

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI
MASYARAKAT DI DESA PARIGI KECAMATAN
TINGGIMONCONG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

AYUDIAH ANUGRAH

NIM: 105271110120

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1445 H/ 2024 M**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), **Ayudiah Anugrah**, NIM. 105271110120 yang berjudul **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong.”** telah diujikan pada hari Rabu, 07 Dzulqaidah 1445 H/15 Mei 2024 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

07 Dzulqaidah 1445 H.
Makassar,
15 Mei 2024 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. Dahlan Lama Bawa, S. Ag., M. Ag.

(.....)

Sekretaris : Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.

(.....)

Anggota : Wiwik Laela Mukromin, S. Ag., M. Pd.I.

(.....)

Amri Amir, Lc., M. Pd.

(.....)

Pembimbing I : Muh. Ramli, M. Sos.I.

(.....)

Pembimbing II : M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar,



Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Rabu, 07 Dzulqaidah 1445 H/15 Mei 2024 M. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Ayudiah Anugrah**

NIM : 105271110120

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.

NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Dahlan Lama Bawa, M.Ag.

2. Agil Husain Abdullah, S.Sos., M.Pd.

3. Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I.

4. Amri Amir, Lc., M.Pd.

Disahkan Oleh :



Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayudiah Anugrah

NIM : 105271110120

Fakultas/Prodi : Agama Islam/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai vayingvn skripsi, saya vayingvn dengan sendiri.
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam vayingvn skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian 1, 2, 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 24 Zulkaidah 1445 H

02 Juni 2024 M

Yang membuat pernyataan



Ayudiah Anugrah
NIM:105271110120

ABSTRAK

Ayudiah Anugrah, 105271110120. 2024. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Masyarakat Di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Masyarakat di desa Parigi dalam memanfaatkan media iiiiying Instagram sebagai media dakwah, berdakwah di media iiiiying Instagram juga dapat menambah manfaat seperti amal jariyah, dapat menjadi ladang pahala, mendapatkan banyak informasi, hiburan, dan sebagai tempat untuk berdiskusi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian diketahui bahwa Instagram memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Kesimpulannya, Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai dengan syariat islam. Dakwah di Instagram mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media iiiiying sendiri.

Kata kunci :

Instagram, Media Dakwah



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, puji dan Syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran Allah SWT, atas terealisasinya skripsi yang berjudul **“ Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong”**. Salam serta sholawat tercurah kepada Nabiullah Muhammad SAW, serta para sahabat dan keluarganya, serta para ummat yang senantiasa istiqomah dijalannya.

Tentu ada banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan, bimbingan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. H Ambo Asse, M.Ag. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Aliman, L.c, M.Fil.I selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Agil Husain Abdullah, S.Sos, M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. H. Lukman Abdul Shamad, L.c. M.Pd, Mudir Ma’had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar.

6. M. Ramli, M.Sos.I Selaku pembimbing I, penulis mengucapkan jazakumullah khairan katsiran atas segala ilmu, didikan, dan bimbingan selama berproses di prodi tercinta terlebih pada penyusunan skripsi ini.
7. M. Zakaria Al-Anshori, M.Sos.I Selaku pembimbing II, penulis mengucapkan jazakumullah khairan katsiran atas segala ilmu, didikan, dan bimbingan selama berproses di prodi tercinta terlebih pada penyusunan skripsi ini.
8. Terkhusus kepada kedua orang tua, bapak Muhammad Saleh dan ibu Halima atas segala cinta, kasih vaying, do'a dan dukungan untuk memberikan semangat kepada penulis untuk terus belajar. Semoga kasih vaying yang diberikan bisa mengantarkan kepada kemuliaan di dunia dan akhirat.semoga Allah SWT menjada dan melindungi mereka.
9. Kakak-kakak dan adikku Fajriullah, Putri Amalia Inzani dan Luthfiyah Qutratu'ain yang selalu menghibur dan juga mau mendengarkan keluh kesah ku.
10. Sahabat-sahabat ku Indah, Yuyung, Ahdania, Ummul, Alvira, Rahmi yang selama ini selalu mendorong juga menjadi penghibur dan juga pendukung.
11. Teman-teman seperjuangan ku Angkatan 2020 yang selama ini berbagi cerita, canda dan tawa, Bersama-sama berjuang dan tidak bosan memberikan dukungan dan dorongan semangat hingga sampai di titik ini .
12. Staf Ptogram Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
13. kepada Masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong yang bersedia memberikan informasi dan tanpa bantuan mereka skripsiku tak akan selesai.

14. Seluruh elemen yang bersangkutan dalam proses penyusunan skripsi, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Semoga atas bantuan semua pihak yang tidak semua bisa penulis sebutkan hanya Allah SWT yang membalasnya dan menerima segala amal kebajikannya. Aamiin Ya Robbal Alamiin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna.



Makassar, 12 Syawal 1445 H
21 April 2024 M

Penulis

(Ayudiah Anugrah)

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA MUNAQASYAH	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN TEORIS	9
A. Kajian Teori	9
B. Media Dakwah.....	19
C. Instagram Sebagai Media Dakwah	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Desain Penelitian	35
B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	36

C. Fokus Penelitian	36
D. Deskripsi Fokus Penelitian	37
E. Sumber Data	37
F. Instrumen Penelitian	38
G. Metode Pengumpulan Data.....	38
H. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
B. Penyajian Data	44
C. Analisis Data.....	51
D. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63
UJI PLAGIASI.....	65
RIWAYAT HIDUP.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Akun instagram narasumber	42
Gambar 2.1: Contoh akun dakwah	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “manfaat”, yaitu suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Penghadapan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan dan pemakaian hal-hal berguna, baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat. Sedangkan menurut prof. Dr.J.S Baddu dalam bukunya mengatakan bahwa “pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja, dalam memanfaatkan sesuatu yang bergina”.¹

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'aw*, yang artinya ajaran, seruan, panggilan atau undangan.² Secara terminologis menurut Toha Umar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana pada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.³ Dalam Al Qur'an terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia agar berada di jalan Allah. Terdapat pada Q.S Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

¹ Baddu Jusuf Sjarif, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*(Jakarta: Pustaka sinar harapan, 1994) h. 933.

² Sayyid Muhammad Alwi al-maliki al-hasani, “*Kiat sukses Berdakwah dalam Pengajaran*”(Bandung: Cet 1, 2009) h. 12

³ Taha Umar, *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*, (Bandung: Cet 1, 2010) h. 12

وَلْيَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ
وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

“Dan hendaklah ada segolongan umat yang menyeru kepada yang ma’ruf mencegah dari yang mungkar dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”

Islam adalah agama yang tumbuh dan berkembang dalam ruang lingkup serta kondisi yang mengalami pertentangan oleh masyarakat di awal masanya. Melalui dakwahlah Nabi Muhammad saw memperkenalkan serta mengajak manusia untuk memeluk agama *Rahmatan lil ‘alamin* yaitu Islam, dalam dakwahnya, Nabi Muhammad saw mengalami banyak tekanan, siksaan, cibiran dan bahkan kekerasan. Nabi Muhammad saw dalam memperkenalkan islam dan mengajak umat untuk memeluk agama islam melalui berbagai metode dakwah, yaitu secara sembunyi-sembunyi, melalui kerabat serta sanak saudara, dengan mendakwahkan secara terang-terangan, mengajak orang-orang yang ditemuinya untuk masuk islam.

Dakwah dalam arti *amar ma’ruf nahi mungkar* adalah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Ini merupakan kewajiban fitrah manusia sebagai makhluk sosial (*makhluk ijtima’i*) dan kewajiban yang ditegaskan oleh Risalah Kitabullah dan Sunnah Rasul.⁴

⁴ Thohir Luth. M. Natsir Dakwah dan Pemikirannya (Jakarta: Gema Insani Press, 1999) h. 65-66

Al-Qur'an berisi perintah dan larangan, ia merupakan pedoman hidup manusia, peta yang akan mengantarkan manusia pada kebahagiaan yang hakiki. Rasulullah diperintahkan untuk mendakwahi (mengajak) manusia mengikuti aturan-aturan dalam Al-Qur'an. Seruan tentang dakwah sendiri telah ada dalam Al-qur'an QS. Ali Imran ayat 104.

Berdakwah merupakan kewajiban setiap muslim, baik laki-laki maupun perempuan. Orang yang paling pertama menjawab dakwah Rasulullah adalah wanita; yaitu Khadijah. Dia lalu membantu dakwah Rasulullah dengan mengorbankan harta yang dimilikinya. Selain Khadijah, Aisyah juga mempunyai peran penting dalam dakwah pada masa awal sejarah islam. Dia sering menjadi tempat untuk menanyakan berbagai persoalan keislaman, baik pada Rasulullah masih hidup maupun setelah kepergiannya⁵

Ada beberapa media dakwah yang menampung cara-cara berdakwah tersebut agar dapat tersampaikan dengan baik, media dalam berdakwah banyak jenisnya, baik yang bersifat umum maupun khusus. Media dakwah yang bersifat umum bisa digunakan oleh semua golongan dan tujuan umum, seperti media cetak dan media elektronik. Namun, para pelaku dakwah di Indonesia banyak yang mengembangkan dakwah hanya melalui metode ceramah dan ironisnya umat Islam sangat bangga dan tertarik dengan model ceramah yang penuh tawa. Akibatnya dakwah hanya sebatas tontonan dan tidak dijadikan sebagai tuntutan.

⁵ Abdullah bin ahmad Al-'Alaf, *Kiprah dakwah muslimah; melejitkan semangat muslimah dalam berdakwah* (Solo: Pustaka Arafah, 2008) h. 6.

Ketika dunia sudah berganti zaman informasi, dunia dikuasai oleh orang-orang yang piawai dalam teknologi komunikasi. Namun, media komunikasi global ini berisi konten yang negatif. Teknologi komunikasi ini sudah mengubah pola pikir manusia menjadi individualis dan lebih suka berinteraksi dengan alat elektronik sebagai penghubung ke media sosial dibandingkan dengan bergaul secara langsung. Hal ini tentunya bisa dijadikan kesempatan emas bagi kaum muslimin meskipun bukan aktivis dakwah untuk menyebarkan kebaikan melalui media internet dan jejaring sosial yang menjamur.⁶

Ini menunjukkan bahwa penggunaan sosial media dalam berdakwah merupakan suatu media yang sangat tepat di era teknologi dan informasi seperti sekarang ini. Di antara media sosial yang mudah diakses masyarakat yaitu aplikasi berbasis chatting dan juga aplikasi yang bisa membagikan kegiatan sosial layaknya kehidupan nyata seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *skype*.

