

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di dalam agama Islam, tabligh merupakan salah satu perintah yang diberikan kepada para utusan-Nya. Bahkan di antara kesempurnaan Nabi Muhammad SAW. Adalah beliau mempunyai empat sifat, yaitu: shidiq, amanah,, dan tabligh (Sukayat, Tata, 2009:88).

Tabligh sendiri merupakan satu cara dalam menyampaikan dakwah islam, yang memiliki banyak metode atau cara, yaitu dengan *tabligh bil khitabah*, atau tabligh melalui lisan, *tabligh bil kitabah*, atau tabligh melalui tulisan, maupun *tabligh bil i'lam*, atau tabligh melalui audio-visual.

Islam merupakan agama dakwah yang artinya selalu mengajak pemeluknya untuk selalu senantiasa aktif dalam melaksanakan aktivitas dakwah (Mansyur, M., 1997:8). Berkembangnya umat muslim sangat tergantung dan berkaitan dengan aktivitas dakwah yang dilaksanakan.(Hafifuddin, Dindin, 1998:76), yang di dalam dakwah terdapat *tabligh* yang merupakan bagian proses kegiatan berdakwah.

Orang yang melaksanakan kegiatan mengajak dan menyerukan disebut da'i (orang yang menyeru). Dengan begitu mengingat bahwa proses mengajak atau menyeru tersebut dengan suatu bentuk penyampaian atas pesan-pesan

tertentu, maka dikenal berbagai istilah dalam dakwah disebut *tabligh* yaitu penyampaian dan *mubaligh* selaku orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*message*) kepada komunikaan (Saefudin, 1998:151).

Tabligh yang diperintahkan Allah dan Rasulnya berdasarkan atas firman-Nya yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Artinya: “ Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia . Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.” (al-maidah ayat 67)

Era zaman sekarang situasi kian berubah, tindakan kaum muslimin juga berubah mengikuti perkembangan. Banyak sesuatu yang dilakukannya bertentangan dengan tuntunan islam, seiring berjalannya waktu semakin menajam dan curam. Perkembangan media dakwah sangat beragam di dunia maya. Bahkan tak terhitung jumlah alat media yang digunakan dalam penyampaian dakwah.

Didalam al-qur’an banyak ayat yang menerangkan perihal metode dakwah, atau cara penyampaian dakwah mulai dari metode ceramah, pidato atau *tabligh*, *bil hikmah*, *mauidzoh hasanah* dan *mujadalah*.

Tabligh merupakan salah satu bagian dari dakwah. Tabligh dalam implementasinya merupakan kegiatan dan kreasi manusia dalam menyeru baik secara individu ataupun berkelompok yang ditujukan kepada tuhan dan sesama makhluknya adalah bentuk kerja nyata dalam menegakkan keadilan, meningkatkannya kesejahteraan, dan serta menggapai kebahagiaan yang diridhai Allah SWT. Dengan begitu, baik secara teologis ataupun sosiologis tabligh akan tetap ada selama umat manusia dan agama Islam ada serta masih menjadi agama yang di anut umat manusia. Secara teologis tabligh suatu bentuk kegiatan ibadah bagi umat muslim. Kemudian secara sosiologis, pelaksanaan *tabligh* apapun bentuk dan konteksnya akan diperlukan oleh umat manusia dalam hal untuk menghidupkan dan membangun tatanan masyarakat yang penuh kasih sayang berlandaskan tauhid, persamaan tingkat semangat persaudaraan, kesadaran memiliki arti penting dalam mensejahterahkan seluruh umat, dan serta menegakkan keadilan dilingkungan kehidupan bermasyarakat.

Proses pelaksanaan tabligh, memang tidak hanya diartikan sebagai proses penyampaian melalui mimbar belaka, akan tetapi terus berinovasi dan memunculkan kesadaran bahwa masyarakat sebagai sasaran atau objek tidak bersifat pasif atau diam dan dianggap tidak memiliki pemahaman dan harapan akan kegiatan *tabligh* atau lebih umumnya dakwah.

