

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah itu sendiri adalah upaya untk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama islam serta pada apa yang diserukan. Didalam Al-Qur'an terdapat perintah yang menyeru kaum muslimin untuk melakukan aktivitas dakwah agar manusia senantiasa berada dijalan yang diridhai oleh Allah SWT. Seperti yang terdapat didalam QS. An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

SUNAN GUNUNG DJATI

Yang artinya : *“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”*.

Di era saat ini teknologi adalah salah satu dari sekian banyak pencapaian para ilmuan yang menjadi suatu kebutuhan manusia, maka sudah tidak asing lagi bagi kita

manakala kerap kali melihat orang – orang selalu sibuk dengan berbagai macam teknologi yang mereka gunakan, seolah – olah teknologi adalah bagian dari hidup manusia yang amat sangat sulit untuk dipisahkan. Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan perubahan sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Memang pada dasarnya secara logika teknologi yang hadir selalu dan akan terus mempermudah manusia dalam menjalani kehidupannya. Akan tetapi yang perlu digaris bawahi adalah ketika manusia menggunakan teknologi diluar batas sehingga dampak negatif yang ditimbulkan lebih besar dari pada manfaat yang diberikan oleh teknologi tersebut, maka dari itulah mengapa harus adanya perhatian lebih terhadap teknologi khususnya pada aspek media sosial, yang mana kontribusi media sosial tidak perlu diragukan lagi saat ini .

Media sosial merupakan sebuah media online, dimana seseorang dapat berkomunikasi apabila terhubung dengan jaringan internet tanpa harus bertatap muka langsung. Menurut Nasrullah (2015: 11) “media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual”.

Jika kita memperhatikan media sosial saat ini, kita menemukan beragam reaksi dari netizen dalam mengambil sikap terhadap perkembangan teknologi yang

ada. Ada yang memanfaatkan nya untuk membentuk komunitas belajar online, membuat postingan, membuat berbagai macam grup, saling bertukar informasi hingga berdakwah di media sosial.

Dakwah yang dulu terbatas hanya dilakukan di majelis – majelis pengajian, kini sudah masuk ke dalam platform baru yang kita sebut media sosial. Fenomena ini sedikit banyak mengubah persepsi masyarakat yang mengatakan bahwa dakwah hanya terbatas di tempat ibadah saja yang dilakukan oleh penceramah. Kini, semua orang bisa berdakwah dengan platform media sosial mereka masing – masing.

Kemajuan dalam bidang teknologi khususnya pada aspek media sosial dapat mempermudah dalam menyampaikan pesan dakwah dan juga menjadikan sebuah tantangan bagi seorang da'I, yang mana dewasa ini da'I dituntut lebih cermat dalam menggunakan media sosial sehingga dapat menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u yang berada jauh dari jangkauan nya, yang mana hal inipun berguna untuk meraih tujuan dakwah itu sendiri.

Instagram adalah salah satu sarana yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto, video yang memungkinkan mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring social, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang menarik sekaligus yang menjadi objek penelitian kali ini yaitu terkait fitur video gram yang memungkinkan para pengguna instagram dapat membagikan video dengan durasi yang ditentukan kepada pengguna lainnya.

Populasi penduduk Indonesia saat ini sudah mencapai angka 262 juta orang. Dilansir dari laporan teranyar asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang Indonesia telah terhubung di jaringan internet. Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan masyarakat Urban. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tapi juga untuk membeli barang, belajar dan mengajar hingga berbisnis. Dari angka 143 juta orang Indonesia yang menggunakan internet tercatat pula sekitar 120 juta orang yang aktif berselancar menggunakan media sosial yang salah satunya adalah media sosial instagram, yang mana instagram merupakan salah satu media sosial yang diminati oleh kalangan masyarakat Indonesia dengan jumlah pengguna berada di kisaran 53 juta pengguna (<https://www.apjii.or.id/> diakses tanggal 8 januari 2019).