Media sosial *instagram* adalah salah satu diantara sarana media dakwah yang sesuai pada saat ini. Instagram merupakan bagian dari sebuah aplikasi yang bisa memuat berbagai kegiatan lewat foto maupun video yang diunggah dan memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Dalam perkembangan media sosial Instagram harus menjadi celah bagi para da'i dalam menyelaraskan pesan dakwah melalui media dakwah yang bersegmentasi kepada remaja. Media dakwah adalah salah satu alat yang

⁶ Fadi Ibnu Ahmad: *Asyiknya meraup pahala di dunia maya* (Jakarta: Mizan, Bandung 2011) h. 222.

dipergunakan untuk menjelaskan dan memaparkan *maddah* atau isi pesan dakwah kepada *mad'u*. Tentunya agar dapat menggunakan instagram, selain menginstal melalui *Play Store* milik *Google* atau *Apple Store*, perlu terhubung dahulu dengan koneksi internet. Pengguna media sosial instagram sangat akrab dan sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari di era modern seperti sekarang ini. Lewat media instagram pula semua orang bisa mendapatkan informasi beserta gambar-gambar yang disajikan dan tentunya gambar yang sangat menarik.⁷

Sekarang ini instagram menjadi sebuah media sosial favorit bagi masyarakat terutama dikalangan remaja setelah *facebook*. Sebelumnya hanya diketahui *facebook* dan *twitter*, dan sekarang sedang booming adalah instagram. Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat cocok dijadikan sebagai media dakwah. Kemudahan dan tampilan yang sederhana dari beberapa media sosial lainnya membuat instagram diminati banyak penggunanya. Hal ini merupakan kabar baik bagi para *da'i* atau aktivis dakwah untuk menjadikan sosial media instagram sebagai media dakwah.

System penggunaan di media sosial instagram ini adalah mengikuti pengguna akun lainnya atau memilih akun yang akan diikuti, disanalah akan adanya komunikasi antara pengguna dalam hal ini *da'i* atau *mad'u*. Kemunculan media sosial instagram yang banyak digunakan oleh berbagai golongan masyarakat dalam berkomunikasi dan bertukar informasi tidak luput dari perhatian aktivis dakwah untuk berdakwah.

⁷ Evra Wilya Dkk. *Sensasi Penelitian Islam kontemporer Tinjauan Multikultural* (Yogyakarta: Deepublish, 2018) h. 57-58

Oleh karena itu, dalam melaksanakan misinya, dakwah pengembangan memang diharapkan tidak hanya menyampaikn pesan-pesan agama, tetapi juga memperhatikan masalah-masalah kehidupan yang muncul dalam lingkungan masyarakat menjadi sasaran dakwah. Masalah-masalah itu seperti keagamaan, ekonomi, atau sosial budaya. Setelah itu diharapkan program dakwah mempelajari dan mengidentifikasi, untuk selanjutnya dicari pemecahannya, dan kemudian dikembangkan hingga terjadi peningkatan kualitas kehidupan mereka.

Oleh karena itu, penulis termotivasi untuk mengambil judul “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong*”

Masyarakat di desa Parigi kecamatan Tinggimoncong mayoritas mempunyai akun instagram seperti orang indonesia pada umumnya, penulis mengamati hampir setiap masyarakat desa Parigi yang mempunyai akun instagram mengunggah vidio maupun gambar, indikasi bahwa masyarakat sering memanfaatkan media sosial yang paling dekat dengan mereka. Dakwah di instagram juga sering muncul dari berbagai akun, baik dari teman sendiri maupun akun ustadz terkenal yang mereka ikuti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan instagram sebagai media dakwah di kalangan masyarakat Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong?

2. Bagaimana masyarakat mengakses instagram yang berkonten dakwah di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong?
3. Bagaimana efektivitas instagram dalam rangka pengembangan dakwah islam di Dasa Parigi Kecamatan Tinggimoncong?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong memanfaatkan instagram sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui cara masyarakat mengakses instagram yang berkonten dakwah di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong.
3. Untuk mengetahui efektivitas instagram dalam rangka pengembangan dakwah islam di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong.

D. Manfaat penelitian

1. Secara teoritis
 - a Bentuk-bentuk dakwah dalam instagram dapat dijadikan kajian mendalam oleh para pakar atau ahli sebagai media maupun metode dakwah yang efektif sesuai dengan kaidah Al-qur'an dan Hadis.
 - b Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi penulis sendiri dalam rangka menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. Secara praktis
 - a Penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat dan acuan bagi penggiat aktivis dakwah di media sosial yang mengacu pada metode dan cara yang efektif.

b Begitupun bagi masyarakat diharapkan dapat memberi manfaat dalam menggunakan sosial media, bukan hanya mendapatkan informasi tapi juga bisa mendapatkan materi dakwah melalui akun-akun dakwah tersebut, dan menjadikan media dakwah yang sering digunakan di era digital.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Pengertian Instagram

Instagram terdiri dari dua kata “insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata Instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid. Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga kata “Instagram” dapat mengacu ke kata “Insta-Telegram”⁸

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir ama dengan twitter, namun perbedaanya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat berbagi kepada penggunanya.⁹

2. Sejarah Instagram

Berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama *Bubrn* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolusioner* Instagram. Distrarup yang didirikannya ini

⁸ ”Instagram”(online): <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

⁹ Atmoko, Bambang Dwi,*Instagram Handbook*.(Jakarta: Media kita, 2012) h. 10

Kevin dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai keinginannya.

Perusahaan *Burbn* adalah perusahaan teknologi yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbn* sendiri memiliki fokus terlalu banyak di dalam *HTML (Hiper text markup language)*, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus untuk satu hal saja yaitu membuat sebuah versi *prototype* pertama dari *Burbn*, yang berfokus pada foto saja. Versi *Burbn* yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam *Iphone*, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mula munculnya media sosial *instagram*.¹⁰

Instagram membutuhkan proses satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “*right here right now*” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka di temukanlah *Instagram*.

Peluncuran *instagram* pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan *viral marketing* yang berhasil

¹⁰ Atmoko Bambang Dwi, Op. Cit, h. 7

menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Dalam waktu seminggu saja, pengguna mencapai 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs instagram dipindahkan ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *Buzz* di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna instagram meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari setahun, instagram hadir secara eksklusif di *platform* IOS. Kini isntagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, App Store telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada instagram, seperti masuk dalam *featured app, top free app* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year* 2011. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh *Apple* untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch dan Ipad.

Instagram mulai menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mendapatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena *platform* buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi sejarah bagi instagram karena berhasil berada di *platform* di android. Pengguna instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam waktu 12 jam dan terus meningkat. Hal ini membuat nilai harga instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn

menjadi perusahaan yang semakin tinggi. Pada 1 Mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta setiap minggunya..¹¹

Banyak yang menggunakan instagram karena kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “follow”, “like” foto dan “popular” yang menjadikan instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya instagram bukan hanya aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan komunikasi yang berbeda.¹²

Pertumbuhan instagram yang sangat pesat juga terlihat pada saat tiga bulan selanjutnya dimana instagram mendapatkan lebih dari 1 juta rating di Google Play. Instagram saat itu menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai 1 juta peringkat di Google Play Store. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa instagram diambil alih oleh *facebook* senilai hampir 1 Miliar Dollar dalam bentuk tunai dan saham.¹³

Tawaran ini datang bersama dengan kebijakan untuk tetap membiarkan instagram dikelola secara mandiri. Pada 11 Mei 2016 instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dan

¹¹ Ibid.h. 12

¹² Ibid, h. 13

¹³ Yosieana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam*, (Skripsi: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018) h. 21

desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.¹⁴

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang terletak dibagian bawah.¹⁵

a. *Home page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas sama seperti saat scroll mouse di komputer.

b. *Eksplore*

Eksplore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram. Bisa merupakan foto-foto dan video dari artis terkenal atau foto-foto pemandangan yang menakjubkan atau foto yang menarik bagi pengguna.

c. *News Feed*

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna.

News feed memiliki dua jenis tab yaitu "*following*" yang menampilkan

¹⁴ Sejarah Instagram (online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/instagram>.

¹⁵ Atmoko Bambang dwi, Cit h 28

aktifitas terbaru pada user yang telah pengguna ikuti dan “news” yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna instagram terhadap foto yang dibagikan.

d. Profil

Profil pengguna dapat diketahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil pemilik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama dimenu utama bagian paling kanan, fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *followers* dan jumlah *following*.

e. *Stories*

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang dibuat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis.

lain fitur diatas ada beberapa fitur lainnya yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke instagram menjadi lebih baik dan bermakna¹⁶ antara lain yaitu:

a) *Captions*

Captions atau keterangan bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang akan di posting, *captions* juga dapat diubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang

¹⁶ Ibid, h. 16

memiliki ikon 3 titik yang berada diatas konten.

b) *Hastag*

Hastag adalah symbol bertanda (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan menemukan foto-foto di instagram dengan hastag tertentu.

c) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski instagram disebut layanan photo sharing, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram¹⁷, yaitu sebagai berikut:

a. *Follow*

Follow berarti ikuti, followers adalah pengikut, dari pengguna instagram satu agar mengikuti pengguna instagram lain yang menggunakan instagram. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat pada profil.

b. *Like*

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada instagram, simbol suka pada instagram adalah simbol hati. Menyukai atau like dapat dilakukan dengan cara menekan tombol like atau

¹⁷ Nur Rohmah, “ Dakwah Melalui Instagram (skripsi program sarjana Uin Walisongo, Semarang, 2016) h. 16.

dapat juga dilakukan dengan cara *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang ingin disukai.

c. *Comments*

Comments atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram yang ingin dipanggil.

