

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah adalah suatu kewajiban manusia khususnya bagi umat Islam yang harus dilaksanakan sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Kewajiban ini sangat berkaitan erat dengan upaya untuk mengajak manusia kepada perbuatan kebaikan dan mencegah kepada perbuatan kemungkarannya. Moh. Ali Aziz mengatakan bahwa, pengertian dakwah adalah aktifitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa menghayati dan mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan dakwah juga bisa dilakukan melalui lisan maupun tulisan yakni yang bersifat mengajak, menyeru agar mentaati Allah dan menjauhi larangannya.

Dengan mengikuti perkembangan zaman dan dinamika peradaban manusia, dakwah diharapkan melakukan pemberdayaan yang lebih kreatif dan inovatif, hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan media yang terbaru dan mudah diterima di kalangan masyarakat saat ini. Kita seringkali melihat di era modern ini manusia lebih menginginkan hal yang praktis, mereka memilih mencari informasi dari handphone dibandingkan mereka menonton tv. Karena di handphone masyarakat lebih mudah memperoleh informasi dengan cepat dan up to date yang diperoleh dari situs-situs media sosial. Maka umat muslim tentu harus berperan dalam memanfaatkan

teknologi sebagai media untuk berdakwah dan pastinya sangat bermanfaat sekali sebagai salah satu proses mensyiarkan agama Islam kepada masyarakat.

Muhtadi (2012) mengatakan jika sebelumnya dakwah hanya dipandang sebagai proses penyampaian pesan agama melalui kegiatan interaksi lisan, sekarang dakwah telah berubah menjadi proses bermedia yang semakin canggih. Pemanfaatan media-media komunikasi modern yang digunakan sebagai media dakwah diusahakan harus sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia dan harus bisa dimanfaatkan sedemikian rupa, hal tersebut dilakukan agar dakwah Islam lebih tepat dan mengenai sasaran dan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Media merupakan alat atau sarana yang dimanfaatkan oleh manusia untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media telah membantu “memperpendek” jarak ataupun “mempersempit” ruang (Muhtadi, 2012: 199).

Dalam menyampaikan dakwah, akhlak merupakan salah satu pokok ajaran islam yang diutamakan. Sebab pada hakikatnya akhlak merupakan hal yang penting dan merupakan poros atau inti kemanakah tujuan hidup manusia akan direalisasikan. Apabila akhlaknya bagus maka sejahtera dan damailah lahir batinnya. Namun sebaliknya jika akhlaknya buruk maka rusaklah lahir batinnya.

Akhlak yang islami dapat diibaratkan sebagai perhiasan seorang muslim. Sebagai perumpamaan aqidah sebagai sebuah baju dan akhlak

adalah motif baju tersebut. Dengan baju yang memiliki fungsi sebagai penutup aurat dan melindungi tubuh dari panas dan dingin sudah cukup dikatakan sebagai baju, namun siapa yang akan memakai baju yang dijahit asal- asalan tanpa motif dan pola menarik bahkan baju akan menjadi mahal justru oleh motif dan polanya.

Media sosial merupakan platform yang menyediakan berbagai fasilitas-fasilitas secara online yang dapat menghubungkan interaksi antara manusia satu dengan manusia yang lainnya. Media sosial merupakan sebuah media yang online, di mana para penggunanya dapat mengakses media sosial melalui aplikasi berbasis internet yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Pada saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya (Mulyati, 2014: 25). Para pengguna dari media sosial dapat menggunakan berbagai aplikasi yang terdapat di media sosial dengan mudah. Mereka dapat melakukan beragam hal seperti berpartisipasi, berbagi dan menciptakan karyanya sendiri di blog internet dan jejaring sosial yang lainnya.

Dengan adanya media sosial, manusia dapat dengan mudah menemukan dan mencari informasi yang ia butuhkan. Kebutuhan manusia pada informasi atau berita sangatlah tinggi. Informasi yang dapat diperoleh dari media sosial sangatlah beragam sesuai dengan apa yang menjadi trend

di masyarakat seperti informasi tentang *lifestyle, healthy*, kebutuhan platform rohani atau dakwah, dan masih banyak lagi.