Akun instagram *@pelangiislam* hadir di tengah – tengah masyarakat pada awal september 2017, yang mana akun ini didirikan bertujuan sebagai sarana bagi masyarakat yang memiliki kendala waktu serta tempat untuk mendengarkan ataupun mempelajari tentang ilmu keislaman. Masyarakat tidak perlu khawatir tertinggal kajian – kajian keislaman di tempat yang biasa mereka datang ketika mereka berpergian ataupun ada halangan, cukup memiliki smartphone, akun instagram serta jaringan internet untuk mengakses akun instagram *@pelangiislam*. Kajian dakwah pertama akun instagram *@pelangiislam* di posting pada tanggal 1 september 2017, terlihat mulai bermunculan nya komentar – komentar positif dari netizen terkait postingan nya tersebut, sehingga akun instagram *@pelangiislam* mulai rutin

menggunakan fitur vidgram sebagai sarana penyampaian pesan dakwah yang berisi mengenai materi akidah, akhlak seta syari'ah hingga saat ini, tercatat pada tanggal 6 april 2019 akun instagram @pelangiislam telah memposting sebanyak 340 postingan serta telah memiliki followers sebanyak 190 ribu lebih.

Vidgram (Video Gram) merupakan salah satu dari sekian banyak fitur yang digunakan oleh para pengguna instagram. Fitur merupakan suatu aspek yang memiliki keunggulan tersendiri yang menjadi daya tarik dari suatu benda tersebut, maka dari itu fitur vidgram dapat diartikan sebagai aspek yang memiliki keunggulan berupa video berdurasi maksimal 60 detik yang dapat diposting disetiap akun pengguna Instagram dengan ketentuan-ketentuan yang ada.

Berbicara mengenai vidgram, maka ada kaitannya dengan yang dinamakan media dakwah, yang mana hal ini pun menjadi pusat konsentrasi dalam penelitian ini, Menurut Moh. Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah (2004:120), media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u (objek dakwah). Dengan perkembangan zaman serta teknologi saat ini, aktivitas dakwah diharapkan dapat berjalan dengan sebaik mungkin, karena dengan adanya teknologi modern para penggiat dakwah seharusnya dapat memaksimalkan hal ini dengan sebaik mungkin, agar tujuan dari dakwah itu sendiri dapat tercapai semaksimal mungkin. Untuk mencapai dalam pemaksimalan media dakwah ini para penggiat dakwah harus lebih mengetahui kapasitas ilmu yang ada didalam dirinya, sehingga dengan itu para pelaku dakwah dapat belajar serta

memahami lebih detail lagi terkait dakwah serta media nya saat ini, sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam berdakwah di media ini.

Akun *@pelangiislam* disebut juga sebagai media dakwah dikarenakan didalamnya terdapat unsur-unsur yang menjadikan dakwah itu sendiri dapat tersampaikan kepada masyarakat, yaitu : Pelaku dakwah, Materi Dakwah, Penerima Dakwah. Dilengkapi dengan pengemasan dakwah yang baik serta menarik, akun *@pelangiislam* mampu menjadi media dakwah yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk melihat serta mendengarkan konten-konten dakwah yang disajikan.

Segmentasi yang instagram Pelangiislam ini lebih besarnya adalah kalangan remaja serta anak muda, sehingga akun ini dengan sengaja mengemas dakwah melalui fitur vidgram tersebut dengan semenarik dan semodern mungkin, hingga sasaran dakwah yang dituju dapat menerima serta memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Menurut Enjang & Aliyudin (2009: 5) dakwah adalah kegiatan menyeru manusia kepada jalan Allah (system Islam) secara menyeluruh, baik dengan lisan maupun tulisan, ataupun dengan perbuatan sebagai ikhtiar muslim mewujudkan nilai – nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairul ummah. Sekilas bila kita melihat definisi tentang dakwah maka sangat tepat sekali apabila dakwah disandingkan dengan media sosial sebagai sarana nya untuk menyebar luaskan firman Allah SWT.