4. Pembuatan Akun Instagram

Dalam membuat akun instagram, terdapat beberapa pilihan dan langkah-langkah yaitu:

a. *Instalasi*

Proses pertama yang dilakukan dalam membuat akun instagram adalah instalasi atau pemasangan aplikasi instagram yang didapatkan dengan mengunjungi Play Store untuk smartphone dengan sistem operasi Android atau *App Store* untuk Iphone. Cari aplikasi instagram dengan mengetik di bilah pencarian lalu ketuk 'pasang', dalam proses ini instagram akan memulai didownload dan dipasang ke memori internal smartphone.

b. Registrasi

Registrasi atau pendaftaran sangat penting dalam menggunakan instagram, karena registrasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna instagram, berikut cara registrasi instagram:

- 1) Jalankan aplikasi instagram, terdapat dua menu pilihan yaitu “*sign up*” untuk mendaftar dan “*login*” jika telah memiliki akun sebelumnya. Tekan tombol *sign up* untuk melakukan registrasi
- 2) Masuk kehalaman *sign up* isi data-data yang diperlukan. Tiga hal yang wajib di isi yaitu email, *username*, dan *password*.
- 3) *Set Profil Picture* untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, mengambil dari gambar yang sudah ada di memori smartphone.
- 4) Ketuk tombol *sign up* untuk memulai pendaftaran.

5. Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan *premier*. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada.

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:¹⁸

¹⁸ Arif Rohmadi, *Tiga Produksi Ber-sosial Media*, (Jakarta: PT Media Komputindo, 2016)
h. 2

- a. Mendapatkan informasi, banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang *trend* yang dibicarakan banyak orang.
- b. Menjalin silaturahmi, melalui sosial media kita sebagai *user* atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga silaturahmi tetap terjalin.
- c. Kegiatan sosial, melalui media sosial pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, dikarenakan informasi tentang bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang tergerak hatinya untuk membantu keperluan yang akan dipenuhi.
- d. *Branding* merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sesuatu perusahaan agar *brand* (merek) yang mereka tawarkan dikenal oleh banyak orang.
- e. Promosi, adanya media sosial memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, dahulu untuk berjualan harus dipinggir jalan atau ditempat yang mudah dijangkau orang, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan tanpa harus turun ke jalanan untuk mempromosikan secara langsung dengan menggunakan media sosial.
- f. Membentuk komunitas, bagi yang memiliki kesukaan atau hobi yang sama dapat membentuk suatu perkumpulan atau komunitas yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Media sosial berperan menjadi koordinasi, sharing, dan interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Hal tersebut karena para pengguna instagram memiliki dorongan untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi yang diposting tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya. Hal ini pun terjadi dalam proses dakwah pada aplikasi instagram, dimana konten-konten bermuatan islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik hati banyak pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten islami dalam instagram menjadi konten-konten yang banyak diminati dan menjadi tren. Dan pada intinya instagram memberikan manfaat yang sangat positif bagi penggunanya.

B. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari bahasa latin “*medius*” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian informasi. Secara lebih spesifik yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak

manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.¹⁹ Maka media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau *mad'u*.

Media dakwah merupakan unsur dakwah yang dibutuhkan dalam berdakwah dan tidak bisa lepas dari unsur lain. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah kedalam lima kelompok. Pertama objek dakwah atau materi yang disampaikan, kedua juru dakwah atau *da'i*, ketiga penerima dakwah atau *mad'u*, keempat metodik atau *ushub*, yang kelima adalah media atau *wasilah*.²⁰ Menurut Hamzah Ya'qub, media atau *wasilah* dakwah dapat diklarifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

1. Lisan :

Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Golongan yang termasuk didalamnya adalah kotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.

2. Lukisan :

Metode seperti ini berupa gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain. Media ini memang banyak menarik perhatian orang banyak dipakai untuk menggambarkan suatu ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain namun sulit ditemukan syaratnya dalam Al-qur'an.

¹⁹ Ibid. h. 164

²⁰ Abdul Karim Zaidan, *Dasar-dasar ilmu dakwah*, (Jakarta: Media Dakwah, 1983) h. 17-

3. Tulisan :

Dakwah dengan cara tulisan adalah yang dilakukan dengan perantara tulisan seperti Buku-buku, majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.

4. Audio visual :

Media audio visual adalah dakwah yang merangsang indera penglihatan dan pendengaran, seperti televisi, radio, film dan slide.

5. Akhlaq :

Akhlaq disini adalah media dalam perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran-ajaran islam dan dapat dimengerti dan dipahami oleh *Mad'u*.

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang dirumuskan oleh Hamzah Ya'qub, berdakwah di media sosial instagram yang memposting pesan-pesan dakwah merupakan salah satu media dakwah. Instagram termasuk dalam klasifikasi audio visual, karena didalam akun berdakwah pada instagram memposting gambar serta video yang bisa dilihat dan juga didengar.

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah pesan dakwah, dan mitra dakwah.²¹ Selain ketiga unsur utama ini media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain seperti metode dakwah dan logistik dakwah.²²

Maka proses dakwah tanpa menggunakan media masih belum bisa mencapai tujuan yang maksimal, media dakwah bukan hanya berperan sebagai alat

²¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu dakwah, edisi revisi*, (Jakarta: Kencana, 2009) h. 428

²² Ibid

atau sistem namun sudah seperti strategi untuk mencapai efektifitas dakwah. Media dakwah dengan kata lain dapat digunakan sebagai penunjang dalam proses penyampaian materi dakwah atau ajaran islam baik lisan maupun tulisan dan perbuatan yang berfungsi untuk menambah keberhasilan penyampaian ide (pesan dakwah) dari komunikator (*da'i*) kepada komunikan (khalayak/*mad'u*) sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Penulis berpendapat bahwa dakwah yang disampaikan melalui aplikasi media sosial instagram jangkauan nya sangat luas, pada era modern seperti sekarang ini sangat banyak masyarakat yang dapat mengakses internet, media sosial merupakan daya tarik paling besar pada era globalisasi ini. Dengan adanya media internet seperti instagram proses dakwah dapat dilakukan dengan sangat mudah, *da'i* dan *mad'u* tidak perlu bertemu langsung atau ke tempat dakwah itu berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi instagram sangat efektif sebagai media dakwah karena praktis, mudah di akses, dan cara penyajian dakwah nya beragam dan dapat dinikmati secara optimal.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam proses dakwah memiliki beberapa unsur-unsur, diantaranya:

a. Pesan Dakwah

Maddah adalah isi pesan atau materi dakwah yang akan disampaikan oleh *da'i* kepada sasaran dakwah, yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran islam yang bersumber dari Al-qur'an dan Hadits Rasulullah SAW. Oleh karena itu, dalam menyampaikan perlu ada kemasan atau tampilan kepada *audience* (*mad'u*).

Kemasan atau tampilan yang dimaksud bisa melalui video di media sosial Instagram seperti yang akan diurai dalam bahasan selanjutnya.

Menurut Ali Aziz, materi dakwah tergantung pada tujuan dakwah yang hendak di capai. Namun, secara global materi dakwah dapat di klasifikasikan menjadi tiga hal pokok yaitu:

a) Masalah Keimanan (*Aqidah*)

Aqidah dalam islam bersifat erat hubungannya dengan rukun islalm. Aqidah mengikat kalbu manusiadan menguasai batinnya. Dari aqidah inilah akan membentuk (akhlaq) manusia oleh karena itu, yang peertama kali di jadikan materi dakwah islam adalah aqidah atau keimanan.²³

b) Masalah KeIslaman (*Syari'ah*)

Syariah erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam menaati hukum Allah SWT. Syariat yang ditunjukkan untuk umat manusia pada dasarnya satu dan di tunjukkan untuk para nabi bersifat kekal dan abadi. Secara garis besar syariah dapat dikelompokkan ibadah, makna ibadah adalah penghambatan diri, pada hakekatnya segala sesuatu yang di perbuat seorang hamba (manusia) untuk mentaati perintah Allah SWT.

c) Masalah budi pekerti (*Akhlaq Karimah*)

Akhlaq secara etimologi berasal dari bahasa Arab jamak dari “*khulukun*” yang diartikan budi pekerti dan tingkah laku.²⁴

²³ Ibid. h. 109

²⁴ Moh Ali Azis, *Op. Cit h. 117*

Walapun dakwah selama ini di identik dengan ceramah melalui media lisan (dakwah *bil lisan*). Namun, seiring perkembangan zaman, di era globalisasi ini dimana tren infor masi dan komunikasi semakin canggih, media teknologi seperti internet atau media sosial akan segera menggesernya.

b. Da'i

Da'i adalah pelaku dakwah, orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, perbuatan individu, kelompok, atau organisasi/ lembaga.²⁵ Secara umum kata *da'i* ini lebih dikenal dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran islam). *Da'i* adalah orang yang mengajak kepada orang lain bai secara langsung ataupun tidak langsung ke arah yang lebih baik menurut syariat islam, Al-Qur'an dan sunnah. Maka *Da'i* yang sukses biasanya juga berangkat dari kepiawaiannya dalam memilih kata, mengolah kalimat, dan menyampaikannya dalam kemasan yang menarik. Jadi *Da'i* adalah komunikator yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada sasaran dakwah yaitu *mad'u*.²⁶

c. Mad'u

Mad'u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah atau objek yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i*, baik individu, kelompok baik beragama islam atau tidak, dengan kata lain seluruh manusia sebagai makhluk Allah SWT yang dibebani menjalankan agama islam dan diberi kebebasan berikhtiar. Kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan

²⁵ M.Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta Kencana, 2006) h. 24

²⁶ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta Kencana, 2009) h. 127

pilihannya sendiri, mulai dari individu, keluarga, kelompok, massa, dan umat seluruhnya.²⁷

d. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa latin *methodos* adalah cara-cara yang digunakan, metode dakwah berarti cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah, agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.²⁸ Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).²⁹

Menurut Jamaluddien Kaffie metode dakwah yang masih tetap hidup dan berkembang adalah:

- a. Metode sembunyi-sembunyi, pendekatan kepada saudara dan orang terdekat.
- b. Metode *Bil-lisan* dengan ucapan, *Bil Qolam* dengan tulisan, dan *Bil Hal* dengan perbuatan atau aksi nyata.
- c. Metode *Bil Hikmah* dengan lembut, *Mauidzoh hasanah* dengan nasihat, dan *Bil lati hiya ahsan* dengan berdebat cara yang baik.
- d. *Amar ma'ruf nahi munkar, tawashau bi al-haq wa al-sabr, tadzkirah*³⁰

Metode dakwah sangat dibutuhkan dalam proses dakwah agar seorang *da'i* mampu menyampaikan pesan dakwahnya yang sampai pada hati dan pikiran *mad'unya*.