Situs-situs media sosial yang menyajikan informasi terkait keagamaan atau dakwah ini banyak dicari karena ilmu agama yang dibahas merupakan salah satu kebutuhan bagi manusia yang mana wajib mereka penuhi dan kuasai. Hadirnya situs di media sosial tentang dakwah ini di tengah masyarakat sangatlah membantu bagi masyarakat yang membutuhkan bimbingan rohani pada setiap keadaan. Platform seperti ini biasanya berisi tentang bimbingan keruhanian, ajakan untuk taat dalam beragama dan lain-lain

Di era Teknologi Informasi ini dakwah pun dapat dikolaborasikan dengan penggunaan dan pemanfaatan pada media. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menyampaikan dakwah dengan menggunakan media adalah dengan melakukan dakwah bil qalam (dakwah melalui tulisan). Dakwah bil qalam ini dapat dimanfaatkan para pegiat dakwah melalui media komunikasi di media sosial dan salah satunya melalui media sosial instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan dalam aktivitas berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Sumber: Wikipedia). Persoalannya, media sosial instagram ini adalah media sosial yang biasa digunakan sebagai alat narsis oleh masyarakat, hampir setiap orang yang

secara sadar maupun tidak sadar mempraktikkannya dengan berulang kali. Justru dengan sejumlah kelebihan yang telah disediakan oleh aplikasi seperti Instagram inilah setiap pengguna bisa memanfaatkannya untuk tujuan tertentu dan tujuan yang lebih bermanfaat termasuk dalam hal menyiarkan ajaran agama Islam atau berdakwah.

Media sosial Instagram semakin dikenal masyarakat secara lebih meluas terutama di negara Indonesia. Banyak masyarakat di Indonesia yang ikut berperan aktif dalam memanfaatkan Instagram sebagai suatu media yang dinilai efektif untuk membagikan pesan-pesan dakwah, salah satunya dilakukan oleh akun instagram @sahabatsurga.

Akun instagram @sahabatsurga ini adalah salah satu dari ribuan akun instagram yang isi konten postingan instagramnya berisi tentang syiar dakwah-dakwah Islam terutama membahas tentang pesan akhlak. Dilihat dari namanya juga yang berasal dari dua kata ini “Sahabat” dan “Surga” telah tergambar bahwa tujuan dari akun instagram ini merupakan untuk syiar dakwah Islam yang mengharapkan semua pengikutnya dapat menjadi sahabat sesurga. Akun Instagram @sahabatsurga ini merupakan akun yang tidak terkait dengan lembaga apapun. Akun Instagram ini merupakan akun yang menyajikan berbagai macam bentuk postingan seperti Video, Foto, dan postingan repost-repost. Sampai saat ini, akun instagram @sahabatsurga memiliki pengikut sebanyak 3.1 juta followers dengan jumlah following sebanyak 79 orang.

Akun instagram ini memposting konten-konten dakwah Islam sekaligus informasi-informasi yang unik dan menginspirasi bagi pengikutnya. Dalam akun instagramnya, @sahabatsurga ini membahas tentang pesan dakwah seperti pesan akhlak yang mana dibutuhkan oleh masyarakat sebagai asupan energi keruhanian. Selai itu juga, dalam akun instagram @sahabatsurga ini seringkali memposting hal-hal yang viral yang terjadi di seluruh dunia yang mana para pengikut diharapkan dapat menjadi inspirasi dan diharapkan dapat mengambil hikmah dari setiap peristiwa viral yang terjadi.

Postingan-postingan yang ada didalam akun ini sangatlah menarik perhatian para pengikutnya dikarenakan beberapa factor, diantaranya postingannya disajikan dengan tampilan visual yang sangat menarik misalnya dengan menyajikan gambar-gambar yang menarik. Penggunaan kata atau diksi yang menarik, kekinian yang mana hal tersebut dapat menarik perhatian masyarakat terlihat dari pengikut instagramnya yang sangat banyak yaitu sebanyak 3.1 juta pengikut menunjukkan bahwa akun Instagram ini mempunyai ketertarikan tersendiri dalam penyajian kontennya. Akun ini juga seringkali mempostingan hal-hal yang sedang viral dan hangat diperbincangkan oleh masyarakat dan diharapkan dengan dipostingnya dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat dan masyarakat diharapkan juga dapat mengambil hikmah dari setiap peristiwa yang terjadi.