Dalam prosesnya, *tabligh* terlaksana dengan adanya unsur-unsur yaitu pesan *tabligh*. Pesan *tabligh* juga berlandaskan Al-Quran dan As-Sunah. Unsur kedua adalah *mubaligh* atau pelaku *tabligh*. Orang yang menyampaikan

pesan tabligh kepada masyarakat. Masyarakat adalah penerima pesan, mereka disebut jamaah atau khalayak. Metode merupakan unsur keempat dalam proses tabligh. Metode adalah cara yang ditempuh. Berhubungan dengan adanya upaya keilmuan, lalu metode terkait tentang bagaimana cara kerja untuk memahami dan mengidentifikasi objek yang akan menjadi mencari sasaran ilmu yang memiliki keterkaitan. Berarti metode berfungsi sebagai media untuk menggapai tujuan. Dan metode dakwah itu sendiri adalah segala bentuk usaha mendirikan syariat Islam untuk menggapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu agar terciptanya keadaan kehidupan *mad'u* yang *As-salam*, baik di kehidupan dunia maupun di akhirat nanti dengan melaksanakan syariat Islam secara murni dan konsisten (Sukayat, Tata, 2009:34).

Media tabligh merupakan alat yang dipakai mubaligh untuk menyampaikan pesan. Media digunakan sebagai alat penyampai pesan kepada masyarakat. Secara umumnya media adalah alat untuk mempercepat pesan-pesan tabligh agar dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat.

Di era sekarang dimana teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat, dan sering disebut sebagai era digital. Era digital sendiri merupakan istilah yang digunakan dalam kemunculan media baru, dengan beragamnya kemunculan media baru ini proses tabligh pun menjadi suatu metode menyampaikan kebaikan demi mengikuti arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Penyampaian pesan tabligh tidak hanya dengan metode ceramah atau penyampaian di atas mimbar. Namun, kini kegiatan

sudah dipermudah dengan adanya media baru, yakni media elektronik baik melalui bentuk media audio, visual, ataupun audio visual.

Media baru atau lebih mudahnya media sosial ini beragam mulai dari *facebook, twitter, instagram, youtube* dan media lain yang berkaitan dengan adanya internet. Dengan semakin maraknya penggunaan media sosial membuat para da'i atau mubaligh menjadi lebih bervariasi dalam melaksanakan kegiatan tabligh serta dituntut untuk lebih berinovasi dan kreatif. Media sosial tidak bisa dipungkiri sudah menjadi bagian tersendiri dikalangan masyarakat.

Para penggiat tabligh mulai memandang dan memanfaatkan instagram sebagai media baru dalam menyiarkan kebaikan. Baik berupa gambar, tulisan maupun audiovisual. Penggunaan media sosial tentunya tidak terlepas dari yang namanya internet, berdasarkan hasil survei yang dilakukan PUSKAKOM dan juga bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pemakai layanan internet di Indonesia tahun 2019 mencapai 171,18 juta pengguna (tekno.kompas.com). Sedangkan, penggunaanAinstagram berdasarkan survey NapoleonCat, di Indonesia jumlah pengguna aktif perbulannya mencapai 59 juta atau 22,6 persen pengguna pada tahun 2019. Pengguna instagram pada tahun 2019 rata-rata berusia 18-24 tahun sebanyak 37,3 persen atau 23 juta pengguna, usia 25-34 sebanyak 33,9 persen, dan 34-44 sebanyak 16,1 persen (kumparan.com).

Melihat dari hasil dari lembaga survei tersebut, remaja mendominasi jumlah terbanyak pengguna instagram. Oleh sebab itu, inilah kesempatan terbaik bagi penggiat tabligh untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman sehingga remaja sedikit-banyaknya dapat memperoleh pengetahuan agama.

Kegiatan tabligh dipandang penting dalam media sosial khususnya instagram, apalagi usia remaja adalah usia transisi menuju tahap dewasa, sehingga banyak sekali godaan yang bisa membuat mereka menyimpang dan melakukan perbuatan-perbuatan negatif.