²⁷ Enjang Aliyudin, *Op. Cit*, h. 96

²⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah,2009) h. 68

²⁹ Moh Ali Aziz, *Op. Cit*, h. 98

³⁰ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya: Indah, 1993) h.39

e. Media Dakwah

Media dakwah yaitu, segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Hamzah yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, *audio visual*, dan akhlak.³¹ Dengan banyaknya media, seorang *da'i* harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media sebagai berikut:

- 1) Tidak ada media lain yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah
- 2) Media yang diilih sesuai dengan tujuan dakwah.
- 3) Media yang dipilih sesuai dengan kemampua sasaran dakwah.
- 4) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah
- 5) Pemilihan media hendaknya dilakukan berdasarkan penelitian objektif
- 6) Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
- 7) Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.

f. Efek Dakwah

Efek dakwah atau *atsar* berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. *Atsar* (efek) sering disebut dengan *feedback* (timbang balik) dari proses dakwah. Efek ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian *Da'i*.³² Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap

³¹ Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 47

³² Ibid. h. 99

(*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). *Da'i* yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap *mad'u*.

3. Fungsi dan Tujuan Media Dakwah

1. Fungsi

Keberagaman media dakwah yang disebut kan diatas memiliki kegunaan dan keefektifitasan nya masing-masing. Namun, pada dasarnya semuanya memiliki fungsi yang sama yaitu penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada *mad'u*. Pada akhirnya juga mendukung terealisasi tujuan dakwah dari sudut system, maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media, objek dakwah, dan sebagainya. Adapun fungsi dakwah yaitu:

a Fungsi Menyiarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

b Fungsi mendidik

Yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c Fungsi menghibur

Fungsi ini media dakwah dalam islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah.

d Fungsi mempengaruhi

Fungsi ini mempengaruhi membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat bahkan membentuk sikap *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

Selain itu ada beberapa fungsi dan perang penting sebuah media buat dakwah islam yang dapat di rumuskan ke dalam poin-poin berikut:

- a. Sebagai media alternatif dan akurat arus informasi tentang bukti diri islam di tengah-tengah media darat dan musuh-musuh islam terhadap tuduhan pihak-pihak yang tidak menyukai islam.
- b. Membantu akselerasi mobilitas dakwah islam, media islam berfungsi sebagai katalisator atau pemercepat gerakan dakwah islam. Media merupakan ruang luas yang bisa menyebarkan informasi secara efektif dan berpengaruh bagi kehidupan sosial.
- c. Senjata melawan ghazwul fikri. Ghazwul fikri atau perang pemikiran yang dilancarkan musuh-musuh islam salah satunya dilakukan melalui senjata

media. Media dakwah islam harus bangkit dan melawan arus agresi musuh ini.³³

2. Tujuan

Tujuan dakwah secara umum adalah menyelamatkan umat manusia dari kegelapan menuju jalan terang benderang dalam ajaran Islam sehingga mereka dapat melihat kebenaran. Tujuan dakwah dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Tujuan khusus dimaksudkan agar dalam pelaksanaan dakwah terarah, jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antar juru dakwah.³⁴
2. Tujuan umum dakwah adalah suatu yang hendak dicapai dalam aktivitas dakwah. Tujuan dakwah yang bersifat umum dimana gerakan dakwah harus ditunjukkan dan di arahkan.³⁵

Untuk melihat keberhasilan kegiatan dakwah terutama yang berhubungan dengan tujuan jangka panjang, tentunya memerlukan proses dan waktu yang cukup lama. Melihat perjuangan Rasulullah SAW dihubungkan dengan turunnya Al-Qur'an yang diturunkan seara berangsur-angsur, selama itu pula Rasulullah dan para sahabatnya tekun mengajarkan Al-Qur'an dan membimbing umatnya.

³³Fungsi Media Dakwah(online) tersedia di: <http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-sungsi-media-dakwah.htm>,

³⁴ Asumsi Syukri,Op,Cit., h. 61

³⁵ Samsul Munir Amin, h. 58

4. Jenis-jenis Media Dakwah

Media dakwah yang digunakan para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah ada bermacam-macam. M. Ali Aziz menerangkan bahwa menurut jenisnya media dakwah terdiri dari tiga jenis yaitu:

- a. *The printing writing* , adalah media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang hanya bisa dilihat, seperti koran, majalah, buku, bulletin, foto dan lainnya.
- b. *The audio visual*, adalah media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan di dengar sekaligus, seperti televisi, film, video dan lainnya.
- c. *The spoken word*, adalah media yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat didengar saja, seperti radio, *tape recorder*, musik dan lain sebagainya.

5. Dampak Media Dakwah

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat menimbulkan perhatian indra-indra manusia dan dapat menimbulkan perhatian untuk bisa menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, media dakwah diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media non massa.³⁶

Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.³⁷ Sedangkan media Nonmassa biasanya digunakan dalam

³⁶ Wahyu Ilaichi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) h. 105

³⁷ *Ibid*, h. 105

komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, sms, faks, papan pengumuman, CD, dan lain-lain.³⁸

Disadari atau tidak penggunaan media komunikasi terutama media massa telah memberikan dampak negatif yaitu meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Tak ketinggalan adalah dalam komunikasi dakwah massa.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserta-mertaan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam menguah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

Dampak negatif penggunaan media dakwah dapat timbul apabila menggunakan media tersebut untuk hal yang negatif pula. Tidak ada batasan untuk memanfaatkan media sosial, sehingga masyarakat yang menggunakan kalau tidak hati-hati seperti kecerobohan bisa berakibat buruk.

Dalam media sosial atau dunia internet masih banyak perubahan-perubahan karena persaingan yang tinggi dan lebih lagi tidak adanya kontrol yang ketat terhadap penggunaan jejaring sosial. Oleh karena itu kita harus berhati-hati dan bijaksana dalam menggunakan media untuk proses dakwah.

C. Instagram Sebagai Media Dakwah

Hakekatnya dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalakan) ideologi (pengajak). Sedangkan pengajak (da'i) sudah

³⁸ Ibid, h. 106

tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya. Agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponennya adalah media dakwah.³⁹

Media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu.⁴⁰ Oleh karena itu, tidak heran jika dalam perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya.⁴¹

Tiga alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting:

- 1) Muslim telah tersebar keseluruh dunia. Internet merupakan sarana yang sangat mudah dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.
- 2) Citra islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki.
- 3) Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya dan menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah.⁴²

Instagram adalah salah satu dari media sosial yang ada, merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri. Seperti media sosial lainnya, instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya:

³⁹ Asumsi Syukir, Op.Cit., h. 165

⁴⁰ Wahyu Ilaahi, *komunikasi dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) h. 110

⁴¹ Wahyu Ilaahi, *Loc.Cit*

⁴² Fathul Wahid, Op, Cit, h. 110

- 1) Mampu menembus ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau.
- 2) Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat dratis
- 3) Para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
- 4) Dakwah melalui iternet menjadi salah satu pilihan masyarakat. mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai.
- 5) Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas. Umat islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain.⁴³

Instagram sebagai media dakwah memiliki cara dan bentuk yang sesuai dengan jenis media sosial tersebut. Pada dasarnya instagram adalah aplikasi media sosial dengan jenis foto dan video sharing, sehingga dakwah yang ada dalam instagram pun variatif dan beraneka ragam.

⁴³ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) h. 172

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian metode penelitian kualitatif dalam bentuk penelitian lapangan (*field research*). Salah satu cara agar metode kualitatif ini dapat digunakan untuk menghasilkan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi di lapangan adalah dengan menggunakan informasi yang akurat, yang akan menambah nilai dan kesan yang dapat dilihat secara nyata, istilah atau fakta. Selain itu, penelitian semacam ini menekankan pemikiran induktif dan deduktif tentang hubungan antara fenomena yang perlu diamati menggunakan logika ilmiah.⁴⁴

Penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan yang artinya peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data akurat melalui observasi, analisis, studi pustaka. Peneliti juga dituntut untuk memahami dan memastikan bahwa data dari penelitian ini benar-benar asli.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dan dengan cara

⁴⁴ Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020) h. 265

deskripsi dalam bentuk kata-kata dan baha pada suatu konteks khusus yang alamiah, memanfaatkan berbagai metode alamiah dan bersifat penemuan.⁴⁵

Pendekatan penelitian ini dipilih karena digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna.⁴⁶

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Dimana pun peneliti melakukan penelitian, ditempat itulah mereka akan memperoleh informasi data yang diperlukan dalam pemilihan lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti daya tarik, perbedaan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih.⁴⁷

Adapun lokasi penelitian dapat dilihat dari judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Masyarkat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong”. Maka dari itu lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa.

C. Fokus Penelitian

Agar peneliti tidak keluar dari pembahasan maka peneliti menetapkan beberapa poin penting yaitu:

1. Peran media sosial instagram dalam rangka pengembangan dakwah islam di Desa Parigi KecamatanTtinggimoncong
2. Bagaimana masyarakat menggunakan fitur-fittur yang ada pada instagram

⁴⁵ Lexy J Meleong, *Metide Pendekatan Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2009) h. 6

⁴⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2011) h 53.

⁴⁷ Suwarma Al Muchtar, *Dasar Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Gelar Pustaka Mandiri, 2015),h 243

D. Deskripsi Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada akun media sosial instagram sebagai media dakwah di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong. Sebagai media sosial instagram yang memiliki jangkauan dakwah yang sangat luas, maka dibutuhkan fitur-fitur yang ada di media sosial, seperti fitur *news feed*, *live*, *stories*, dan *explore*. Dengan mempelajari fitur tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana fitur instagram dan fitur update terbaru akun pengguna atau interaksi dengan pengguna lainnya melalui postingan, siaran langsung, atau cerita yang dikirim pengguna baik teks, gambar/foto dan video yang berisikan konten-konten yang disebar, apakah sudah semestinya dakwah tersebut berjalan atau masih ada hal-hal yang harus diperbaiki.