Dengan hadirnya akun instagram @sahabatsurga ini, telah menjadi salah satu gerakan inovasi yang kreatif dalam berdakwah melalui media

komunikasi modern. Dimana dari instagram ini, banyak manusia yang belajar, mendapat inspirasi, mendapat motivasi, dan bahkan dapat mengubah cara pandang seseorang tentang berbagai hal yang didapat dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan dalam postingan-postingan akun instagram ini.

Dengan demikian, menurut latar belakang diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian yang diberi judul “*ANALISIS ISI PESAN AKHLAK DALAM AKUN INSTAGRAM @SAHABATSURGA BULAN MEI 2022*” untuk menganalisis bagaimana pesan-pesan akhlak yang terkandung dalam akun media sosialinstagram @sahabatsurga

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus penelitian adalah :

1. Bagaimana substansi kategorisasi bentuk informatif, persuasif, dan koersif pada unggahan Instagram @Sahabatsurga pada bulan Mei 2022?
2. Bagaimana kategori pesan-pesan dakwah Akhlak yang terdapat pada akun Instagram @sahabatsurga pada bulan Mei 2022?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui substansi kategorisasi bentuk informatif, persuasif, dan koersif pada unggahan Instagram @Sahabatsurga pada bulan Mei 2022?

2. Untuk mengetahui kategori pesan-pesan dakwah Akhlak yang terdapat pada akun Instagram @sahabatsurga pada bulan Mei 2022?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan keilmuan, terutama dalam bidang dakwah dari segi pemanfaatan dan penggunaan media sosial sebagai media dalam berdakwah. Selain itu juga dapat menjadi perbandingan ataupun rujukan untuk penelitian selanjutnya oleh peneliti lain yang dinilai sejenis dengan tujuan agar dapat didapatkan penelitian yang lebih sempurna lagi. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memperbanyak dan menambah pengetahuan dalam upaya pengkajian yang lebih mendalam terhadap teori pesan-pesan dakwah dalam balutan keilmuannya yaitu ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.

2) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat terutama untuk para pembaca dan pengguna di media sosial dan menambah kesadaran akan pentingnya sumber-sumber informasi yang mengandung ajaran Islam dan ajaran mengenai akhlak, serta dapat dimanfaatkan para pegiat dakwah (dai) masa kini untuk dapat membuat inovasi dan memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah akhlak.

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Ada beberapa temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Diantara studi penelitian tersebut adalah :

Tabel 1.1

Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Pesan Dakwah Bergambar di Akun Instagram @zaidulakbar	Widia Khumaira	Penelitian Analisis isi konten dakwah dalam akun Instagram	Objek jenis konten dakwah yang diteliti lebih kepada penafsiran gambar
2	Analisis Pesan dakwah Remaja di Akun Instagram @Nunuzoo Periode Januari 2018-April 2020	Futikhatussalamah	Analisis Isi Konten Pesan Dakwah akun Instagram (<i>Content Analysis</i>)	Fokus Lebih dikerucutkan kepada penelitian Dakwah remaja.
3	Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hijabalila	Shera Maulidia Gusniati	Penelitian Konten Instagram meliputi Caption Instagram	Menganalisis kategorisasi pesan Dakwah pada dimensi akal, ruh, nafs, hati, dan fitrah.
4	Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram Dalam Kartun Muslimah	Ayu Asnani Burhanudin	Pengkategorisasian Pesan Dakwah meliputi akidah, akhlak, syariah, dan fikih.	Fokus pada konten visual kartun.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a. Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan sebuah proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada khalayak yang banyak dan luas. Dimana khalayak tersebut bersifat heterogen, tersebar, dan anonim. Juga, pesan yang disampaikan pun tersebar serentak kepada khalayak.