Dewasa ini apabila kita telaah bahwa peranan media sosial sangatlah buruk, media sosial digunakan sebagai alat untuk menjatuhkan lawan politik, media sosial digunakan untuk menyebar luaskan fitnah, media sosial digunakan untuk mengadu domba bahkan media sosial digunakan untuk merencanakan sesuatu yang dapat merugikan banyak sekali manusia. Lantas apakah memang media sosial dibuat dalam rangka mewedahi perilaku tersebut? jelas tidak. Media sosial yang saat ini dipakai sudah keluar dari jalur yang semestinya, yang mana awalnya media sosial dibuat untuk mempermudah manusia dalam menjalani kehidupannya, mulai dari berkomunikasi ataupun memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu perlunya media sosial sebagai sarana dakwah pada saat ini agar para pengguna media sosial saat ini bisa mengetahui, bisa mengerti serta memahami mana perbuatan yang baik dan mana perbuatan yang kelewat batas .

Dakwah yang efektif adalah yang mana pesan dakwah tersebut dapat tersampaikan kepada para mad'u serta dapat dipahami dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, bila dilihat para pengguna teknologi saat ini hampir setiap detiknya terus menerus mengakses media sosial setidaknya dibalik mereka mengakses berbagai macam informasi mereka pun dapat mengetahui pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan berbagai macam cara baik hanya sekedar tulisan, perkataan ataupun melalui karya-karya cinematografi yang memiliki pesan dakwah yang begitu kuat didalamnya.

Berdakwah melalui media sosial memang menjadi pilihan yang tepat saat ini, akan tetapi yang perlu diingat, bahwa melalui *platform* manapun berdakwah harus

dilakukan dengan kaidah-kaidah yang tepat. Jum'ah Amin Abdul Aziz dalam fiqh dakwah, memberikan pengetahuannya terkait kaidah dalam berdakwah (Enjang, Hajir, 2009 : 97).

- Memberikan keteladanan sebelum berdakwah (*al-qudwah qobla da'wah*)
- Mengikat hati sebelum menjelaskan (*at-ta'rif qobla at-ta'rif*)
- Mengenalkan sebelum memberi beban (*at-ta'rif qobla taklif*)
- Bertahap dalam pembebanan (*attadrufii taklif*)
- Memudahkan bukan menyulitkan (*at-taiysiru la ta'siru*)
- Yang pokok sebelum yang cabang (*al-ushul qobla al-furu*)

Dengan diterapkannya kaidah-kaidah dalam berdakwah ini maka para pelaku atau penggiat dakwah dapat melaksanakan tugasnya dengan profesional dan menjadikan dakwah yang efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan. Tanpa adanya kaidah-kaidah yang diterapkan menurut penulis sendiri merupakan hal yang dapat melemahkan kegiatan dakwah itu sendiri, karena manusia adalah masyarakat yang majemuk, dibedakan oleh sifat, perilaku, tata krama serta budaya, terjadinya kesalahan dalam berdakwah membuat adanya kesenjangan antara pelaku dakwah dengan mad'u dikarenakan tidak adanya tata cara atau etika serta kaidah yang diterapkan sehingga pesan dakwah yang disampaikan tidak dapat diterima oleh masyarakat apalagi untuk dipahami, bahkan yang lebih parah lagi hingga terjadinya penolakan oleh masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka penulis mengangkat tema vidgram sebagai sarana media dakwah , yang mana pada dasarnya akun ini dibuat untuk menyeimbangi serta menyampaikan pesan dakwah kepada seluruh umat didunia ini dengan cara yang lebih efektif .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , peneliti menemukan berbagai poin permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penggunaan vidgram sebagai sarana media dakwah oleh akun instagram *@pelangiislam* ?
2. Materi dakwah apa saja yang disajikan oleh akun Instagram *@pelangiislam* ?
3. Bagaimana kriteria vidgram sebagai sarana media dakwah pada akun Instagram *@pelangiislam* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penggunaan vidgram sebagai sarana media dakwah oleh akun instagram *@pelangiislam*.
2. Untuk mengetahui materi apa saja yang disajikan oleh akun Instagram *@pelangiislam*.
3. Untuk mengetahui kriteria vidgram sebagai sarana media dakwah pada akun Instagram *@pelangiislam*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori dakwah khususnya dakwah di media sosial. Juga menjadi suatu gambaran lebih lanjut untuk terus memberikan motivasi bagi peneliti agar lebih baik dalam pengkajian.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna media internet untuk dapat menggunakan media sosial instagram dengan sebaik mungkin dan juga diharapkan dapat dimanfaatkan oleh da' I guna meningkatkan syiar Islam sehingga tujuan dakwah dapat tercapai hingga kini dan seterusnya.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka (*literature review*) adalah proses penelusuran bahan pustaka untuk memilih dan menentukan teori yang akan digunakan dalam penelitian (Sadiah, 2015: 68). Dalam penulisan skripsi ini, penulis meninjau beberapa tulisan maupun skripsi – skripsi yang telah dibuat. Penulis menemukan beberapa skripsi yang membahas mengenai media sosial (instagram) sebagai sarana dakwah dengan objek penelitian yang berbeda-beda.