Untuk mendukung keberlangsungan penelitian tersebut maka peneliti membutuhkan data dan informasi yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

E. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Data *primer*

Sumber data *primer* dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lapangan (lokasi penelitian) melalui observasi maupun wawancara langsung. Sumber-sumber tersebut kemudian langsung dicatat atau direkam dan disusun secara sistematis.

2. Data *Sekunder*

Data *sekunder* adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang diambil dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi seperti referensi dari buku-buku, beberapa

dokumentasi, dan sebagainya yang berkaitan dengan judul penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah tes yang terukur, karena setiap pertanyaan dan alternatif jawabannya memiliki standar tertentu, baik benar maupun salah dalam bentuk skala jawaban. Pertanyaan atau jawaban. Pertanyaan atau jawabannya berbentuk skala deskriptif ataupun skala garis, jika dibuat dalam bentuk instrumen skala jawaban.⁴⁸

G. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian, berupa observasi lapangan, dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi digunakan karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang ada secara langsung.⁴⁹ Peneliti melakukan pengamatan langsung ke lapangan tempat objek penelitian untuk memperoleh informasi yang akurat untuk penelitian ini.

2. Wawancara

Teknik wawancara merupakan teknik yang cukup bebas, karena tanpa megabaikan pertanyaan mendasar yang telah peneliti siapkan. Peneliti dapat memperoleh informasi dengan metode komunikasi dua arah dengan cara

⁴⁸ Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 230

⁴⁹ Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: Jejak, 2018), h. 110

menanyakan kepada informan sesuatu yang berkaitan dengan masalah penelitian, wawancara secara mendalam dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data atau informan yang lengkap dan akurat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menjelaskan apa yang dilakukan dengan menggunakan dokumentasi sumber. Proses menangkap dan merekam berbagai sumber, baik sumber tertulis maupun tidak tertulis berupa catatan-catatan, foto, video maupun dalam bentuk rekaman yang dimana kedepannya diharapkan agar bisa lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya.

H. Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan data dari informan, langkah selanjutnya yang akan diambil oleh peneliti adalah analisis data. Analisis data merupakan langkah penting dalam penelitian. Data yang diperoleh diolah dan disajikan dengan teknik penulisan dengan model analisis menurut Miles dan Huberman:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis berupa pemecahan, pemusatan, penyederhanaan dan transformasi data baku (data kasar) yang diperoleh dari catatan atau informasi lapangan menjadi data yang bermakna, menyajikan pokok-pokok informasi untuk mendukung kesimpulan sementara.⁵⁰

Dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif, data yang digunakan berupa narasi deskriptif kualitatif, jika ada data digunakan berupa

⁵⁰ Muhammad Ilyas, *Metode Penelitian pendidikan*, (Cet I; Makassar: Alauddin Univercity Press, 2005) h. 207

dokumen kuantitatif juga akan bersifat deskriptif. Oleh karena itu, reduksi data digunakan untuk mempermudah data yang diperoleh dalam proses pengumpulan data.⁵¹

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dengan menggunakan uraian singkat, grafik, hubungan antara kategor, atau bentuk serupa, sehingga selama proses pengumpulan data lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan ketika melakukan pekerjaan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan apa yang diteliti akan mudah untuk dimengerti. Dapat disimpulkan bahwa penyajian data merupakan suatu kumpulan data yang menarik yang telah diorganisasikan, baik untuk menarik kesimpulan maupun untuk bertindak.⁵²

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dari kegiatan analisis dan pengolahan data. Dalam penarikan kesimpulan, peneliti berusaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi.

⁵¹ Hardani, dkk. *Metode penelitian Kualitatif dan kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020) h. 163

⁵² Hardani, dkk. *Metode penelitian Kualitatif dan kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020) h. 167-168

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Gowa

Kabupaten Gowa adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di kota Sungguminasa. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.883,32 km² atau sama dengan 3,01 dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan dengan penduduk sebanyak 768.682 jiwa. Bahasa yang digunakan di kabupaten ini adalah bahasa makassar, penduduk di kabupaten ini mayoritas agama Islam. Kabupaten ini berada dibagian selatan Provinsi Sulawesi Selatan ini berbatasan dengan 7 kabupaten/kota lain, yaitu di sebelah utara berbatasan dengan kota Makassar dan Kabupaten Maros. Di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, Bulukumba, dan Bantaeng. Di sebelah selatan berbatasan dengan Kote Makassar dan Takalar.⁵³

Wilayah Kabupaten Gowa terbagi dalam 18 kecamatan dengan jumlah Desa/Kelurahan definitif sebanyak 169 dan 726 Dusun/Lingkungan. Wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar merupakan dataran tinggi berbukit-bukit, yang meliputi 9 kecamatan yaitu Kecamatan Parangloe, Manuju, Tinggimoncong, Tombolo pao, Parigi, Bungaya, Bontolempangan, Tompobulu, dan Biringbulu. Selebihnya berupa dataran rendah dengan topografi tanah yang datar meliputi 9 kecamatan Somba Opu, Bontomarannu, Pattallassang, Pallangga, Barombong,

⁵³ “Kabupaten Gowa”, Sulselprov.go.id, <https://sulselprov.go.id>

Bajeng, Bajeng Barat, Bontonompo, dan Bontonompo Selatan. Dari total luas Kabupaten Gowa, 35,30% memiliki kemiringan tanah di atas 40 derajat, yaitu pada wilayah Kecamatan Parangloe, Tinggimoncong, Bungaya, Bontolempangan dan Tompobulu. Dengan bentuk topografi wilayah yang sebagian besar berupa dataran tinggi. Wilayah Kabupaten Gowa dilalui oleh 15 sungai besar dan kecil yang sangat potensial sebagai sumber tenaga listrik dan untuk pengairan. Salah satunya sungai terbesar di Sulawesi Selatan adalah sungai Jeneberang dengan luas 881 Km² dan panjang 90 Km. Di atas aliran sungai Jeneberang oleh Pemerintah Kabupaten Gowa yang bekerja sama dengan Pemerintah Jepang, telah membangun proyek multifungsi DAM Bili-Bili dengan luas + 2.415 Km² yang dapat menyediakan air irigasi seluas + 24.600 Ha, konsumsi air bersih (PAM) untuk masyarakat Kabupaten Gowa dan Makassar sebanyak 35.000.000 m³ dan untuk Pembangkit Listrik Tenaga Air yang berkekuatan 16,30 Mega Watt.

Visi:

Terwujudnya Masyarakat yang berkualitas, mandiri, dan berdaya saing dengan tata kelola pemerintah yang baik.

Misi:

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia berbasis pada hak-hak dasar, kesetaraan gender, nilai budaya dan agama.
- 2) Meningkatkan perekonomian daerah berbasis pada potensi unggulan dan ekonomi kerakyatan.

- 3) Meningkatkan pembangunan infrastruktur berorientasi pada interkoneksi antar wilayah dan sektor.
- 4) Meningkatkan pengembangan wilayah kecamatan, desa dan kelurahan
- 5) Meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan yang baik, bersih dan demokratis.⁵⁴

2. Gambaran Umum Wilayah Kecamatan Tinggimoncong

Kecamatan Tinggimoncong dibentuk pada tahun 1960 sebagai hasil reorganisasi distrik menjadi kecamatan. Reorganisasi ini merupakan kebiakan dari pemerintah pusat Indonesia. Wilayah kecamatan tinggimoncong dibentuk dari hasil penggabungan dua distrik dalam lingkungan kerja koordinator Gowa Selatan di Daerah Tingkat II Gowa. Dalam reorganisasi ini, Daerah Tingkat II Gowa memiliki 12 distrik yang kemudian diubah menjadi 8 kecamatan, kecamatan tinggimoncong dibentuk dari Distrik Parigi, Dan Distrik Tombolopao.⁵⁵

Kecamatan Tinggimoncong merupakan salah satu kecamatan dari 18 kecamatan yang berada di kabupaten gowa dengan luas wilayah 142,87 km² dengan jumlah Desa/Kelurahan sebanyak 7 diantaranya 6 kelurahan dan 1 desa: Kelurahan Bonto Lerung, Bulutana, Gantarang, Garassi, Malino, Pattapang, dan Desa Parigi.

Nama parigi di Tinggimoncong, dulu memang sebuah kerajaan dalam wilayah kerajaan Gowa. Pada masa penjajahan Belanda, pada awal kemerdekaan berubah menjadi distrik. Walau Parigi dihapus dalam distrik atau kecamatan, tetapi

⁵⁴ Humas Gowa “<https://humas.gowakab.go.id/gowata/visi-mis> “

⁵⁵ Citra Kaupaten Gowa dalam arsip. Jakarta Selatan: *Arsip Nasional Republik Indonesia*. 2016 h. 10.

namanya masih tetap melekat pada sebuah desa. Itulah sekarang menjadi Desa parigi dalam wilayah kecamatan Tinggimoncong.

B. Penyajian Data

1. Profil Pengguna Instagram sebagai media Dakwah.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, partisipan dari wawancara ini adalah masyarakat di Desa Parigi, hasil wawancara dari metode penelitian ini bertujuan agar mengetahui bagaimana cara masyarakat memanfaatkan instagram sebagai media dakwah.

Narasumber 1

Nama : Nur Indah Sari

Umur : 23 tahun

Id Instagram : @iamindahhh_



Gambar 1.1

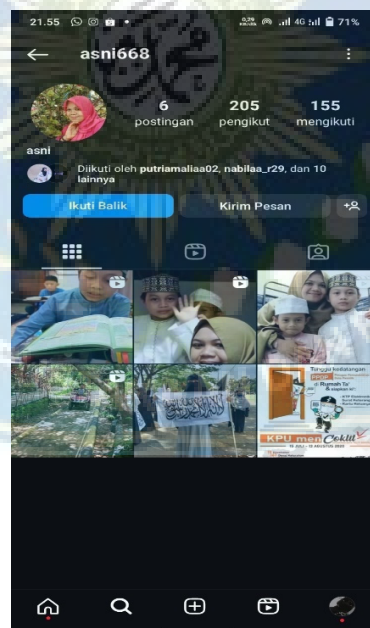
Narasumber pertama merupakan salah satu masyarakat didesa Parigi, indah mulai menggunakan instagram sejak tahun 2015 dan masih aktif hingga saat ini. Indah sangat sering mengakse instagram dan sering berbagi melalui postingannya. Indah merupakan pengguna aktif dan sering menggunakan instagram untuk menambah wawasan termasuk wawasan tentang spiritualnya. Untuk membuat followersnya menjadi tertarik indah selalu mengunggah foto yang bagus dan menambah caption dakwah.