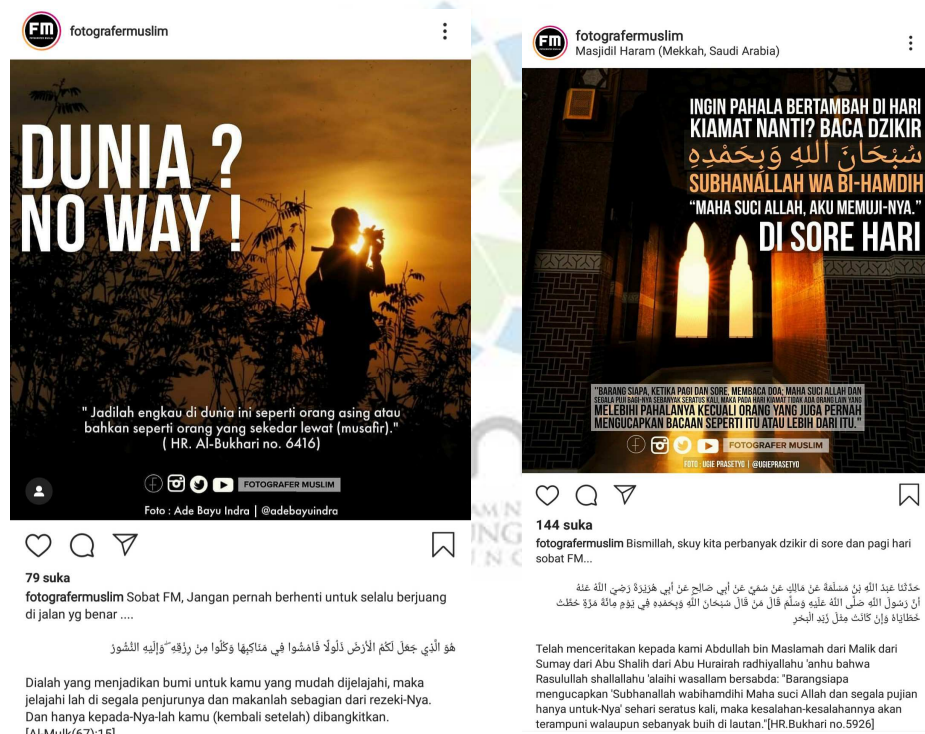
Dengan adanya tabligh di media sosial khususnya instagram, dapat mem-*filter* atau menyaring para remaja supaya tidak menyimpang dalam koridor agama. Sebab pengetahuan agama (islam) dapat menjadi benteng keimanan bagi mereka, sehingga beragam godaan untuk melakukan perilaku menyimpang dapat teratasi dengan baik.

“Intagram merupakan salah satu jenis media sosial yang disebut dengan media *sharing*. Dimana media sosial memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar dan sebagainya” (Nasrullah, Rulli, 2015:44). Instagram dilengkapi dengan fitur-fitur yang terdapat pendukung didalamnya seperti, foto, video, dan *caption* atau kata-kata yang dapat dituliskan di kolom yang disediakan dan sebagai bentuk mendukung media informasi.

Akun instagram @fotografermuslim merupakan salah satu akun Instagram yang menyiarkan ajaran Agama Islam melalui bentuk penyajian pesan yang

sangat menarik karena selain gambar juga menampilkan *caption* yang terperinci disertai Al-Quran dan Hadis yang sesuai.

Terdapat beberapa foto yang telah di *upload* pada akun @fotografermuslim menjadi tanda adanya penyajian pesan *tabligh* melalui media digital instagram, sebagai berikut:



Gambar 1.1 Contoh Postingan Akun @fotografermuslim

Akun @fotografermuslim di buat langsung oleh satu komunitas yang ada di kota Bandung, yaitu komunitas Fotografer Muslim. Komunitas yang bergerak dibidang fotografi, namun selain bergerak di bidang fotografi komunitas ini juga menyebarkan misi kebaikan.

Keunggulan akun @fotografermuslim ini yaitu pada penyajian materi atau pesan tabligh nya yang disampaikan melalui tulisan (*tabligh bi al-kitabah*) yang dipadukan dengan teknik fotografi yaitu berupa gambar atau foto yang langsung dihasilkan oleh para member komunitas Fotografer Muslim.