Pertama, dalam skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah” karya Anwar Sidiq yang menjadikan akun instagram @fuadhbakh sebagai objek dari penelitian nya. Hasil temuan dari penelitian skripsi tersebut menjelaskan

bahwa akun instagram @fuadhbakh menggunakan fitur format video, format gambar, fitur captions, fitur mentions, fitur hashtag, dan fitur comments dalam memanfaatkan instagram sebagai media untuk menyebarkan pesan – pesan islamiyah secara efektif. Selain itu, strategi yang paling diandalkan dalam pembuatan konten adalah pemilihan tema cinta dan hal – hal yang sedang menjadi trend di kalangan masyarakat Indonesia agar khalayak dapat melihat hal – hal tersebut dari perspektif islam.

Kedua, dalam penelitian yang berjudul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku” karya Nur Rizky Toybah yang menjadikan akun instagram @haditsku sebagai objek dari penelitiannya. Penelitian ini berdasar pada pemikiran bahwa kurangnya penelitian yang meneliti sesuai dengan konsentrasi RTV, salah satu penelitian yang sesuai dengan konsentrasi adalah penelitian menggunakan media sosial instagram. Hasil penelitian diketahui akun instagram @haditsku memposting gambar berkaitan dengan pesan akidah, syariah, dan akhlak. Adapun interpretasi dakwahnya diketahui berdasar dari teksnya saja, diikuti dengan unsur komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi dilihat dengan dua prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan dan kesatuan. Pesan yang paling dominan disampaikan adalah perihal akhlak. Jenis gambar yang dibagikan dengan objek yang sesuai dan teks yang berguna untuk introspeksi diri. Setiap gambar yang dibagikan juga berbentuk motivasi diri untuk melakukan kebaikan.

Ketiga, Skripsi karya Fifit Difika yang berjudul “Dakwah Melalui Instagram” yang mana objek penelitian nya tersebut adalah akun instagram Yusuf Mansur , Felix Siauw , Aa Gym , Arifin Ilham dengan analisis studi materi dakwah . hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instgram Ustadz Yusuf Mansur , Felix Siauw , Aa Gym dan Arifin Ilham didalam nya mengandung materi dakwah dan nilai – nilai keagamaan yang mana terkait akidah , akhlak, social dan amar ma’ruf. Dalam instagram da’I tersebut terkandung pesan – pesan kearifan dalam pencitraan dakwah. Seperti dalam instagram ustadz Yusuf Mansur mengenai ketuhanan, ikhtiar ,tolong menolong dan membaca Al- Qur’an. Ustadz Felix Siauw mengenai hari kiamat, istighfar, persaudaraan, dan berdakwah. Sedangkan Ustadz Aa Gym mengenai hari kiamat , sopan santun , pemaaf , tawakal, tolong menolong dan membaca Al – Qur’an. Dan pada instagram ustadz Arifin Ilham mengenai ketaqwaan , shodaqoh . dalam keempat akun instagram da’I diatas , instagram Aa Gym yang lebih banyak mencitrakan materi dakwahnya melalui instagram dan lebih menarik dan mempunyai pesan yang lebih kuat.