Narasumber 2

Nama : Ibu Asni

Umur : 39 tahun

Id Instagram : @asni668



Gambar 1.2

Narasumber ke dua yang peneliti pilih adalah ibu rumah tangga. Ibu Asni mulai menggunakan instagram sejak tahun 2019 hingga saat ini, pertama kali

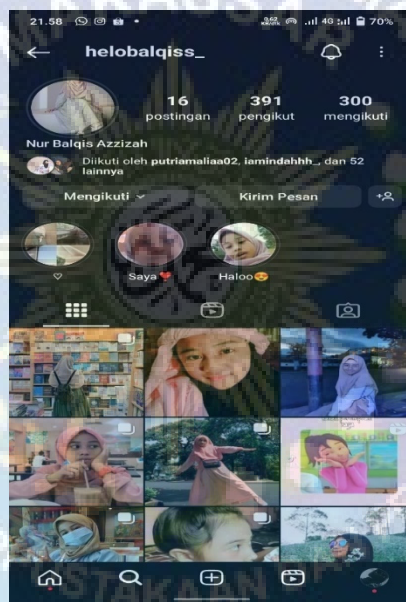
menggunakan instagram karena adanya rasa penasaran dan ingin mengikuti perkembangan zaman. Meskipun ibu Asni jarang memposting foto atau vidio di instagramnya tetapi tetap aktif menggunakan instagram termasuk untuk membaca atau menonton konten dakwah.

Narasumber 3

Nama : Nur Balqis Azizah

Umur : 14 tahun

Id Instagram : @hlobalqiss_



Gambar 1.3

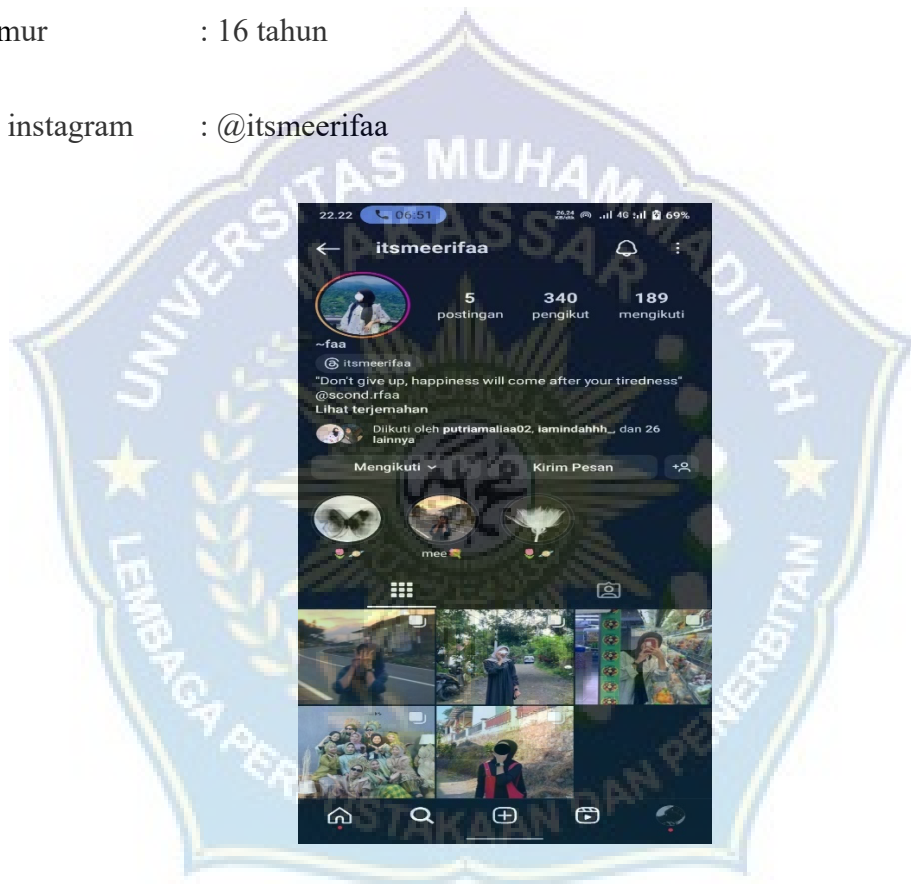
Narasumber ke tiga merupakan salah satu siswi Smp kelas 8. Balqis mulai menggunakan instagram 2017 hingga saat ini. Menurutnya instagram menjadi salah satu pilihan untuk mengisi waktu luang.

Narasumber 4

Nama : Rifa Triaza Kasturi

Umur : 16 tahun

Id instagram : @itsmeerifaa



Gambar 1.4

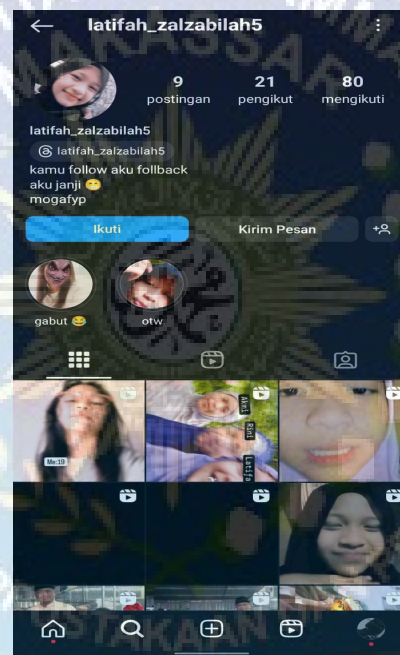
Narasumber ke empat merupakan salah satu siswi SMA kelas 10, hasil wawancara ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Rifa selaku masyarakat desa Parigi dalam memanfaatkan instagram sebagai media dakwah.

Narasumber 5

Nama : Latifah zalzabila

Umur : 11 tahun

Id Instagram : @latifa_zalzabila5



Gambar 1.5

Narasumber ke lima merupakan siswi SD kelas 6. Wawancara ini bertujuan bagaimana Latifa memanfaatkan akun instagram yang dimilikinya.

Narasumber 6

Nama : Ahdania

Umur : 22 tahun

Id instagram : @ahdaniaa2_

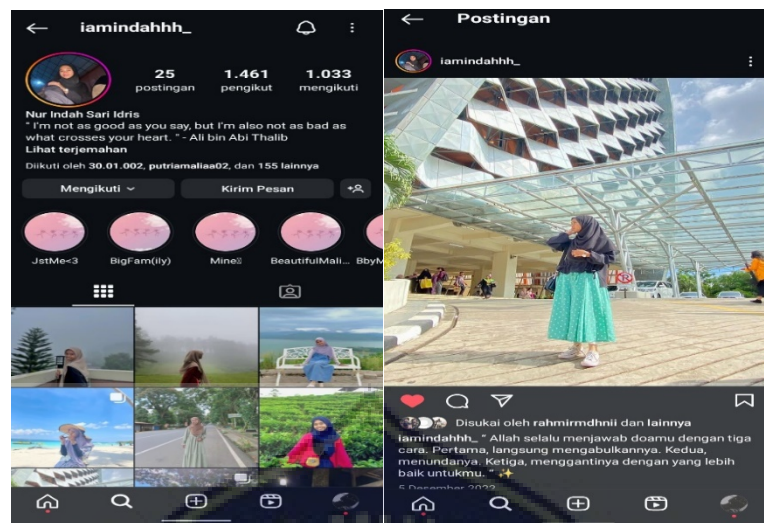


Gambar 1.6

Narasumber ke 6 merupakan pemuda di Desa parigi dan juga Mahasiswi di Universitas Terbuka Makassar semester 2. Ahdania aktif menggunakan instagram dan juga sering mengunggah konten dakwah.

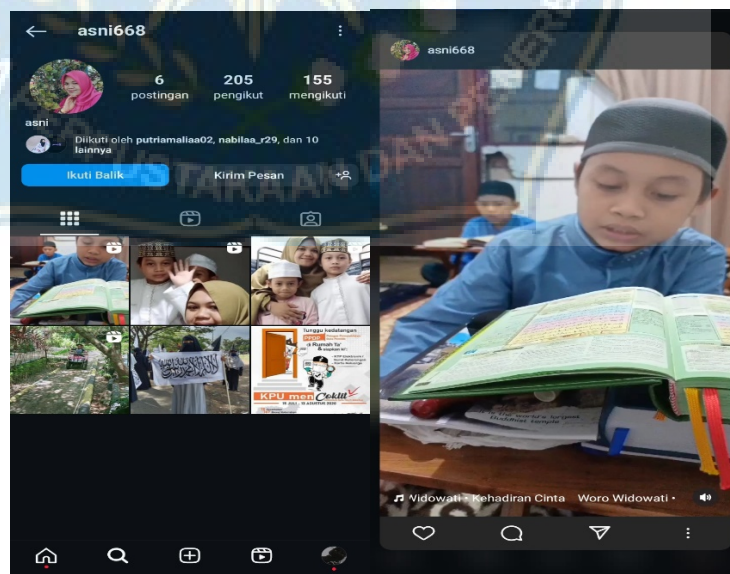
2. Profil Instagram Masyarakat Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong

- 1) Contoh pemanfaatan instagram yang di unggah oleh indah



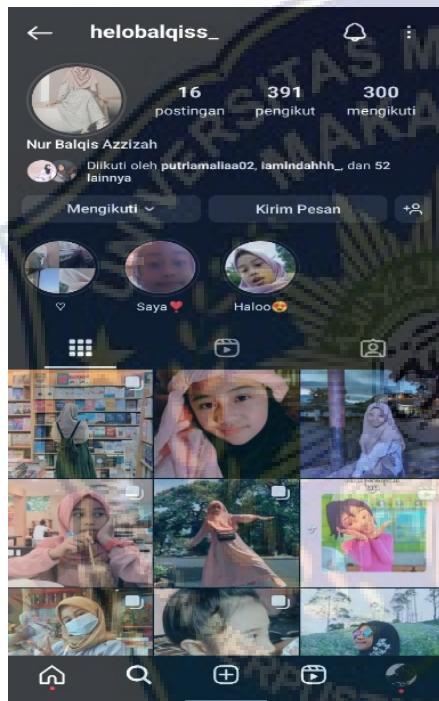
Dalam postingan Indah yang ada pada gambar diatas, Indah membuat caption yang berisikan pesan untuk followersnya bahwa Allah SWT akan mengabulkan doa setiap umatnya dengan tiga cara yaitu secara langsung, menundanya, dan menggantinya dengan yang lebih baik.