Banyak sekali kemudahan yang terdapat di media sosial Instagram, seiring dengan keadaan masyarakat modern yang memiliki kesibukan dan kurangnya waktu buat saling bertatap muka langsung dengan dai atau mubaligh, sehingga banyak masyarakat yang beralih pada media internet, yaitu Instagram. Dengan keadaan yang masyarakat sedemikian sehingga menarik untuk membahas lebih dalam mengenai media sosial Instagram yang digunakan akun @fotografermuslim dalam menyampaikan pesan Islam.

Karena akun tersebut sudah menjadi komunitas untuk saling mengingatkan dalam segi menyampaikan risalah dakwah. Maka demikian peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti akun instagram tersebut sebagai bentuk fenomena tabligh di era digital.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bentuk penyajian pesan tabligh yang diunggah pada akun @fotografermuslim. A. W. Widjaja berpendapat, ada tiga macam bentuk penyajian pesan, yaitu pesan informatif, persuasif, dan koersif. Maka melalui pendapat tersebut, fokus penelitian ini yaitu terfokus pada penyajian pesan tabligh informatif, persuasif, dan koersif pada akun instagram @fotografermuslim.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut dan judul yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Memahami tujuan penyajian pesan tabligh pada akun instagram @fotografermuslim
2. Mendeskripsikan pesan tabligh pada akun instagram @fotografermuslim

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan agar bermanfaat atau berguna baik secara teoretis ataupun praktis

1. Manfaat teoretis

Kajian penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan wacana terhadap kegiatan tabligh dan memberikan pengenalan akan kegiatan tabligh digital terkhusus pada instagram. Sebagai pembandingan terhadap penelitian-penelitian sesudah ataupun sebelum dalam dunia jejaring sosial atau media sosial instagram.

2. Manfaat praktis

Untuk mengetahui seberapa tingkat efektifitas akun instagram @fotografermuslim dalam menyiarkan ajaran Agama Islam. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi khususnya para pengguna

instagram dalam menyampaikan kebaikan secara digital lewat instagram.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoretis

Tabligh adalah salah satu dimensi dakwah. “Secara harfiah kata tabligh bentuk masdar dari kata *balagha* berarti *ishal*, menyampaikan sesuatu kepada pihak lain” (Basit, Abdul, 2013:46). *Balagha* diartikan pula sebagai sesuatu pesan yang disampaikan *mubaligh* baik dari Al-Quran, As-sunah, maupun dari dirinya sendiri.

Sedangkan tabligh menurut istilah (*syara*) yaitu menyampaikan ajaran agama Islam kepada sesama makhluknya dan mengajak mereka agar dapat mencerna apa yang disampaikan, mengimaninya dan memakainya sebagai petunjuk dalam berperilaku dalam mencapai kesejahteraan, memelihara keselamatan dan kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat (Subandi, Ahmad, 2014:34).

Tabligh pada pengertiannya menyampaikan ajaran agama Islam kepada khalayak atau masyarakat (*mad'u*), Allah mewajibkan sebagai tahapan awal dalam proses kegiatan dakwah. Dalam aktivitasnya, *tabligh* dapat dilakukan oleh individu ataupun kelompok secara lisan maupun tulisan.

Menurut Asep Muhyidin (2002:34), tabligh merupakan upaya sosialisasi ajaran Islam, internalisasi ajaran agama Islam, melalui audio

visual (mimbar, elektronik, media cetak, dan media internet) dengan menggunakan media *khitabah* (ceramah agama), *kitabah* (tulisan) dan *i'lam* (media audio visual dan internet), untuk menyeru manusia kepada fitrah (agama Islam) dan menolong mereka mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dalam pandangan agama Islam hakikat manusia adalah beramal saleh yang berlandaskan iman serta takwa. Salah satu kegiatan buat beramal saleh yang harus dilakukan adalah berdakwah. Unsur utama dan yang terpenting dalam kegiatan berdakwah yaitu manusia. Bahkan, kesuksesan dakwah banyak ditentukan oleh penggiat dakwah itu sendiri. Namun, seringkali dakwah atau tabligh dipahami sebagai bentuk kegiatan praktis, yaitu kegiatan peyampaian dakwah secara lisan yang dilakukan oleh seorang kiai atau ustad diatas mimbar, di masjid maupun di pengajian-pengajian majelis taklim.