Dari semua tinjauan pustaka yang penulis gunakan sebagai perbandingan dengan penelitian ini semuanya meneliti mengenai media sosial instagram sebagai sarana dakwah, hanya saja objek kajian yang ditentukan berbeda – beda dan memiliki keunggulan nya masing masing .

F. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori penyampaian pesan dakwah dengan sarana media sosial instagram yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai konsep serta penggunaan vidgram melalui media sosial instagram lewat akun instagram *@pelangiislam*.

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat teori dakwah menurut Tata sukayat dalam bukunya yang berjudul ilmu dakwah. Dakwah adalah proses mengajak, menyeru manusia kepada Allah SWT, artinya dalam pengaplikasiannya sehari-hari manusia yang telah ditetapkan didalam al – quran sebagai seorang pemimpin berkewajiban untuk menyampaikan syiar dakwah dimanapun dan kapanpun dengan merujuk kepada tata cara penyampaian pesan dakwah yang baik dan benar (Sukayat, 2009: 3). Yang dimaksud adalah demi keuntungan sasaran dakwah dan tanpa paksaan sehingga ajakan itu bersifat logis. Persuasive dan edukatif dengan konsep ajaran agama yang dibawa da'I itu sendiri. Penegrtian ini menunjukkan bahwa dakwah merupakan aktifitas ritual social. Maksudnya dakwah adalah aktifitas keagamaan yang menyangkut berbagai aspek kehidupan.

Terkait media sendiri peneliti mengangkat salah satu teori media yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan yaitu medium adalah pesan, medium is the message (saefudin, Jurnal Unisba, 208: 385) yang mana studi ini adalah studi tentang

bagaimana media berperan penting terhadap penyebaran informasi dan juga proses komunikasi mempengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang mempengaruhi komunikasi melalui media teknologi baru. Teori media ini berpusat pada prinsip bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir seluruh lapisan masyarakat. Teori ini pun meyakini bahwa media yang dipilih untuk menyampaikan pesan sama pentingnya dari pesan itu sendiri.

Dalam perspektif teori ini, bukan pesan yang mempengaruhi kesadaran kita, tetapi medium. Mediumlah yang lebih besar mempengaruhi kesadaran kita. Medium membentuk pesan, bukan sebaliknya, artinya media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa keterlibatan sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. 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. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang

memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Cahyono, Jurnal Unita, 2016: 142).

Lalu mengenai konsep penyampaian pesan tersendiri dikutip dari jobstreet.com penyampaian pesan secara efektif harus memerhatikan beberapa point :

- Pesan, bukan si pemberi pesan : dalam point ini perlu diketahui bahwa yang harus sangat diperhatikan adalah pesan nya bukan subjek yang menyampaikan karena apabila seseorang telah berangapan buruk pada orang lain maka apapun yang disampaikan orang tersebut tidak akan pernah didengarkan
- Isi pesan, bukan hanya sekedar pesan nya : terkadang kekeliruan seseorang dalam mengartikan isi pesan akan berakibat fatal dalam beberapa persoalan , maka dituntut dalam persoalan ini seseorang harus bijak dan cermat dalam mengartikan isi pesan tersebut.
- Dengarkan terlebih dahulu, baru lakukan evaluasi : kita harus menngerti terlebih dahulu sudut pandang dari si pemberi pesan, alasan orang tersebut menyampaikan suatu hal, tanyakan maksud dan tujuannya agar dapat mengevaluasi sudut pandang nya.