2) Contoh bentuk pemanfaatan instagram yang diunggah oleh Asni



Dalam postingan Asni pada gambar diatas, berbeda dengan postingan Indah yang membuar caption yang berisikan pesan untuk followersnya Asni memposting sebuah video anaknya yang sedang mengaji.

3) Contoh pemanfaatan instagram yang diunggah oleh Balqis



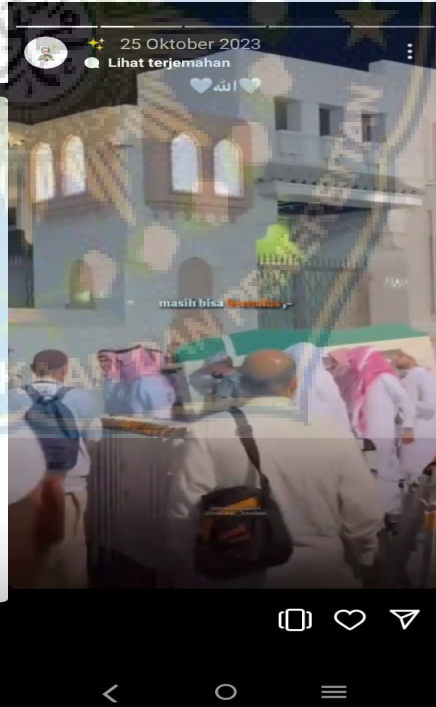
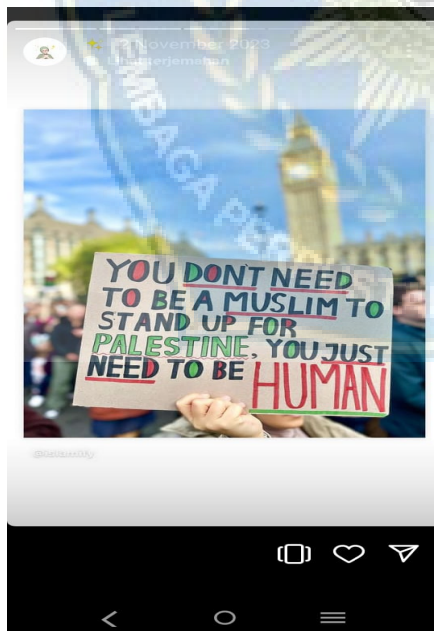
Balqis jarang mengunggah postingan tetapi dia sering menonton konten-konten dakwah menggunakan akunnya.

4) Contoh pemanfaatan instagram yang diunggah oleh Rifa



Dalam postingan rifa diatas dengan caption yang diberitahukan kepada followersnya yang bermakna seluruh umat manusia diciptakan oleh Allah dan akan kembali.

5) Contoh pemanfaatan instagram yang diunggah Ahdania



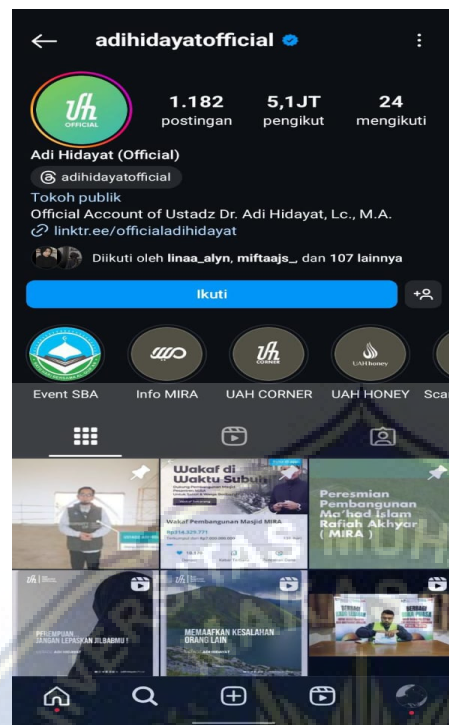


Bisa dilihat pada gambar di atas Ahdania sering mengunggah konten dakwah di akun pribadinya.

C. Analisis Data

1. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah

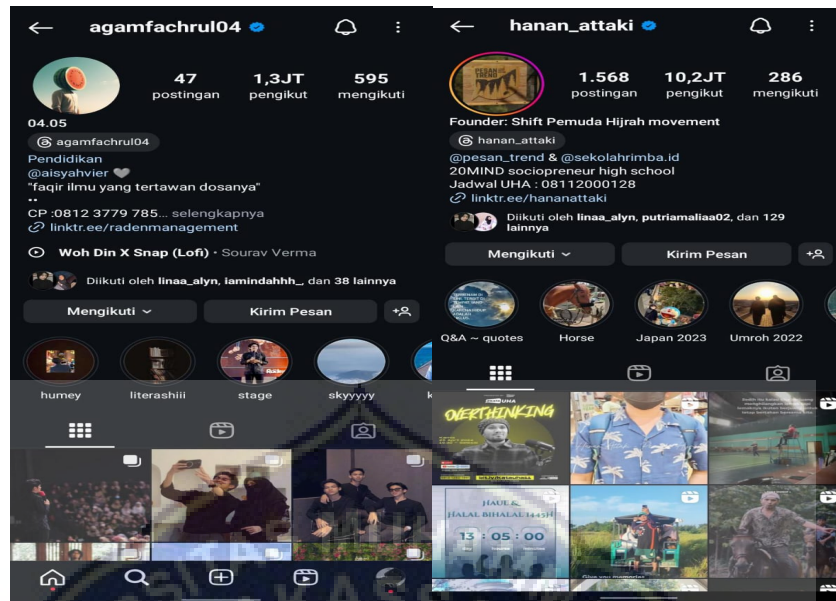
Perkembangan zaman saat ini sangatlah pesat dan akan terus berkembang sehingga manusia tidak berhenti menciptakan sesuatu sesuai perkembangan zaman. Salah satunya yaitu Internet, dalam perkembangan internet banyak menciptakan aplikasi-aplikasi yang berbasis internet, salah satunya yaitu instagram yang dijadikan tempat atau media untuk berdakwah karena pengguna sosial media bisa mendapatkan hal-hal yang bermanfaat. Berikut contoh akun yang digunakan untuk berdakwah dan menjadi inspirasi bagi masyarakat.



Gambar 2.1

Akun dakwah ustadz (@adihidayatofficial) mempunyai followers 5,1 juta, salah satu akun dakwah yang menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk menyebarkan berbagai macam dakwah di media sosial terlebih instagram, akun instagramnya banyak yang meninggalkan komentar yang positif. Dan masih banyak lagi akun dakwah lainnya.

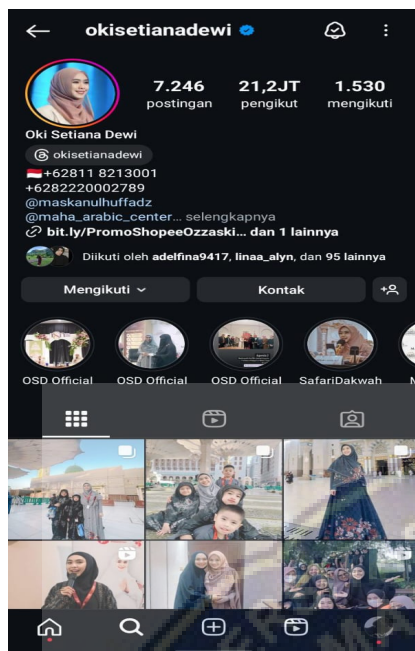
Berikut dibawah ini akun dakwah dakwah yang bisa menjadi inspirasi bagi masyarakat dalam menyebarkan dakwah :



Gambar 2.2



Gambar 2.3



Gambar 2.4

Dari akun inspirasi diatas bisa menjadikan inspirasi bagi masyarakat khususnya di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong menyebarkan dakwahnya baik berupa foto, video, atau quotes, dan lain-lain yang diunggah di instastory atau pun di postingannya.

Berikut hasil dari wawancara penggunaan instagram:

Narasumber 1, Nur Indah Sari “ Alasan menggunakan instagram karna efektif dan bisa menambah pengetahuan dari luar dengan jarak jauh, dan juga followers intagram yang lumayan”

Narasumber 2, ibu Asni “ menggunakan instagram banyak mendapat manfaat yang positif dan juga dengan mengunggah video siapa tau ada yang terinspirasi dan mulai juga mengaji”

Narasumber 3, Nur Balqis Azizah “ saya menggunakan instagram untuk menonton konten-konten dakwah yang muncul di explore ataupun postikan dari akun dakwah yang saya follow”

Narasumber 4, Rifa Triaza Kasturi “ alasan ku menggunakan instagram karena cukup efektif, dan juga saling mengingatkan kan juga bisa mendapatkan pahala lewat sosial media”

Narasumber 5, Latifa Zalzabila “ saya menggunakan instagram karena banyak teman-teman yang menggunakannya, dan juga diinstagram saya bisa melihat video yang ingin saya lihat”

Narasumber 6, Ahdania “ saya suka mengunggah foto atau video dakwah agar followers saya dengan melihat unggahan saya siapa tahu mereka menjadi terinspirasi kan bisa menjadi amal jariyah untuk saya “

2. Manfaat Instagram Sebagai Media Dakwah

Dakwah melalui instagram kini sudah menjadi cerminan umat islam yang giat dalam berdakwah dan betul memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya mengunggah beberapa konten dakwah baik lewat caption maupun di instagram story sebagai tempat untuk mengajak kebaikan.

