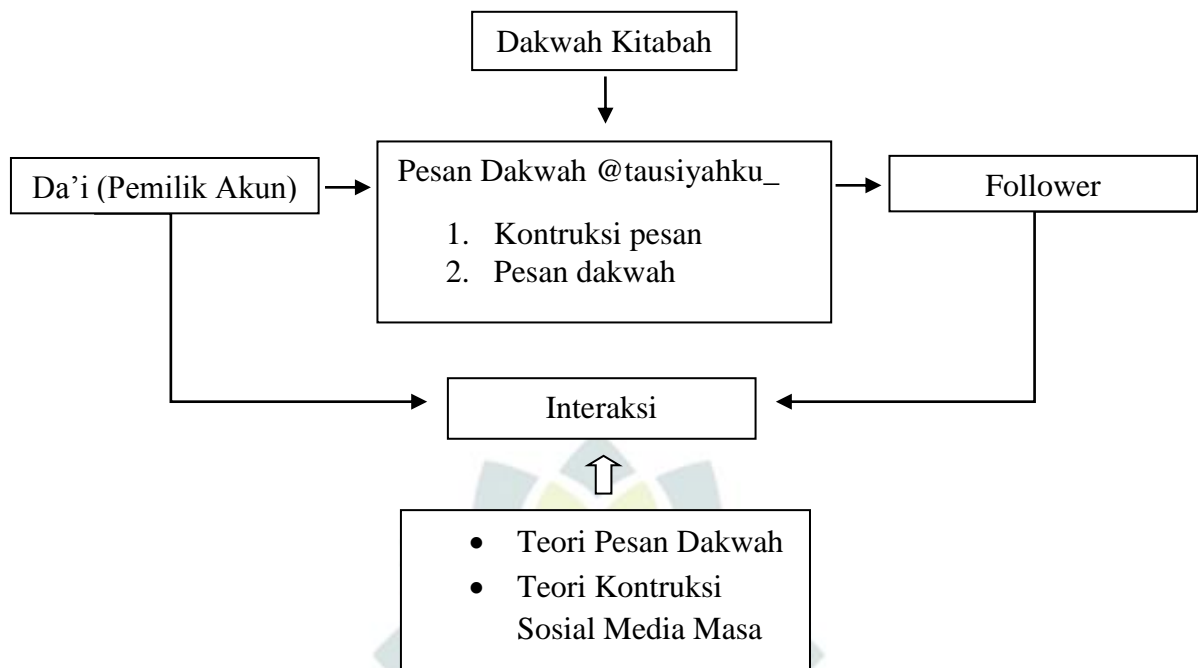
Instagram kependekan dari kata “instant-legeram” yang artinya mengirimkan berita secara langsung. Meski *instagram* disebut sebagai layanan photo sharing, tetapi *Instagram* juga merupakan jejaring sosial (Bambang Dwi, 2012:8,59). *Instagram* dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu Burbn, Inc . *Instagram* berbeda dengan jejaring sosial yang lain seperti *facebook*, *twitter*, dan berbagai macam media sosial lainnya. Pada umumnya, media sosial *instagram* hanya bisa mengunggah foto beserta tulisan-tulisan yang terdapat di dalam gambar/foto tersebut. Tulisan-tulisan tersebutlah merupakan pesan yang akan disampaikan kepada orang lain.

Terlepas dari kegunaan *Instagram* itu sendiri. Ternyata tidak sedikit pula, aktivis-aktivis dakwah yang menjadikan *instagram* sebagai media dalam berdakwah, salah satunya adalah Tim Penulis *Quote* yang berasal dari beberapa kota. Meskipun akunnya satu, namun yang memposting *quotenya* tidak hanya satu orang, melainkan semua anggota tim mempunyai kewenangan untuk memposting pada akun yang bernama @tausiyahku_. Dalam penelitian ini akan mengkaji dan mendeskripsikan bagaimana konstruksi pesan dakwah yang disampaikan oleh akun *Instagram* @tausiyahku_, kategori pesan dakwah apa saja yang diposting, dan interaksi seperti apa yang dilakukan antara pemilik akun dan para pengikutnya.

Pesan dakwah yang disampaikan akun Instagram @tausiyahku_ akan menggunakan teori pesan dakwah yang bertujuan untuk mengoptimalkan penelitian tentang pesan-pesan dakwah. Menurut Tim Penyusun (2014:220) teori pesan dakwah merupakan segala hal yang erat kaitannya dengan nilai-nilai keilahian dan berbagai pemikiran-pemikiran ahli ulama untuk materi dakwah Islam.

Dalam meneliti pesan dakwah di media sosial ini memerlukan teori lain yang berhubungan dengan teknologi, yaitu teori konstruksi sosial media massa karya Burhan Bungin. Teori konstruksi sosial menurut Berger dan Lukman yaitu “sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata” (Bungin, 2008:194). Teori ini mempunyai peran penting dalam berjalannya penelitian pada akun instagram @tausiyahku_ yang fokus pada pesan dakwah yang disampaikan akun Instagram @tausiyahku_.

Agar berjalannya penelitian pada akun Instagram @tausiyahku_ dalam mengulas konstruksi pesan dakwah, maka dilakukanlah beberapa tahapan proses sesuai dengan teori konstruksi sosial media massa. Tahapan teori konstruksi sosial media massa meliputi beberapa hal, yaitu : tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi (Bungin, 2008:195). Untuk mempermudah pemahaman penelitian ini, maka peneliti memaparkan penelitian dengan bagan kerangka berpikir sebagai berikut :



1.2 Gambar Landasan Pemikiran

G. Langkah-langkah Penelitian

Agar sistematis dan akurat dalam penyusunan penelitian ini, maka akan diuraikan beberapa tahapan atau langkah-langkah penelitian, sebagai berikut :

1. Metode Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang peneliti berperan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2016:9).