Dalam hal ini dalam penyampaian pesan harus secara cermat memerhatikan hal ini agar komunikasi yang efektif dapat tercapai, khususnya seperti yang sedang peneliti bahas mengenai media sosial instagram sebagai

sarana dakwah yang mana dengan poin poin tersebut pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh para *mad'u*.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan sebagai landasan metodologi dalam penelitian ini. Adapun pisau analisis yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif yang dianggap memungkinkan peneliti melihat konten yang disampaikan oleh akun instagram @pelangiislam. Selain itu, metode ini juga memungkinkan peneliti menggambarkan serta memilih poin penting sebagai temuan penelitian yang dibutuhkan.

Metode penelitian deskriptif yaitu menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk memahami dan menyimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktanya, sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh, yang bertujuan menggambarkan fakta secara sistematis dan akurat (Syarifuddin Anwar 1998:7).

2. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi subjek penelitian adalah akun instagram @pelangiislam. sedangkan yang menjadi objek penelitian

dalam penulisan skripsi ini adalah penggunaan vidgram sebagai sarana media dakwah melalui akun instagram tersebut.

3. Sumber Dan Jenis Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh, sumber data ini dapat berupa benda, hal atau tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data (Arikunto, 1998:116), dan dalam penelitian ini sumber datanya terbagi menjadi kepada :

- a. Sumber data primer, yaitu postingan-postingan berupa video gram yang terdapat pada akun Instagram pelangiislam.
- b. Sumber data sekunder, yaitu buku, internet, dan arsip untuk proses penelitian dan dengan mengumpulkan data-data melalui kegiatan Tanya jawab dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan tujuan memperoleh berbagai informasi mengenai vidgram sebagai sarana media dakwah.

4. Teknik Pengumpulan data

Dalam proses pengumpulan data, penulis melakukan sesi Tanya jawab dengan berbagai pihak yang berkaitan seputar vidgram sebagai sarana media dakwah, baik pemilik akun, penggiat aktivitas dakwah dan juga tentunya followers sebagai yang menerima pesan dakwah.

Setelah data – data diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah penulis mulai melakukan pengolahan data. Penulis melakukan nya dengan

cara editing, yakni kegiatan mempelajari berkas-berkas data yang telah dikumpulkan, sehingga keseluruhan berkas itu dapat diketahui dan dinyatakan baik.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati (Meleong, 2004:4). Pendekatan kualitatif diarahkan langsung pada subjek penelitian (kelompok, individu, video gram) dan melihat variable-variabel penelitian sebagai dari keseluruhan gejala yang diamati.

penulis merasa dalam media sosial terkhusus instagram, subjek penelitian yang mana salah satunya adalah pengikut atau *followers* perlu adanya dimintai tanggapannya terkait penyampaian pesan dakwah melalui fitur vidgram ini, dikarenakan pengikut akun instagram dakwahvidgram ini adalah termasuk salah satu sasaran dakwah atau disebut *mad'u*. dengan adanya informasi yang diberikan oleh *followers*, ini dapat memudahkan penulis dalam menyusun serta menyimpulkan hasil dari pembahasan ini, yang diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luas ataupun sebagai referensi bagi penelitian lain nya.

Dalam penelitian ini dilakukan pendeskripsian terhadap postingan-postingan videogram dalam akun instagram pelangiislam, yang selanjutnya dari pendeskripsian tersebut dapat diketahui pokok-pokok materi yang disampaikan oleh akun dakwah tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Enjang, Aliyudin. 2009. *Dasar Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Ilahi, wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nugraha, Adit. 2015. "Fenomena meme di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial di Inatgaram: Academic Jurnal Intitute Teknologi Bandung, Vol. 14 No.3, 2015.
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saefudin, Asep. 2008. *Perkembangan Teknologi Komunikasi: Perspektif Komunikasi Peradaban: Academic Jurnal Unisba*, Vol. 9 No. 2 Desember 2008.
- Sukayat, Tata. 2009. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Salbino, Sherief. 2014. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.