D. Pembahasan

Setelah data terkumpul langkah selanjutnya adalah menganalisis efektivitas dakwah menggunakan instagram dalam rangka pengembangan dakwah islam bagi masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong. Dengan itu bagian analisis yang telah peneliti dapatkan dari hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti sendiri.

- a. Instagram sebagai media dakwah bagi masyarakat di desa parigi kecamatan tinggimoncong untuk menyampaikan dakwahnya dapat

memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada instagram serta dapat memberikan ilmu dan motivasi. Dalam menggunakan instagram sebagai media untuk berdakwah sangak efektif dan mudah dijangkau bagi masyarakat. Ini dikarenakan saat ini instagram menjadi sosial media yang banyak digunakan dikalangan masyarakat. Instagram sebagai sosial media untuk berdakwah membuktikan bahwa Islam dapat mengikuti perkembangan zaman khususnya media teknologi dan informasi.

- b. Saat ini instagram dianggap sangat bagus untuk menyajikan fitur yang lebih menarik, disamping itu selain fitur upload foto dan video terdapat juga fitur live yang menjadi tren media sosial lainnya. dengan adanya fitur yang menarik ini bisa memberikan informasi khususnya informasi yang mengenai tentang dakwah dan bagaimana media membantu untuk mencapai sesuatu. Seperti menonton konten islami di instagram untuk memahaminya lebih baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Masyarakat di Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong memanfaatkan instagram sebagai media dakwah dengan menggunakan fitur instagram. Hal ini yang menjadikan banyaknya masyarakat serta yang menggunakan instagram sebagai media dakwah. Instagram dinilai sebagai media sosial dalam berdakwah dan menjadi salah satu media informasi yang membuktikan bahwa islam pada saat ini dapat mengikuti perkembangan zaman terkhusus dalam media teknologi informasi.

Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah jika digunakan dengan baik sesuai syariat islam dakwah di instagram mampu menciptakan dakwah yang inovatif dan mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media sosial mereka sendiri.

Media sosial instagram dapat menambah manfaat seperti amal jariyah, mendapatkan banyak informasi, hiburan, dan menjadi tempat untuk diskusi.

B. Saran

Instagram tidak hanya menjadi wadah untuk kepentingan pribadi saja tetapi juga menjadi wadah untuk menyebarkan hal-hal yang positif, salah satunya berdakwah yang sesuai dengan syariat islam.

Sebagai generasi muda sebisa mungkin harus menyampaikan dan menyebarkan dakwah melalui media sosial manapun terlebih instagram agar

dakwah yang disampaikan tersebar ke seluruh kalangan dan terus memanfaatkan apa yang ada untuk hal-hal yang positif. Namun disatu sisi kita juga harus pandai memilih konten karena di media sosial juga banyak konten hoax kita sebagai pengguna harus pintar dalam menerima pesan, para pengguna juga harus tahu mana akun da'i yang benar profesional sehingga dapat pesan yang baik tanpa harus mencari tahu lagi kebenaran dan dalilnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Kemenag Online, *Qur'an Dan Terjemahan*. Situs Resmi
<https://quran.nu.or.id/ali-Imran/104#>
- Ahmad, Abdullah bin Al-'Alaf, 2008, kiprah dakwah muslimah;melejitkan semangat muslimah dalam berdakwah ,Solo,6
- Ahmad, Fadi Ibnu :2011, *Asyiknya meraup pahala di dunia maya* Jakarta:Mizan,Bandung
- Al-hasani, Sayyid Muhammad Alwi al-maliki,2009"Kiat sukses Berdakwah dalam Pengajaran"Bandung:Cet 1,
- Aliyudin, Enjang, Op. Cit
- Amin, Samsul Munir ,2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta:Amzah,
- Anggito, Albi & Setiawan Johan,2018 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi,
- Asumsi Syukir,Op.Cit.,
- Aziz, Moh Ali ,2009, *Ilmu dakwah*, edisi revisi,Jakarta: Kencana,
- Dwi, Atmoko, Bambang,2012,*Instagram Handbook*. Jakarta: Media kita,
- Deslima, Yosieana Duli ,2018, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasisw Komunikasi Penyiaran Islam*, Skripsi: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,
- Fakhruroji, Moch,2007, *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fungsi Media Dakwah (online) tersedia di:
<http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-sungsi-media-dakwah.htm>,
- Hardani, dkk.2020, *Metode penelitian Kualitatif dan kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu .

- Ilaahi, Wahyu, 2010, *Komunikasi Dakwah Bandung*: Remaja Rosdakarya,
- Ilyas, Muhammad, 2005, *Metode Penelitian pendidikan*, Cet I; Makassar: Alauddin University Press.
- Instagram (online): <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
- Kafie, Jamaluddin, 1993, *Psikologi Dakwah*, Surabaya: Indah,
- Meleong, Lexy J, 2009, *Metode Pendekatan Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muchtar, Suwarma Al, 2015, *Dasar Penelitian Kualitatif*, Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Munir, M, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta Kencana.
- Natsir, Thohir Luth. M., 1999, *Dakwah dan Pemikirannya* Jakarta: Gema Insani Press.
- Rohmadi, Arif, 2016, *Tiga Produksi Ber-sosial Media*, Jakarta.
- Rohmah, Nur, 2016, “*Dakwah Melalui Instagram*” skripsi program sarjana Uin Walisongo, Semarang.
- Saiful, Maarif Bambang, 2010, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sejarah Instagram (online), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/instagram>.
- Sjarif Baddu Jusuf, 1994, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka sinar harapan.
- Sugiyono, 2011, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press.
- Sukmadinata, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Suparta, Munzier, 2009, *Metode Dakwah*, Jakarta Kencana.
- Umar, Taha, 2010, *Kiat Sukses Berdakwah dalam Pengajaran*, Bandung: Cet1,

Wahid, Fathul ,Op, Cit,

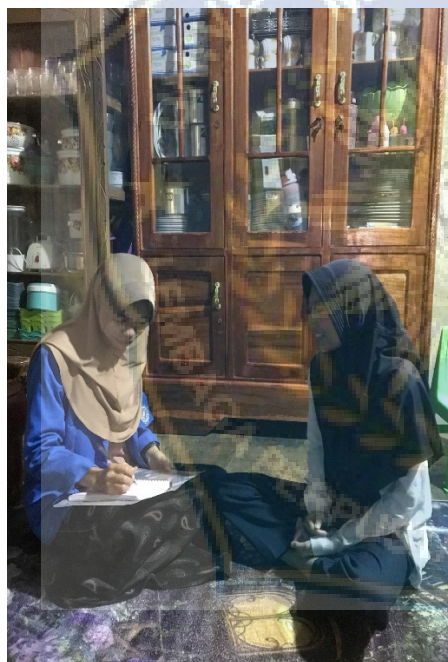
Wilya, Evra Dkk.2018, *Sensasi Penelitian Islam kontemporer Tinjauan Multikultural* Yogyakarta:Deepublish. 57-58

Yaqub, Hamzah ,1992, *Politik Islam*, Bandung: Diponegoro.

Zaidan, Abdul Karim ,1983, *Dasar-dasar ilmu dakwah*, Jakarta.









MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Ayudiah Anugrah

Nim : 105271110120

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	17 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	8 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 13 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



BAB I Ayudiah anugrah -
105271110120

by Tahap Tutup



Submission date: 13-May-2024 08:07AM (UTC+0700)

Submission ID: 2377724049

File name: BAB_I_Ayudiahh_1.docx (24.83K)

Word count: 1136

Character count: 7448

BAB I Ayudiah anugrah - 105271110120

ORIGINALITY REPORT

10%	10%	4%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		5%
2	repository.ub.ac.id Internet Source		4%
3	repository.uir.ac.id Internet Source		2%

Exclude quotes
Exclude bibliography

Exclude matches



BAB II Ayudiah anugrah - 105271110120

by Tahap Tutup



Submission date: 13-May-2024 08:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2377724466

File name: BAB_II_Ayudiahh_1.docx (41.33K)

Word count: 4007

Character count: 24868

BAB II Ayudiah anugrah - 105271110120

ORIGINALITY REPORT

17%	17%	4%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	16%
2	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	2%



Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches

BAB III Ayudiah anugrah - 105271110120

SEARCH ENGINE

10%

STANDARD INDEX

10%

PRODUCT SOURCES

8%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

SEARCH RESULTS



repository.unbom.ac.id

2%



BAB III Ayudiah anugrah - 105271110120

2%

by Tahap Tutup

2%



105271110120

2%



105271110120

2%



105271110120

2%



Submission date: 07-May-2024 01:12PM (UTC+0700)

Submission ID: 2373074581

File name: BAB_III_Skripsi_Ayudiah.docx (23.83K)

Word count: 920

Character count: 6184

BAB IV Ayudiah anugrah - 105271110120

by Tahap Tutup



Submission date: 10-May-2024 07:45AM (UTC+0700)

Submission ID: 2375548333

File name: BAB_IV_AYUDIAH_ANUGRAH.docx (1.93M)

Word count: 1579

Character count: 9949

BAB IV Ayudiah anugrah - 105271110120

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 id.wikipedia.org
Internet Source

5%

2 sipkp.ciptakarya.pu.go.id
Internet Source

3%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



BAB V Ayudiah anugrah - 105271110120

by Tahap Tutup



Submission date: 10-May-2024 07:46AM (UTC+0700)

Submission ID: 2375548894

File name: BAB_V_AYUDIAHANUGRAH.docx (14.49K)

Word count: 220

Character count: 1430

BAB V Ayudiah anugrah - 105271110120

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

e-journal.metrouniv.ac.id

Internet Source

5%



Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



RIWAYAT HIDUP



AYUDIAH ANUGRAH, lahir di Saluttowa Desa Parigi Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa, Pada tanggal 30 Januari 2002. Anak ke tiga dari empat bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Muhammad Saleh dan Ibu Halima.

Penulis menempuh pendidikan pertama di SD Negeri Parangloe dan lulus pada tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Parangloe dan lulus pada tahun 2016. Penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Tanjung Selor Bulungan Kalimantan Utara dan lulus pada tahun 2019. Lalu penulis melanjutkan studi i'dad lughowy Ma'had Al-Birr dan sekarang terdaftar sebagai mahasiswi S1 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muahmmadiyah Makassar.