Tabligh tidaklah hanya dilaksanakan secara ucapan atau lisan, namun bisa juga dilakukan secara tulisan atau yang disebut juga *tabligh bi al-kitabah* (Sukayat, Tata, 2009:91). Mengartikan *tabligh bi al-kitabah* yaitu: dakwah dilakukan melalui aktivitas yang disertai tulisan sajak risalah, majalah, artikel, cerpen, sajak, poster, buku, koran, internet dan tulisan-tulisan yang terdapat pesan dakwah sangat penting dan efektif.

Tabligh bi al-kitabah merupakan metode yang memiliki kelebihan yaitu, dapat mengikuti perkembangan zaman tidak dapat musnah termakan waktu walaupun *mubaligh* telah tiada.

Tabligh bi al-kitabah, merupakan kegiatan menyampaikan melalui tulisan. Tentunya mempunyai kekurangan tersendiri, yaitu: media yang dapat mewadahi dan memfasilitasi dakwah tersebut. Persoalan ini tentunya menjadi permasalahan yang dihadapi oleh *da'i* atau *mubaligh* yang menggunakan metode ini.

Untuk memahami penyajian pesan tabligh melalui digital khususnya media sosial instagram penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication*. Teori ini digagas oleh Marshall dan McLuhan tepatnya di tahun 1962, yang menandakan awal mula dari teori yang membahas konsep internet. Dengan berinovasinya bidang IPTEK teori ini menjadi konsep baru dalam berkomunikasi, terutama perihal komunikasi media baru.

A. F. Wood dan M.J. Smith menerangkan bahwa teori CMC (*Computer Mediated Communication*) merupakan segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan komputer. Di dalam teori ini mengkaji tentang tingkah laku manusia dapat dibangun atau diganti melalui adanya interaksi saling bertukar informasi melalui suatu alat atau mesin informasi (Fakhruroji, 2017:52).

Pola CMC memungkinkan seseorang atau sesuatu kelompok berkomunikasi melalui media yang berbasis komputer, yang didukung dengan aplikasi-aplikasi media sosial maupun media lainnya yang dapat membuat kita bisa membaca berita terkini dan koran secara *online*, bisa bermain game virtual yang memungkinkan kita seolah-olah bermain dengan seseorang tetapi orang tersebut tidak berada didekat kita, kita dapat bercakap-cakap, berdiskusi, dengan seseorang dimana pun mereka berada, bahkan trend berniaga saat ini adalah menggunakan media *online*, dengan adanya media sosial semacam facebook, twitter, BBM, instagram, dan masih banyak media sosial lainnya (Teori *Computer Mediated Communication*, Al-Munzir Vol.8, No.2 November 2015).

Teori CMC sangat memiliki peran pada penelitian akun @fotografermuslim, yang berfokus pada bentuk penyajian pesan tabligh. Ada tiga konsep bentuk penyajian pesan yaitu, informatif, persuasif dan koersif hal ini berhubungan erat dengan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yang mengkaji soal bagaimana tingkah laku umat manusia mampu dikonstruksikan atau terjadi perubahan melalui unggahan yang berisikan pesan tabligh pada akun @fotografermuslim.

2. Landasan Konseptual

Unsur penting dalam berkomunikasi ialah pesan, penyampaian pesan sendiri disampaikan melalui instrumen media yang tepat, tutur kata yang mudah dimengerti, kata-kata yang mudah dan sesuai dengan tujuan, serta

tujuan penyampaian pesan dengan mudah dicerna oleh komunikan. Selain hal itu, melainkan pesan juga dapat ditelaah dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja (1988:32) ada tiga bentuk penyajian pesan yaitu:

- a. Informatif, bersifat menyajikan keterangan-keterangan (fakta-fakta) kemudian komunikan atau audien menarik kesimpulan dan keputusan dengan sendirinya. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif.
- b. Persuasif, suatu pesan yang bermuatan anjuran yang bersifat membujuk yakni menghidupkan arti serta menyadarkan manusia tentang apa yang disampaikan dapat memberikan suatu dampak perubahan sikap dan pola pikir. Tetapi perubahan yang ditimbulkan tidak ada unsur ancaman melainkan atas keinginan diri sendiri. Dengan demikian perubahan yang dialami terjadi atas kesadaran akan suatu kebenaran.
- c. Koersif, pesan yang mempunyai sifat menekan dengan berupa bentuk ancaman dari penyampaian baik secara esensi adalah agitasi atau hasutan yang menimbulkan dampak berupa paksaan terhadap hati nurani dan kekhawatiran terhadap pesan yang telah disampaikan di kehidupan masyarakat. Koersif berbentuk instruksi-intruksi, untuk penyampaian suatu tujuan .