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang berupa lambang dalam bentuk kode-kode besar yang dikenal sebagai khalayak massa, dan pesan tersebut diharapkan memiliki efek kepada khalayak.

Harold D. Laswell (1972) menjelaskan proses komunikasi massa yaitu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut : *who* (siapa), *say what* (berkata apa), *in which channel* (dengan saluran apa), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (dengan efek apa), Ungkapan tersebut dikenal dengan formula Laswell. (Vera, Nawiroh. 2016)

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga, kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Dennis McQuail mengatakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah orang melainkan sebuah organisasi formal.

b. Teori Pesan

Pesan merupakan suatu penyampaian yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang menciptakan suatu komunikasi.

Dengan adanya pesan menjadi inti dari adanya proses komunikasi yang terjadi.

Menurut teori imbauan pesan dari Jalaludin Rakhmat terdapat lima imbauan pesan yaitu sebagai berikut :

- a. **Imbauan Rasional** Imbauan rasional didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional, bila imbauan rasional tidak ada. Artinya meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti- bukti.
- b. **Imbauan Emosional** Imbauan emosional menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi. Karena kebanyakan tindakan manusia lebih didasarkan pada emosi daripada sebagaipemikiran.
- c. **Imbauan Takut** Imbauan takut menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan.
- d. **Imbauan Ganjaran** Imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjadikan komunikasi sesuatu yang mereka perlukan atau inginkan.
- e. **Imbauan Motivasional** Imbauan motivasional menggunakan imbauan motif yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.

Jenis pesan pada dasarnya terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah jenis pesan yang dalam

penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan isinya dapat dipahami oleh penerima pesan berdasarkan dari apa yang didengarnya. Sedangkan, pesan non-verbal adalah jenis pesan yang dalam proses penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan isinya dapat dipahami oleh penerima berdasarkan tingkah laku, gerakan, ekspresi dari wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal memanfaatkan indera penglihatan yaitu mata sebagai penangkap stimuli yang timbul.

Pesan dapat diartikan dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan, yaitu :

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain.
- b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
- c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya. (Siahaan,1991:62).

2. Kerangka Konseptual

a. Pesan Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa arab دعا-يدعو-دعوة yang memiliki arti memanggil atau menyeru. Kata دعوة adalah bentuk

masjdar dari دعا yang didalam al-Quran mempunyai makna meminta pertolongan. (Ridwan, Aang. 2022)

Secara istilah dakwa ini dapat diartikan menyeru umat ke jalan Allah Swt atau menyampaikan hidayah Allah, sebagaimana yang telah diajarkan oleh Al-Quran, hadits, dan sirah Nabawiyah.

Didalam kegiatan dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang perlu dipenuhi agar kegiatan dakwah berjalan dengan lancar dan tepat sesuai dengan sasaran. unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (mitra dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode), dan atsar (efek dakwah). (Ridwan, Aang. 2022)

Pada hakekatnya dakwah adalah ajakan yang diisru kepada manusia dalam rangka mengajak kepada perbuatan yang baik dan mencegah dari perbuatan yang mungkar, dengan dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Apapun bentuk dakwahnya, yang pokok adalah mengajak kepada kebaikan dan kebenaran, inilah yang dinamakan dengan dakwah.

Maddah (materi dakwah) adalah pesan dibawa oleh seorang dai untuk disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang didalamnya mengandung pesan kebenaran dan kebaikan yang ditujukan bagi manusia dimana pesan tersebut bersumber dari Al Qur'an dan Hadits.

Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk

memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam (Supena, 2007: 109).

b. Akhlak

Akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang yang berakibat timbulnya berbagai perbuatan secara spontan tanpa disertai pertimbangan. Akhlak dapat juga diartikan sebagai perangai yang menetap pada diri seseorang dan merupakan sumber munculnya perbuatan-perbuatan tertentu dari dirinya secara spontan tanpa adanya pemaksaan. Dari berbagai pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika akhlak adalah sifat dasar manusia yang dibawa sejak lahir dan tertanam dalam dirinya. Dalam penelitian ini difokuskan untuk meneliti apa saja pesan akhlak yang terkandung dalam postingan akun instagram @sahabatsurga.

c. Instagram

Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat terutama bagi mereka yang memiliki kegemaran dalam bidang fotografi. Instagram ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger serta dirilis pada 6 Oktober 2010 silam. Instagram juga merupakan platform pada media sosial yang menyajikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Instagram pada dasarnya telah dikenal sebagai sarana untuk mengunggah foto-foto sebagai media untuk berfoto ria, tetapi banyak

pula yang menggunakan media Instagram ini sebagai media dalam tulis menulis. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media tulis menulis disini berarti dilakukan dengan cara mengunggah foto-foto, tetapi gambar yang diunggah tersebut adalah berupa tulisan-tulisan yang dimaksudkan untuk dibaca oleh para pengikut instagram (followers). Salah satu akun yang mengisi konten-konten Instagram dengan banyak mengunggah tulisan-tulisan dalam unggahannya yaitu akun Instagram @sahabatsurga.

Akun instagram @sahabatsurga ini adalah salah satu dari ribuan akun instagram yang isi konten postingan instagramnya berisi tentang syiar dakwah- dakwah Islam. Dilihat dari namanya juga yang berasal dari dua kata ini “Sahabat” dan “Surga” telah tergambar bahwa tujuan dari akun instagram ini merupakan untuk syiar dakwah Islam yang mengarapkan semua pengikutnya dapat menjadi sahabat sesurga. Akun instagram @sahabatsurga ini, sekarang memiliki pengikut di instagram sebanyak 3.1 juta followers dengan jumlah following sebanyak 89 orang.

Akun instagram ini memposting pesan dakwah terutama pesan akhlak sekaligus informasi-informasi yang unik dan menginspirasi bagi pengikutnya. Selain itu juga dalam akun instagramnya, @sahabatsurga ini seringkali memposting hal-hal yang viral yang terjadi di seluruh dunia yang mana para pengikut diharapkan dapat menjadi inspirasi dan diharapkan dapat mengambil hikmah dari setiap peristiwa viral yang terjadi.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @sahabatsurga, diadakannya akun Instagram @sahabatsurga ini karena akun ini merupakan akun instagram yang mengangkat konten-konten tentang keislaman yang banyak mengandung pesan-pesan dakwah.

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah akun @sahabatsurga di dalamnya terdapat banyak konten yang mengandung pesan-pesan akhlak yang mana disajikan dengan sedemikian rupa agar terlihat menarik dan pesan dakwah dapat tersampaikan dengan mudah kepada masyarakat luas.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan pola pikir atau cara pandang peneliti mengenai keseluruhan proses yang diperoleh dari hasil penelitian. “Paradigma adalah cara pandang seseorang mengenai sebuah realitas (Martono, 2015:178). Paradigma merupakan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Suatu cara pandang dapat memengaruhi pendapat dan sikap seorang ilmuan mengenai realitas (Mulyana, 2008:9).”paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif dimana

paradigma ini memandang dari sisi bahasa, pemahaman, dalam ilmu sosial. Paradigma ini lebih mengutamakan pemahaman terhadap sebuah simbol yang berbentuk deskriptif sehingga menghasilkan suatu pemahaman terhadap suatu makna. Menurut paradigma ini, realitas sosial dianggap sebagai interaksi-interaksi sosial yang bersifat komunikatif. (Muslim, 2016)

Peneliti menggunakan paradigma interpretatif ini untuk mengkonstruksi, menganalisis, dan memahami makna isi pesan dakwah akhlak yang terkandung dalam akun instagram @sahabatsurga dengan proses observasi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang didalamnya terdapat data yang diperoleh dari lapangan, baik berupa lisan maupun data tertulis atau dokumen. Sedangkan maksud dari kualitatif adalah penelitian yang mempunyai tujuan untuk memahami fenomena yang dialami langsung oleh subjek peneliti dengan menjelaskan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan metode ilmiah (Maleong, 2010: 6).