Penelitian deskriptif hanyalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa bukan mencari atau menjelaskan hubungan, dan tidak pula untuk menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu.

Metode penelitian ini merupakan gambaran serta deskripsi pesan dakwah yang di unggah dalam akun @tausiyahku_ dengan sebutan *quote*. Dengan menggunakan metode deskripsi, maka dijelaskan secara detail mengenai pesan yang disampaikan, mengungkapkan isi yang terkandung dalam *quote* dan mengategorikan pesan dakwah yang di unggah di akun Instagram @tausiyahku_.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian (Tim Penyusun, 2016:16), yaitu:

a. Sumber data primer

Yakni data yang menjadi hal pokok serta berkaitan dengan masalah penelitian ini. Data tersebut adalah tulisan-tulisan atau *quote* yang di unggah pada akun Instagram @tausiyahku_ edisi bulan Oktober Tahun 2017.

b. Sumber data sekunder

Yakni buku-buku atau dokumen serta sumber-sumber lain yang relevan dengan focus penelitian yang dilakukan. Data ini berupa data tekstual (buku-buku dan sebagainya yang berkenaan

dengan keperluan penelitian) dan data yang berbentuk *cyber* (hasil postingan di internet, *e-book*, data hasil program Microsoft Word).

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dimintai data atau keterangan yang terkait, baik berupa fakta atau pendapat. Menurut Arikunto (1990:130), “subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jadi, subjek penelitian itu merupakan suatu hal yang merujuk pada responden, narasumber, atau informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya”. Narasumber dan informan yang dimaksud adalah, orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian kita.

Subjek penelitian ini di ambil dari akun Instagram yang aktif yaitu bernama @tausiyahku_. Peneliti memilih akun @tausiyahku_ karena disitulah peneliti menemukan sesuatu hal yang tak biasanya, selain aktif dan mempunyai *followers* yang jumlahnya begitu banyak. Akun @tausiyahku_ ternyata berbeda dengan akun yang lainnya, akun ini dimiliki oleh satu tim yaitu tim penulis yang jumlahnya belasan orang dan berasal dari berbagai Kota di Indonesia. Tim penulis ini bukan da'i dan bukan pula alumni-alumni pesantren, mereka adalah orang-orang yang berlatar belakang pendidikan Negeri, namun memiliki keinginan kuat untuk berdakwah. Dalam penelitian ini peneliti akan mendapatkan data-data primer mengenai akun dan pesan dakwah di media sosial pada akun

Instagram @tausiyahku_. Selain itu, peneliti juga akan menjelaskan bagaimana interaksi yang dilakukan antara pemilik akun @tausiyahku_ dengan pengikutnya/ *followers*.

4. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi di transferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian (Sugiyono, 2016:216).

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive* yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:219). Teknik tersebut digunakan, karena penelitian yang akan dilakukan, memiliki subjek yang begitu banyak dengan jumlah mencapai 903 *quote*. Berdasarkan pertimbangan peneliti, maka peneliti hanya mengambil sebagian dari jumlah tersebut yaitu dengan mengambil sampel sumber data dengan jumlah 50 *quote* yang dipilih secara acak/ *random* berdasarkan sumber pesan dakwah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdapat dua teknik, yaitu :

a. Dokumentasi

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui aplikasi instagram, dengan cara dokumentasi. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun terekam.

Peneliti memilih dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, karena peneliti beranggapan bahwa penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan mengumpulkan sejumlah *quote* atau gambar yang di unggah pada akun @tausiyahku_.

Dalam penelitian ini, Peneliti akan mengumpulkan semua dokumen tentang penelitian yaitu *quote* Instagram pada akun @tausiyahku_ periode bulan Oktober 2017.

b. Wawancara

Merupakan teknik pengolahan data dengan cara memberi pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pihak yang bersangkutan yaitu salah satu pengelola akun @tausiyahku_. Wawancara yang peneliti lakukan yaitu dengan tidak terstruktur dalam artian peneliti menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2009:234). Hal ini dilakukan, karena peneliti beranggapan data yang dibutuhkan sudah ada pada *profil* akun

@tausiyahku_, sebaliknya peneliti hanya membutuhkan data yang bersifat sebagai pelengkap dan itu pun akan dilakukan wawancara jika tidak tertera di akun @tausiyahku_.

Wawancara yang peneliti lakukan yaitu secara tidak langsung, dikarenakan jarak yang lumayan jauh, maka dari itu peneliti melakukan wawancara kepada pemilik akun dengan personal chat melalui *WhatsApp* dan *Instagram*.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan, yaitu “proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain” (Sugiyono, 2016:244).

Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2016:246).

Aktivitas dalam analisis data terbagi menjadi tiga bagian :

a. Reduksi Data

Penelitian ini melakukan reduksi data, dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan kepada hal yang bersifat penting, dan dicari tema yang polanya. Hal ini akan digunakan dalam

penelitian, dengan alasan agar mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan hubungan antar kategori. Dengan melakukan penyajian data, maka akan mempermudah peneliti untuk menjelaskan apa yang terjadi dengan menguraikannya secara singkat dan jelas.

c. Verifikasi Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2016:247-252).

Dalam penelitian ini akan dilakukan Verifikasi, karena kesimpulan awalnya masih bersifat sementara dan akan dilengkapi oleh data lain yang bersifat penting, dengan dilakukannya pengumpulan data yaitu dari hasil wawancara dan dokumentasi.