Bentuk penyajian oleh Widjaja ini memiliki keterkaitan pada fokus penelitian ini, kemudian digunakan sebagai konsep di penelitian ini.

3. Hasil Penelitian Sebelumnya

Pertama, penelitian skripsi berjudul “*Tabligh Melalui Media Sosial LINE (Studi Deskriptif pada Akun Official Teladan Rasul)*” oleh Muhammad Mukti A memiliki kesimpulan bahwa dalam menyampaikan pesan tablighnya akun Teladan Rasul memakai bentuk tabligh bi-al kitabah (tabligh melalui tulisan). Dengan menggunakan metode ini penyampaian pesan tabligh akan diterima oleh banyak pembaca dalam waktu hampir memungkinkan secara bersamaan. Metode Studi Deskriptif serta media sosial yang digunakan dalam melakukan tabligh merupakan persamaan dari penelitian ini, sedangkan Subjek dan Objek nya yang diteliti berbeda dengan penulis yaitu pada media social Instagram akun *@fotografermuslim*.

Kedua, penelitian berjudul “*Efektifitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)*” oleh Bella Nadyantana Mulia yang memiliki kesimpulan: *pertama*, dakwah akun instagram @fuadbakh cukup berperan sebagai media berdakwah dakwah yang ditandai dengan nilai 14% (kategori tinggi) penggunaan instagram dan 17% (kategori tinggi) pengaruh dakwah akun @fuadbakh pada responden penelitian. *Kedua*, dakwah akun @fuadbakh pada media soial instagaram kurang efektif dengan nilai 26,2% meskipun presentase sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti adanya akun yang serupa dan tingkat penggunaan instagram yang

tergolong rendah. Media sosial instagram yang diteliti dalam kegiatan dakwah adalah persamaan dari penelitian ini.

Ketiga, penelitian yang berjudul “Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)”. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan analisis isi dan teknik yang digunakan adalah metode dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian. Persamaan nya yaitu pada media yang diteliti, sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang akan dibuat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono, objek penelitian merupakan petunjuk atau sifat atau sesuatu yang dapat di nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:38).

Objek penelitian dilakukan terhadap postingan yang diunggah pada akun @fotografermuslim. Pemilihan akun instagram @fotografermuslim karena postingan yang berisi pesan-pesan *tabligh* yang tentunya bersumber

dari Al-Quran dan Hadis. Penyajian pesan yang dipadukan dengan teknik fotografi menjadi suatu yang bervariasi dalam kegiatan *tabligh*.

2. Metode Penelitian

Metode deskriptif adalah metode yang dipakai terhadap penelitian ini. Dengan metode ini ditujukan agar mendapatkan lebih dalam mengenai *tabligh* di era digital saat ini dengan menggunakan akun instagram @fotografermuslim sebagai media penyampainya. Metode ini digunakan agar mengkonstruksikan gambaran bentuk penyajian pesan *tabligh* melalui instagram pada akun @fotografermuslim.

3. Penentuan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang datanya berupa kata-kata, gambar. Penyusunan data dilakukan dengan memasukkan data-data yang telah dikumpulkan lalu diuraikan secara narasi yang mengkonstruksikan atau mendeskripsikan sehingga berbentuk umum serta mendalam mengenai bentuk penyajian pesan *tabligh* yang ada pada objek penelitian.