Pendekatan yang peneliti gunakan untuk mengetahui pesan-pesan akhlak dalam Instagram @sahabatsurga ini adalah pendekatan analisis isi (content analysis). Analisis isi adalah pemrosesan dalam data ilmiah dengan tujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, dan menyajikan fakta (Krippendorff, 1993:15).

Secara teori, penulis menggunakan analisis isi agar penulis mampu mengetahui bagaimana makna pesan akhlak yang terkandung dalam akun

instagram @sahabatsurga dengan menggambarkan dan menguraikan secara faktual apa yang telah dilihat dan ditemukan dari objek penelitian ini.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode Analisis Isi. Menurut Krippendorff (1980: 21; 2006: 8) dalam Eriyanto (2011: 15).

Analisis isi ini merupakan metode yang banyak dipakai dalam lapangan Ilmu Komunikasi. Bahkan, analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media cetak maupun elektronik.

Analisis isi merupakan metode ilmiah yang digunakan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Analisis isi ini, kemudian banyak dipakai oleh disiplin ilmu yang lain. Karena banyak bidang studi yang memanfaatkan dan menggunakan dokumen sebagai bahan penelitian. Penggunaan analisis isi terdapat tiga aspek. Pertama, analisis isi diposisikan sebagai metode utama. Kedua, analisis isi ini dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain. Jadi dengan menggunakan metode analisis ini memiliki tujuan untuk membantu dalam proses penelitian yaitu menafsirkan pesan-pesan dakwah akhlak dari beberapa konten yang terdapat pada akun instagram @sahabatsurga.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1) **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah berasal dari postingan-postingan konten dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @sahabatsurga. Jenis data ini diambil untuk memudahkan penulis dalam memperoleh bagaimana kategorisasi pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Instagram @sahabatsurga, dan apa saja pesan akhlak yang terkandung dalam postingan-postingan instagram @sahabatsurga.

2) **Sumber Data**

- a) sumber data primer diperoleh dari postingan yang berasal dari akun instagram @sahabatsurga bulan Mei 2022.
- b) sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, internet dan media sosial.

5. **Teknik Pengumpulan Data**

1) **Observasi**

Observasi merupakan suatu metode atau cara untuk menganalisis dan melakukan pencatatan yang dilakukan secara sistematis, tidak hanya terbatas dari orang, tetapi juga dari obyek yang lain (Sugiyono, 2010). Observasi akan dilakukan dengan mengamati laman dan konten atau postingan dari akun Instagram @sahabatsurga. Dan untuk hasil observasi akan didapatkan bagaimana kategori audience untuk akun Instagram @sahabatsurga, kategorisasi pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam postingan Instagram @sahabatsurga, dan pesan

akhlak yang terkandung dalam postingan-postingan instagram @sahabatsurga.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang mendukung penelitian (Sugiyono, 2015). Dokumentasi disini dimaksudkan untuk memperkuat informasi yang didapat berupa gambar yang bersumber dari konten instagram @sahabatsurga.

6. Teknik Keabsahan Data

Untuk menguji kredibilitas data, peneliti akan melakukan cross check kembali data yang didapat dari lapangan dengan melakukan pengecekan ulang data, sehingga mendapatkan keyakinan dan bukti yang valid terhadap data yang didapatkan. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menguji keabsahan data yakni dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi ini adalah peneliti menganalisis dan menghimpun data dengan memakai metode wawancara, survei dan observasi. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data yang benar dan gambaran yang nyata dari data yang dihimpun.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah kegiatan analisis dalam penelitian yang dilakukan dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari instrumen penelitian, yang terdiri dari catatan, dokumen, tes, dan lain sebagainya (Moleong, 2007).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi (*Content Analysis*). Analisis isi merupakan teknik yang dimanfaatkan guna menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang berasal dari komunikator yang telah dipilih untuk diobservasi. Analisis isi ini banyak digunakan dalam bidang ilmu komunikasi. Metode analisis isi sangat banyak digunakan kalangan para ahli komunikasi. Karena analisis isi sebagai metode yang efisien dalam melakukan penelitian isi yang bersumber dari media cetak maupun elektronik.”