Semua jenis informasi yang berkaitan dengan kegiatan *tabligh* pada objek merupakan jenis data pada penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan pada media sosial instagram melalui akun @fotografermuslim, kemudian disusun untuk menjawab pertanyaan peneliti dimulai dengan proses penyampaian dan penyajian pesan yang ada pada akun @fotografermuslim, kelebihan dan kekurangan *tabligh* melalui instagram,

dan strategi pemanfaatan media sosial sebagai media tabligh, lalu data dikumpulkan untuk dianalisis sehingga menjawab fokus penelitian di dalam penelitian ini.

4. Penentuan Sumber Data

Sumber data yang dapat dipakai ialah sumber data primer atau utama dan sekunder atau data pendukung. Sumber utama yang ada di penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari unggahan akun instagram @fotografermuslim. Sedangkan data sekunder diambil dari bahan-bahan pustaka baik berupa buku-buku, artikel, internet, dan lainnya yang berkaitan pada penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

a. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan proses suatu pengumpulan data yang didapatkan melalui dokumen-dokumen baik berupa buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal laporan penelitian, dan lain-lain (Sadih, 2015:91). Studi dokumentasi digunakan agar bertujuan mendapatkan keterangan dan penerangan terhadap pesan tabligh yang ada pada akun komunitas fotografer muslim yang disajikan melalui media sosial instagram @fotografermuslim.

Studi dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini dengan mengutip data secara langsung di akun instatagram @fotografermuslim. Kutipan yang dilakukan berupa *secreenshot* hasil unggahan dari akun @fotografermuslim, baik berupa foto maupun tulisan yang di unggah sebagai penejelasan dari tema yang terdapat disetiap postingan. Data yang dikutip merupakan unggahan yang di unggah periode bulan oktober 2020.

b. Wawancara

Wawancara yang dimaksud yaitu untuk melakukan wawancara-mendalam (*In-Dept interview*) baik secara langsung ketemu di tempat objek maupun lewat telepon e-mail, fitur DM (*Direct Message*), dan sebagainya terhadap admin akun instagram @fotografermuslim. Proses wawancara ini dibutuhkan demi menggali informasi megenai hal-hal penting mengenai akun instagram @fotografermuslim.

6. Analisis Data

Proses penelitian ini di analisa disesuaikan dengan penelitian kualitatif, yaitu suatu yang menghasilkan data informasi-informasi terkait objek penelitian yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber dan perilaku melalui proses pengamatan. Maka dalam menganalisa data, peneliti akan mengklasifikasikan, mendeskripsikan dan menginterpretasikan dalam bentuk kata-kata sesuai dengan bahasa peneliti.

Analisis data bisa juga disebut sebagai bentuk usaha menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari penelitian yang terangkum dalam

fokus penelitian. Informasi dari data-data bersifat gambaran umum sehingga memerlukan penganalisaan secara objektif. “Data tersebut dimanfaatkan dan dikerjakan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang diajukan dalam penelitian” (Kontjanaraningrat, 1983:269).

Demi menjawab pertanyaan peneliti maka informasi dan data yang di dapat kemudian diolah menjadi bentuk rangkuman laporan. Berikut adalah tahapan operasional analisis deskriptif yang akan dilakukan:

- a. Inventarisasi data, yaitu mengumpulkan data yang didapat melalui sumber-sumber pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian.
- b. Mereduksi data, ialah merangkum, memilih hal-hal penting, memusatkan pada hal-hal yang pokok, dicari tema dan polanya yang berkaitan dengan fokus penelitian
- c. Mengklasifikasi data yang telah didapatkan. Setelah data-data diperoleh dan terkumpul yang berkaitan dengan bentuk penyajian pesan *tabligh* pada akun instagram @fotografermuslim maka peneliti akan melakukan klasifikasi data kedalam tiga jenis penyajian pesan, yaitu: *Pertama*, mengklasifikasi data penyajian pesan *tabligh* informatif. *Kedua*, mengklasifikasi data penyajian pesan *tabligh* persuasif. *Ketiga*, mengklasifikasi data penyajian pesan *tabligh* koersif.

Dengan mengklasifikasikan data yang didapat, peneliti akan lebih mudah memahami apakah yang akan dibahas dipenelitian dan adakah jawaban dari setiap pertanyaan yang ada di penelitian.

- d. Menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, lalu setelahnya dilakukan penyusunan yang dituliskan kedalam bentuk laporan.

